

INFORME FINAL DE RESULTADOS

“ESTUDIO DE SATISFACCIÓN MULTICANAL DE USUARIAS/OS IPS, CON ENFOQUE DE GÉNERO”

Preparada para: Instituto de Previsión Social (IPS)



ENERO 2018

TABLA DE CONTENIDOS

1. ANTECEDENTES	5
2. OBJETIVOS Y ALCANCES	6
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
3. METODOLOGÍA.....	7
3.1. TIPO DE ESTUDIO.....	7
3.2. GRUPO OBJETIVO	7
3.3. TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	7
3.4. MARCO MUESTRAL	8
3.5. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y DIMENSIONES ANALÍTICAS	9
3.6. PERÍODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	10
3.7. DISEÑO MUESTRAL.....	11
3.8. ERROR MUESTRAL.....	11
3.9. CÁLCULO DE DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS	12
3.10. MÉTODO DE DETERMINACIÓN DE FOCOS DE MEJORA	12
4. INDICADORES Y MÉTODOS DE CÁLCULO.....	13
4.1. INDICADORES UTILIZADOS	13
4.2. CRITERIOS DE TRANSFORMACIÓN Y MÉTODO DE CÁLCULO DE INDICADORES POR CANAL DE ATENCIÓN.....	15
5. RESULTADOS GLOBALES IPS	18
5.1. SATISFACCIÓN DE USUARIAS Y USUARIOS	19
5.1.1. CÁLCULO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS 2017	19
5.1.2. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS	19
5.1.3. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL POR CANAL DE ATENCIÓN	20
5.1.4. RESUMEN UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL POR CANAL DE ATENCIÓN.....	21
5.2. ÍNDICE Y UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL COMPARATIVO POR CANAL DE ATENCIÓN.....	22
5.2.1. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL COMPARATIVO POR CANAL DE ATENCIÓN .	22
5.2.2. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL COMPARATIVO POR CANAL DE ATENCIÓN.....	23
6. RESULTADOS POR CANAL DE ATENCIÓN IPS.....	24
6.1 . RESULTADOS CENTRO DE ATENCION PREVISIONAL CAPRI	25
6.1.1. CARACTERIZACION DE LAS PERSONAS USUARIAS.....	25
Gráfico 9: Pertenencia a Pueblo Originario según Sexo	28
6.1.2. INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS	31
6.1.2.1. <i>EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL (CAPRI)</i> .	31
6.1.2.2. <i>EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI</i>	32

6.1.2.3.	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN SEXO	33
6.1.2.4.	UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN SEXO	33
6.1.2.5.	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN REGIÓN.....	34
6.1.2.6.	UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN REGIÓN	35
6.1.2.7.	UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN REGIÓN Y SEXO	36
6.1.2.8.	EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN DIMENSIONES	37
6.1.2.9.	EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI SEGÚN DIMENSIONES.....	38
6.1.2.10.	UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL VERSUS METAS POR REGIÓN	39
6.1.2.11.	ÍNDICE Y UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN DIMENSIONES Y CENTROS DE ATENCIÓN.....	39
6.1.3.	SATISFACCIÓN GENERAL Y DIMENSIONES DEL SERVICIO.....	40
6.1.3.1.	SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN SEGMENTO.....	40
	Gráfico 19: Satisfacción General según Segmento.....	40
6.1.3.2.	SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN DIMENSIONES	41
	Gráfico 20: Satisfacción General según Dimensiones	41
6.1.4.	SATISFACCIÓN CON ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO.....	42
6.1.5.	FOCOS DE MEJORA EN EL MODELO DE SERVICIO	45
6.1.5.1.	DIMENSIÓN INFRAESTRUCTURA	45
6.1.5.2.	DIMENSIÓN PERSONAL DE ATENCIÓN	47
6.1.5.3.	DIMENSIÓN MÓDULO DE AUTOATENCIÓN.....	49
6.1.5.4.	DIMENSIÓN TIEMPOS DE ATENCIÓN.....	50
6.1.5.5.	DIMENSIÓN MÓDULO DE SEGURIDAD	51
6.2	. RESULTADOS CALL CENTER	52
6.2.1.	CARACTERIZACIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS	52
6.2.2.	INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS.....	58
6.2.2.1.	EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER	58
6.2.2.2.	EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER	59
6.2.2.3.	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER 2017 SEGÚN SEXO	60
6.2.2.4.	EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER SEGÚN DIMENSIONES.....	61
6.2.2.5.	EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER SEGÚN DIMENSIONES.....	62
6.2.3.	SATISFACCIÓN GENERAL Y DIMENSIONES DEL SERVICIO.....	63
6.2.3.1.	SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN SEGMENTO.....	63
6.2.3.2.	SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN DIMENSIONES	64
6.2.4.	SATISFACCIÓN CON ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO	65
6.2.5.	FOCOS DE MEJORA EN EL MODELO DE SERVICIO	67
6.3	RESULTADOS FORMULARIO WEB.....	69

6.3.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS.....	69
6.3.2. INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS	74
6.3.2.1. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB.....	74
6.3.2.2. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB	75
6.3.2.3. ÍNDICE Y UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB 2017 SEGÚN SEXO	76
6.3.2.4. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB 2017 SEGÚN SEXO.....	76
6.3.2.5. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB SEGÚN DIMENSIONES.....	77
6.3.2.6. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB SEGÚN DIMENSIONES.....	78
6.3.3. SATISFACCIÓN GENERAL Y DIMENSIONES DEL SERVICIO.....	79
6.3.3.1. SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN SEGMENTO.....	79
6.3.3.2. SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN DIMENSIONES	80
6.3.4. SATISFACCIÓN CON ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO.....	81
6.3.5. FOCOS DE MEJORA EN EL MODELO DE SERVICIO	82
6.4 RESULTADOS CANAL DIGITAL.....	84
6.4.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS.....	84
6.4.2. HABITOS DE USO DE REDES SOCIALES	85
6.4.3. EXPECTATIVAS DE USO DE REDES SOCIALES	86
6.4.4. SATISFACCIÓN GENERAL CON EL SERVICIO ENTREGADO A TRAVES DE LAS REDES SOCIALES.....	90
6.4.5. EXPERIENCIA EN LA VISITA A LAS REDES SOCIALES.....	91
6.4.6. CONOCIMIENTO, USO Y SATISFACCIÓN DE IPS EN LÍNEA	92
6.4.6.1. CONOCIMIENTO DE OTROS CANALES.....	92
6.4.6.2. USO DE OTROS CANALES	93
6.4.6.3. SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO ENTREGADO.....	94
7. CONCLUSIONES	95
7.1. GLOBAL IPS.....	95
7.2. CANAL CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI).....	95
7.3. CANAL CALL CENTER.....	96
7.4. CANAL FORMULARIO WEB	97
7.5. CANAL DIGITAL	98
8. ANEXO	99
Anexo 1: Diseño muestral CAPRI	99
Anexo 2: Índice de satisfacción general y dimensiones por centro de atención (CAPRI).....	103
Anexo 3: Umbral de satisfacción general y dimensiones por centro de atención (CAPRI)....	112

1. ANTECEDENTES

La misión del IPS es contribuir a la protección social del Estado, administrando el sistema de pensiones solidarias, regímenes previsionales de reparto, leyes reparatorias y otras leyes especiales, como asimismo, pagar prestaciones sociales ordenadas por ley y/o acordadas por convenios de colaboración con este Instituto. Lo anterior, promoviendo la excelencia en su gestión, atendiendo a la ciudadanía con cercanía y facilitando el acceso universal, a fin de garantizar el ejercicio de derechos y obligaciones previsionales y sociales, considerando para su logro a sus funcionarias y funcionarios como el principal capital que posee la Institución.

Este trabajo se enmarca en el llamado a licitación por parte del Instituto de Previsión Social (IPS) del Ministerio de Trabajo y Previsión Social para el desarrollo de un estudio que permita medir el grado de satisfacción con la atención de las personas usuarias que acuden al IPS a través de los canales de atención presencial, Centro de Atención Previsional Integral CAPRI y no presencial, Call Center, Formulario WEB y Canal Digital.

El presente informe es de carácter descriptivo de los resultados del “Estudio de Satisfacción Multicanal de personas usuarias IPS, con enfoque de género” para el año 2017 realizado por la consultora Sismarket.

2. OBJETIVOS Y ALCANCES

2.1. OBJETIVO GENERAL

Medir el grado de satisfacción de las usuarias y usuarios de los distintos canales de atención presencial y no presencial de IPS mediante la aplicación de un cuestionario que permita evaluar cuantitativamente las dimensiones del estudio a través de sus opiniones y percepciones.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar a las personas usuarias de los diferentes canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web, de acuerdo a variables socio-demográficas (Nivel socioeconómico (GSE), sexo, edad, origen étnico, situación de discapacidad, otras) y transaccionales (según trámite realizado).
- Determinar el índice y el umbral de satisfacción de las usuarias y usuarios atendidos en los diferentes canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web.
- Determinar la variación experimentada por índice y el umbral de satisfacción de las usuarias y usuarios atendidos en los diferentes canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web, respecto a los años anteriores.
- Determinar el nivel de satisfacción de las usuarias y usuarios atendidos en los diferentes canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web, en relación a las dimensiones y los atributos de calidad que conforman el modelo de servicio en cada uno de ellos.
- Medir la satisfacción de las personas usuarias de los diferentes canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web, con las diferentes dimensiones de servicio que las definen.
- Medir la satisfacción de las personas usuarias de los diferentes canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web, con los atributos de calidad que definen cada una de las dimensiones de servicio que los componen.
- Determinar focos de mejora para el modelo de servicio de los canales de atención: Centro de Atención Previsional Integral (CAPRI), Call Center y Formulario Web.
- Caracterizar y medir la satisfacción de las personas usuarias del Canal Digital.

3. METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE ESTUDIO

- Estudio de carácter cuantitativo concluyente.
- Estudio ad-hoc de carácter trasversal, pero con análisis evolutivo anual de sus principales indicadores.

3.2. GRUPO OBJETIVO

3.2.1. CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

Personas usuarias que hayan sido atendidas en alguno de los Centros de Atención Previsional Integral del IPS durante Septiembre del 2017.

3.2.2. CALL CENTER

Personas usuarias que hayan sido atendidas por el canal no presencial Call Center del IPS durante Septiembre del 2017.

3.2.3. FORMULARIO WEB

Personas Usuarías que hayan sido atendidas por el canal no presencial Formulario Web del IPS durante Septiembre del 2017.

3.2.4. CANAL DIGITAL

Personas usuarias que hayan sido atendidas por el Canal Digital de IPS (Facebook y/o Twitter) durante octubre 2017.

3.3. TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

Encuestas cara a cara por intercepción afuera de las oficinas del IPS ubicadas en todas las regiones del país.

3.3.2. CALL CENTER

Encuestas telefónicas aplicadas a través del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

3.3.3. FORMULARIO WEB

Encuestas telefónicas aplicadas a través del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

3.3.4. CANAL DIGITAL

Encuestas Web auto-aplicadas a través del acceso a un link alojado en Facebook y Twitter de IPS.

3.4. MARCO MUESTRAL

3.4.1. CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

Listado provisto por IPS con 165 Centros de Atención Previsional Integral ubicados en todas las regiones del país.

La distribución de estos centros de atención previsional según tipo de oficina es la siguiente:

Tipo de Oficina	N
A	28
B	40
C	20
D	77
Total	165

El detalle de los 165 centros de atención previsional (CAPRI) considerados en el estudio se encuentra en el Anexo 1 (Diseño muestral).

3.4.2. CALL CENTER

Base de datos provista por IPS con 8.588 registros de atenciones realizadas a través del canal no presencial Call Center durante el periodo del 25 al 29 de Septiembre del 2017.

3.4.3. FORMULARIO WEB

Base de datos provista por IPS con 2.888 registros de atenciones realizadas a través del canal no presencial Formulario Web durante el periodo del 25 al 29 de Septiembre del 2017.

3.4.4. CANAL DIGITAL

Personas que visitaron el Facebook y/o Twitter de IPS durante el período del 02 de Octubre al 02 de Noviembre del 2017.

3.5. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y DIMENSIONES ANALÍTICAS

Se utilizaron 4 cuestionarios diferentes (un cuestionario diferente para cada canal de atención evaluado).

Las estructura del cuestionario y las dimensiones analíticas incorporadas para cada canal de atención evaluados se presentan a continuación:

3.5.1. CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

	<p><u>DIMENSIONES EVALUADAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caracterización de la población usuaria y su consulta ▪ Imagen del IPS ▪ Evaluación del administrador de fila ▪ Infraestructura y condiciones ambientales ▪ Calidad y eficiencia del servicio ▪ Módulo de autoatención ▪ Evaluación de la atención en los módulos de sucursal IPS ▪ Seguridad ▪ Accesos ▪ Recomendación ▪ Calificación directade satisfaccion ▪ Conocimiento, uso y evaluación otros canales de atención ▪ Datos de clasificación ▪ Situación de discapacidad ▪ Personas migrantes
---	---

3.5.2. CALL CENTER

	<p><u>DIMENSIONES EVALUADAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento del canal de atención ▪ Acceso a la línea ▪ Atención del ejecutivo ▪ Calidad y eficiencia en el servicio ▪ Calidad de la respuesta o solución ▪ Recomendación ▪ Satisfacción global con la atención ▪ Conocimiento, uso y evaluación otros canales de atención ▪ Datos de clasificación
---	---

3.5.3. FORMULARIO WEB

	<p><u>DIMENSIONES EVALUADAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Conocimiento Canal▪ Facilidad de acceso▪ Formulario Web de consulta▪ Calidad de la respuesta o solución▪ Tiempo de comunicación▪ Recomendación▪ Satisfacción global▪ Conocimiento, uso y evaluación otros canales de atención▪ Datos de clasificación
---	--

3.5.4. CANAL DIGITAL

	<p><u>DIMENSIONES EVALUADAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Experiencia en la visita a Redes Sociales▪ Satisfacción con el servicio de las Redes Sociales▪ Expectativas de uso de Redes Sociales▪ Hábito de uso de Redes Sociales▪ Conocimiento de otros Canales de Atención▪ Datos de clasificación
---	--

3.6. PERÍODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

Del 04 de Septiembre al 18 de Octubre del 2017.

3.6.2. CALL CENTER

Del 27 de Septiembre al 26 de Octubre del 2017.

3.6.3. FORMULARIO WEB

Del 29 de Septiembre al 06 de Noviembre del 2017.

3.6.4. CANAL DIGITAL

Del 02 de Octubre al 02 de Noviembre del 2017

3.7. DISEÑO MUESTRAL

Un total de **4.806 personas** distribuidos de la siguiente manera según canal de atención:

- Canal Presencial Centros de Atención Previsional (CAPRI): **3.818 casos** a nivel nacional.
- Canal No Presencial Call Center: **523 casos**.
- Canal No Presencial Formulario Web: **265 casos**.
- Canal Digital: **200 casos**.

La distribución de la muestra del canal presencial por centro de atención previsional se encuentra detallada en el Anexo 1 (Diseño muestral).

3.8. ERROR MUESTRAL

Un 1,4% a nivel total IPS (4.606 casos).

- Canal Presencial Centros de Atención Previsional (CAPRI): 1,6% (3.818 casos).
 - Error Muestral por Región:
 - XIII Región: 3,6% (759 casos)
 - XV Región: 15,5% (40 casos)
 - I Región: 11,2% (77 casos)
 - II Región: 9,9% (98 casos)
 - III Región: 9,7% (102 casos)
 - IV Región: 6,1% (257 casos)
 - V Región: 4,5% (475 casos)
 - VI Región: 6,7% (216 casos)
 - VII Región: 5,4% (327 casos)
 - VIII Región: 4,2% (535 casos)
 - IX Región: 5,7% (292 casos)
 - XIV Región: 7,5% (170 casos)
 - X Región: 5,5% (318 casos)
 - XI Región: 10,3% (90 casos)
 - XII Región: 12,7% (60 casos)
- Canal No Presencial Call Center: 4,3% (523 casos).
- Canal No Presencial Formulario Web: 6,0% (265 casos).
- Canal Digital: 6,9% (200 casos).

Lo anterior, asumiendo un nivel de confianza de 95% y suponiendo varianza máxima y universo que tiende a infinito (mayor o igual a 3.000).

3.9. CÁLCULO DE DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS

Para determinar si la diferencia entre dos indicadores es estadísticamente significativa se utilizó el test de hipótesis de proporciones para muestras independientes.

Este test permite identificar diferencias significativas, respecto a los años anteriores (2016 versus 2017) y entre segmentos (hombre vs mujer).

El test de hipótesis considera los dos porcentajes o indicadores comparados y los dos tamaños de muestra comparados. Por lo tanto, una misma diferencia entre dos proporciones en dos análisis comparativos podría resultar como “significativo” o “no significativo”, dependiendo de los tamaños de muestra asociados.

Para este estudio, todos los test de hipótesis para muestras independientes fueron calculados con un 95% de nivel de confianza y asumiendo varianza máxima de los datos.

3.10. MÉTODO DE DETERMINACIÓN DE FOCOS DE MEJORA

El cruce de la satisfacción con la importancia de los atributos determina los focos prioritarios de mejora para la gestión de cada canal para las dimensiones de servicio y a nivel global.

La importancia relativa se calcula mediante una regresión lineal múltiple entre una calificación global y las calificaciones de las dimensiones/atributos que se relacionan con esta.

El nivel de ajuste de una regresión lineal se mide mediante coeficiente de correlación (R^2). El coeficiente de correlación permite cuantificar, entre valores 0 y 1, el nivel explicativo del modelo.

Se considera que un coeficiente de correlación superior al 55%, implica que el modelo se encuentra correlacionado con la experiencia general.

Un foco de mejora es un atributo o dimensión que posea una alta importancia relativa mientras que al mismo tiempo posea un bajo nivel de satisfacción. Esto implica que al tomar alguna iniciativa puntual sobre la dimensión/atributo, la satisfacción general asociada a esa dimensión/atributo también subirá, en proporción a la importancia relativa que posea el atributo y en función al nivel de correlación del modelo (R^2).

4. INDICADORES Y MÉTODOS DE CÁLCULO

4.1. INDICADORES UTILIZADOS

El IPS mide la satisfacción de sus usuarias y usuarios a través de indicadores que se construyen a partir de la transformación de variables incluidas en el instrumento con sus respectivas escalas de medición, a una escala común de 0 a 100 puntos.

Los criterios para transformar la escala original de cada variable en la escala de 0 a 100 puntos están o fueron definidos previamente por IPS y fueron rescatados a partir de los informes de resultados de los años anteriores¹.

El IPS utiliza dos indicadores claves para medir la satisfacción de sus usuarios y usuarias:

- Índice de Satisfacción General
- Umbral de Satisfacción General

Además se calcula un indicador global IPS:

- Umbral de Satisfacción Global IPS

4.1.1. **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL**

- Se transforma la escala original de la variable en la escala de 0 a 100 puntos según criterio establecido.
- Luego, se calcula el promedio de la variable transformada (0 a 100 puntos).
- Este promedio se define como el índice de satisfacción general de esta variable.
- Por ejemplo, para una escala de evaluación de 1 a 7:

Escala	1	2	3	4	5	6	7
Transformación	10	25	40	55	70	85	100

4.1.2. **UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL**

- Se recodifica la variable transformada de 0 a 100 puntos en una variable dicotómica bajo el siguiente criterio:
 - Categoría 1: 75 puntos o más
 - Categoría 2: Menos de 75 puntos
- Luego, se calcula la frecuencia de esta variable dicotómica.
- El porcentaje acumulado de la categoría “75 puntos o más” se define como el umbral de satisfacción general de esta variable.

¹Se utilizó como referencia para los criterios de transformación el informe año 2016

4.1.3. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS²

Este resultado global para la institución, corresponde al umbral de satisfacción global, el cual se calcula a partir de los resultados de los umbrales de satisfacción generales de CAPRI, Call Center y Formulario Web. El cálculo del umbral se realiza a partir de los pesos que cada canal tiene en la muestra del estudio, por lo que Canal Presencial (CAPRI) pesa un 82,9%, Call Center un 11,4% y Formulario Web un 5,8%. A continuación se detalla la fórmula de cálculo:

UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS	=	% UMBRAL CAPRI	×	PESO MUESTRA CAPRI	+	% UMBRAL CALL CENTER	×	PESO MUESTRA CALL CENTER	+	% UMBRAL FORMULARIO WEB	×	PESO MUESTRA FORMULARIO WEB
UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS	=	% UMBRAL CAPRI	×	3818/4606	+	% UMBRAL CALL CENTER	×	523/4606	+	% UMBRAL FORMULARIO WEB	×	265/4606
UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS	=	% UMBRAL CAPRI	×	82,9%	+	% UMBRAL CALL CENTER	×	11,4%	+	% UMBRAL FORMULARIO WEB	×	5,8%

²El Canal Digital no es considerado en los indicadores, dado que no pertenece al modelo histórico de construcción de indicadores por canal y global de IPS.

4.2. CRITERIOS DE TRANSFORMACIÓN Y MÉTODO DE CÁLCULO DE INDICADORES POR CANAL DE ATENCIÓN

A continuación se detallan los criterios de transformación y método de cálculos de los indicadores por los tres canales de atención (CAPRI, Call Center y Formulario Web). Cabe señalar que el Canal Digital no es considerado en los indicadores, dado que no pertenece al modelo histórico de construcción de indicadores por canal y global de IPS.

4.2.1. CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

El índice de satisfacción general CAPRI se construye a partir de 4 dimensiones, cada cual con sus propios indicadores construidos a partir de las preguntas del cuestionario. Las dimensiones consideradas son: “Calidad y eficiencia del servicio”, “Infraestructura y condiciones ambientales”, “Imagen del IPS” y “Calificación directa”. Cada dimensión tiene preguntas y atributos asociados y un peso para cada una de ellas. El detalle de las dimensiones, preguntas y criterios de transformación se muestran a continuación:

	DIMENSIÓN (PESO)	PREGUNTA	INDICADOR	CRITERIOS DE TRANSFORMACIÓN DE VARIABLES							
	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO (30%)	P.24.1	Tiempo de espera	Escala	1	2	3	4	5	6
				Valor	10	25	40	55	70	85	100
P.19.1 a P.19.7 P.17.10			Promedio Atención personal (7 atributos) y Cantidad módulos atendiendo	Escala	1	2	3	4	5	6	7
				Valor	10	25	40	55	70	85	100
P.19.8			Atención del ejecutivo	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100	
P.8.A		Resultado de la consulta o trámite (primer trámite realizado)	Escala	1	2	3					
			Valor	100	50	10					
P.9		Utilidad de la explicación (primer trámite realizado)	Escala	1	2	3					
			Valor	100	50	10					
INFRAESTRUCTURAY CONDICIONES AMBIENTALES (20%)		P.25	Respecto por orden de atención	Escala	1	2	3				
				Valor	100	50	10				
IMAGEN DE IPS (20%)	P.17.1 a P.17.9	Promedio Espacio e infraestructura (9 atributos)	Escala	1	2	3	4	5	6	7	
			Valor	10	25	40	55	70	85	100	
CALIFICACIÓN DIRECTA (30%)	P.14.1 a P.14.5	Promedio Imagen institucional (5 atributos)	Escala	1	2	3	4				
			Valor	10	30	75	100				
	P.32	Satisfacción general	Escala	1	2	3	4	5	6	7	
			Valor	10	25	40	55	70	85	100	

Respecto a la presentación de los resultados, los datos que se entregan son dos. En primer lugar, un promedio del índice de satisfacción general, valor que va de 0 a 100 puntos y que refleja el promedio de los puntajes de las personas usuarias encuestadas. En segundo lugar, se presenta el umbral de satisfacción general, que corresponde al porcentaje de personas que obtuvieron un puntaje igual o mayor a 75 puntos en el índice de satisfacción general.

4.2.2. CALL CENTER

El índice de satisfacción general del Call Center está compuesto por 4 dimensiones: “Accesibilidad a la línea”, “Atención del ejecutivo”, “Calidad de la respuesta o solución” y la “Satisfacción global con la atención”. Cada dimensión tiene preguntas y atributos asociados y un peso para cada una de ellas. El detalle de las dimensiones, preguntas y criterios de transformación se muestran a continuación:

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER	DIMENSIÓN (PESO)	PREGUNTA	INDICADOR	CRITERIOS DE TRANSFORMACIÓN DE VARIABLES						
	ACCESIBILIDAD A LA LÍNEA (10%)	P.6	Tiempo de espera	Escala	1	2	3	4	5	6
Valor				10	25	40	55	70	85	100
ACCESIBILIDAD A LA LÍNEA (10%)	P.7	Número de llamados Previos	Escala	0	1	2	3	4	5 o más	
			Valor	100	70	70	30	30	10	
ATENCIÓN DEL EJECUTIVO (30%)	P.4.1	Amabilidad y cortesía en el trato del ejecutivo	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
ATENCIÓN DEL EJECUTIVO (30%)	P.4.2	Comprensión del ejecutivo del motivo del llamado	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
ATENCIÓN DEL EJECUTIVO (30%)	P.4.3	Claridad del ejecutivo al entregar información	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
ATENCIÓN DEL EJECUTIVO (30%)	P.4.4	Lo adecuado de la información dada por el ejecutivo	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100
CALIDAD DE LA RESPUESTA O SOLUCIÓN (30%)	P.16	Calidad de la respuesta	Escala	1	2	3	98/99			
			Valor	100	50	10	50			
SATISFACCIÓN GLOBAL CON LA ATENCIÓN (30%)	P.23	Satisfacción general	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100

Respecto a la presentación de los resultados, al igual que en los Centros de Atención Previsional Integral, los datos que se entregan son dos. En primer lugar, un promedio del índice de satisfacción general, valor que va de 0 a 100 puntos y que refleja el promedio de los puntajes de los usuarios y usuarias encuestados. En segundo lugar, se presenta el umbral de satisfacción general, que corresponde al porcentaje de usuarios que obtuvieron un puntaje igual o mayor a 75 puntos en el índice de satisfacción general.

4.2.3. FORMULARIO WEB

El índice de satisfacción general del Formulario Web está compuesto por 4 dimensiones: “Facilidad de acceso”, “Calidad de la respuesta o solución”, “Tiempo de comunicación” y la “Satisfacción global”. Cada dimensión tiene preguntas y atributos asociados y un peso para cada una de ellas. El detalle de las dimensiones, preguntas y criterios de transformación se muestran a continuación:

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN FORMULARIO WEB	DIMENSIÓN (PESO)	PREGUNTA	INDICADOR	CRITERIOS DE TRANSFORMACIÓN DE VARIABLES							
	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN FORMULARIO WEB	FACILIDAD DE ACCESO (30%)	P.6.1	Claridad del formulario	Escala	1	2	3	4	5	6
				Valor	10	25	40	55	70	85	100
P.6.2			Facilidad para llenarlo	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100	
		P.4	Dificultad de uso de la página Web	Escala	1	2	3	98/99			
			Valor	100	50	10	50				
	CALIDAD DE LA RESPUESTA O SOLUCIÓN (20%)	P.10	Calidad de la respuesta	Escala	1	2	3	98/99			
			Valor	100	50	10	50				
	TIEMPO DE COMUNICACIÓN (20%)	P.12	Tiempo de respuesta	Escala	1	2	3	98/99			
			Valor	100	50	10	50				
	SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL FORMULARIO WEB (30%)	P.19	Satisfacción general	Escala	1	2	3	4	5	6	7
			Valor	10	25	40	55	70	85	100	

Respecto a la presentación de los resultados, al igual que en los Centros de atención Previsional Integral y Call Center, los datos que se entregan son dos. En primer lugar un promedio del índice de satisfacción general, valor que va de 0 a 100 puntos y que refleja el promedio de los puntajes de los usuarios y usuarias encuestados. En segundo lugar, se presenta el umbral de satisfacción general, que corresponde al porcentaje de usuarias y usuarios que obtuvieron un puntaje igual o mayor a 75 puntos en el índice de satisfacción general.

5. RESULTADOS GLOBALES IPS

5.1. SATISFACCIÓN DE USUARIAS Y USUARIOS

5.1.1. CÁLCULO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS 2017

El resultado global para la institución corresponde al umbral de satisfacción global IPS, el cual se calcula multiplicando el peso de la muestra de cada canal por el umbral general de cada uno de los canales en estudio (CAPRI, Call Center y Formulario Web). En la medición 2017, el resultado del umbral general de satisfacción del Instituto de Previsión Social es de **94,7%**.

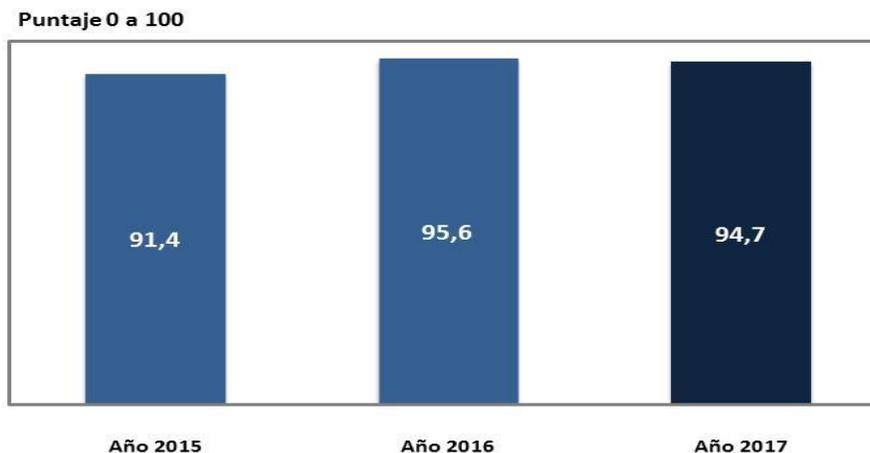
Tabla 1: Umbral de Satisfacción General IPS

CANAL	MUESTRA	PESO	UMBRAL GENERAL POR CANAL	UMBRAL POR PESO DE CANAL	UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS
CAPRI	3.818	82,90%	98,50%	81,65%	94,70%
Call Center	523	11,40%	82,40%	9,36%	
Formulario Web	265	5,80%	64,20%	3,69%	
TOTAL	4.606				

5.1.2. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS

El Umbral de Satisfacción Global de IPS baja 0,9 puntos porcentuales respecto al año 2016. Esto se explica, fundamentalmente, por la baja obtenida en el umbral de satisfacción general en sus canales de atención no presenciales: Call Center y Formulario

Gráfico 1: Evolutivo Umbral de Satisfacción Global IPS



5.1.3. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL POR CANAL DE ATENCIÓN

El 94,7% de las personas atendidas por los canales presenciales y/o no presenciales de IPS cumple con el umbral de satisfacción general de 75 puntos o más.

Tabla 2: Resumen Umbral de Satisfacción Global IPS por Canal de Atención

CANAL	Medición 2016		Medición 2017	
	MUESTRA	PESO	MUESTRA	PESO
CAPRI	4.141	80,4%	3.818	82,9%
CALL CENTER	757	14,7%	523	11,4%
FORMULARIO WEB	250	4,9%	265	5,8%
TOTAL	5.148	100%	4.606	100%

UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI				
CATEGORÍA	2016		2017	
	n	%	N	%
75 puntos o más	4.082	98,6%	3.762	98,5%
Menos de 75 puntos	59	1,4%	56	1,5%
TOTAL	4.141	100%	3.818	100%

UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER				
CATEGORÍA	2016		2017	
	n	%	N	%
75 puntos o más	660	87,2%	431	82,4%
Menos de 75 puntos	97	12,8%	92	17,6%
TOTAL	757	100%	523	100%

UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB				
CATEGORÍA	2016		2017	
	n	%	N	%
75 puntos o más	179	71,6%	170	64,2%
Menos de 75 puntos	71	28,4%	95	35,8%
TOTAL	250	100%	265	100%

UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS				
CATEGORÍA	2016		2017	
	n	%	N	%
75 puntos o más	4.921	95,6%	4.363	94,7%
Menos de 75 puntos	227	4,4%	243	5,3%
TOTAL	5.148	100%	4.606	100%

5.1.4. RESUMEN UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL POR CANAL DE ATENCIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la medición 2017, en el Canal Presencial CAPRI no existe diferencia significativa en la proporción de personas satisfechas entre hombres y mujeres.

Respecto al Canal Call Center, el Umbral de Satisfacción General muestra que no existen diferencias significativas en la proporción de personas satisfechas entre hombres y mujeres. Sin embargo, se aprecia que el umbral de satisfacción de las mujeres es levemente mayor que el que exhiben los hombres.

Luego, respecto al Formulario Web, se aprecia que el umbral de satisfacción de las mujeres es mayor que el que exhiben los hombres.

Finalmente, el Umbral de Satisfacción Global IPS muestra que no existen diferencias significativas en la proporción de personas satisfechas entre hombres y mujeres.

Tabla 3: Resumen Umbral de Satisfacción General por Canal de Atención y Umbral de Satisfacción Global IPS según Sexo

CAPRI	CATEGORÍA	SEXO				TOTAL UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL	
		Mujer		Hombre		n	%
		n	%	n	%		
% 75 Puntos o más	2.486	98,5%	1.276	98,5%	3.762	98,5%	
Total	2.523	100,0%	1.295	100,0%	3.818	100,0%	

CALL CENTER	CATEGORÍA	SEXO				TOTAL UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL	
		Mujer		Hombre		n	%
		n	%	n	%		
% 75 Puntos o más	306	83,4%	125	80,1%	431	82,4%	
Total	367	100,0%	156	100,0%	523	100,0%	

FORMULARIO WEB	CATEGORÍA	SEXO				TOTAL UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL	
		Mujer		Hombre		n	%
		n	%	n	%		
% 75 Puntos o más	123	66,1%	47	59,5%	170	64,2%	
Total	186	100,0%	79	100,0%	265	100,0%	

UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL IPS	CATEGORÍA	SEXO				TOTAL UMBRAL DE SATISFACCIÓN GLOBAL	
		Mujer		Hombre		n	%
		n	%	n	%		
% 75 Puntos o más	2.915	94,8%	1.448	94,6%	4.363	94,7%	
Total	3.076	100,0%	1.530	100,0%	4.606	100,0%	

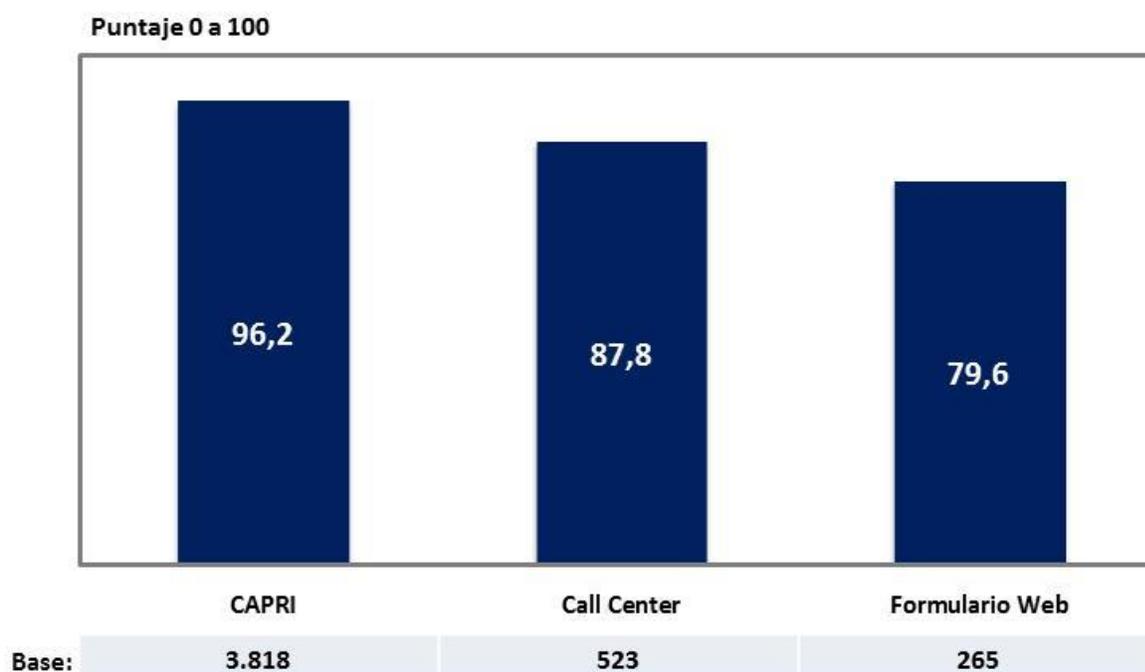
5.2. ÍNDICE Y UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL COMPARATIVO POR CANAL DE ATENCIÓN

5.2.1. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL COMPARATIVO POR CANAL DE ATENCIÓN

El canal presencial del IPS (CAPRI) obtiene un Índice de Satisfacción General significativamente mayor que los canales no presenciales (Call Center y Formulario Web).

Dentro de los canales no presenciales, Call Center obtiene un Índice de Satisfacción significativamente más alto que Formulario Web.

Gráfico 2: Índice de Satisfacción General del IPS según Canal de Atención

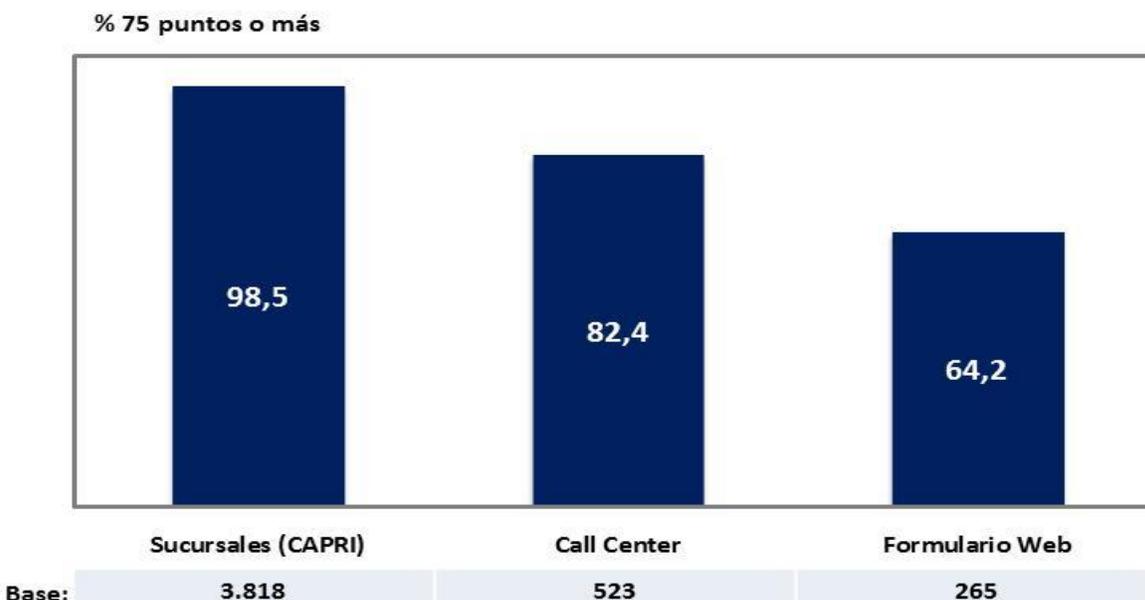


5.2.2. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL COMPARATIVO POR CANAL DE ATENCIÓN

Consistentemente con lo evidenciado en el índice, se aprecia que el Umbral de Satisfacción del IPS en los Centros de Atención Previsional (CAPRI) es significativamente más alto que el mismo indicador para el canal Call Center y que, a su vez, el umbral de este canal es significativamente más alto que el que obtiene en Formulario Web.

En este contexto, destaca la brecha que existe para el Formulario Web entre el promedio entre 0 a 100 puntos que define al Índice de Satisfacción General y el porcentaje de personas con puntaje de 75 o más puntos que define al Umbral de Satisfacción General. Esto se explica porque los aspectos específicos que conforman las dimensiones analíticas de Formulario Web presentan una alta concentración de personas en niveles “medios” de evaluación (pero menores de 75 puntos). Por lo tanto, cuando se calcula un promedio se ejerce una diferencia entre la proporción de personas en rangos “medios” de evaluación y las personas en rangos “bajos” de evaluación. Sin embargo, esta diferencia desaparece cuando se agrupa a las personas con niveles “medios” y “bajos” de evaluación en una misma categoría que queda bajo el umbral de 75 puntos. Y, por lo tanto, el Umbral de Satisfacción General (que es el porcentaje de personas en rangos “altos” de evaluación) queda bastante más abajo que el Índice de Satisfacción General (que es el promedio de la variable en una escala de 0 a 100 puntos).

Gráfico 3: Umbral de Satisfacción General del IPS según Canal de Atención



6. RESULTADOS POR CANAL DE ATENCIÓN IPS

6.1. RESULTADOS CENTRO DE ATENCION PREVISIONAL CAPRI

El objetivo es caracterizar a las personas usuarias del IPS, a partir de distintas variables sociodemográficas y de vulnerabilidad, para comprender quiénes son y detectar diferentes necesidades para los distintos segmentos de la población.

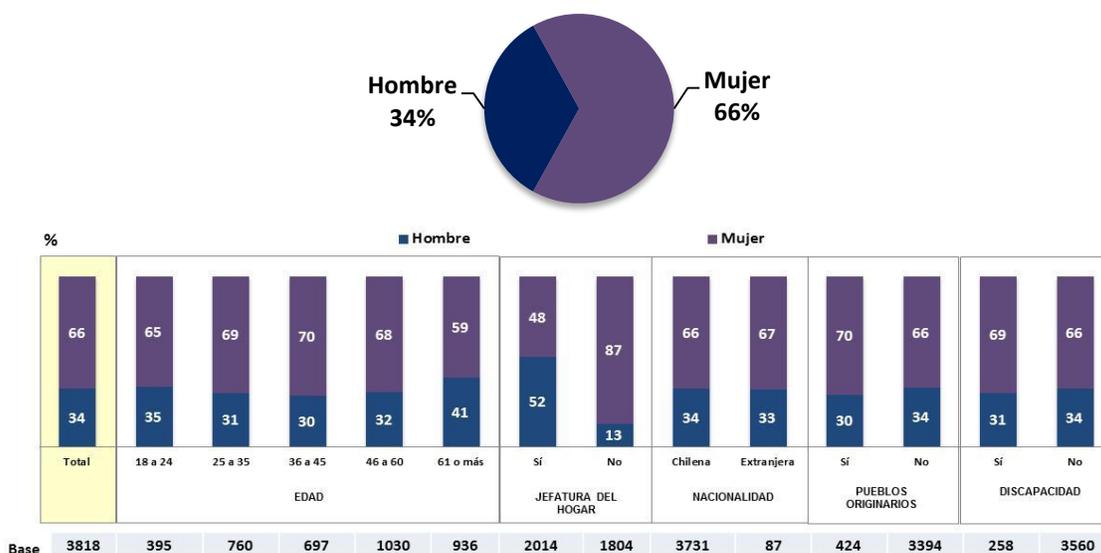
A continuación, para la caracterización de los usuarios/as, se consideraran diversas variables tales como sexo, nacionalidad, edad, nivel educacional, actividad principal y jefatura de hogar, entre otras. Además se presentan los resultados de umbral e índice de satisfacción desagregados por género y por región.

6.1.1. CARACTERIZACION DE LAS PERSONAS USUARIAS

La distribución de los datos según sexo, muestra que un 66% de los casos corresponde a mujeres y un 34% de la muestra a hombres. Este resultado 2017 no ha variado significativamente respecto a las mediciones de los años anteriores, dado que las mujeres siguen siendo las principales usuarias de los servicios que entrega el Instituto de Previsión Social.

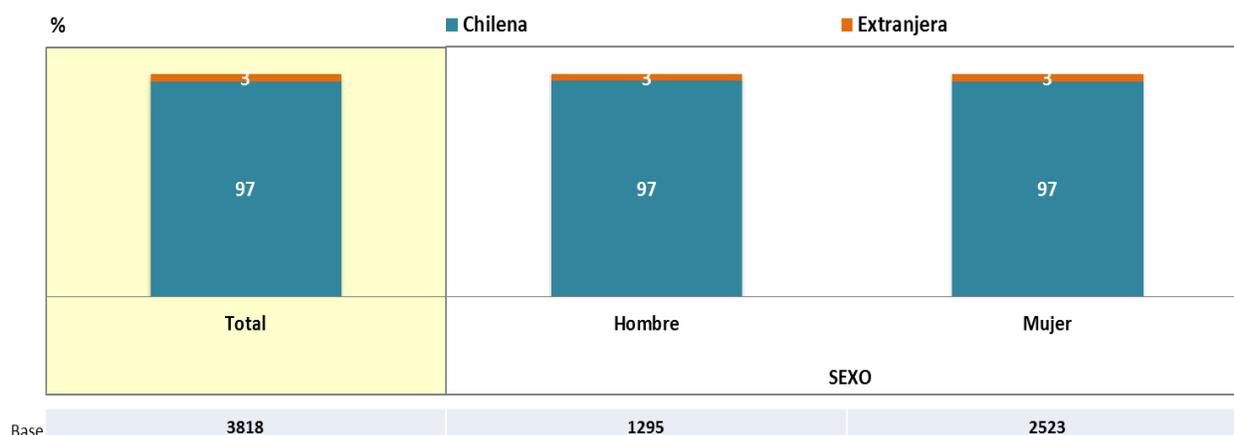
En este sentido, a pesar de que a nivel general hay mujeres usuarias en todos los rangos etarios (mayores de 18 años), destaca una concentración en el rango etario que va desde 36 a 45 años (70%). El 48% de ellas declara ser la jefa de su hogar o principal sostenedora y son preferentemente chilenas. Sin embargo, hay que destacar que el 52% de los hombres es el jefe de hogar.

Gráfico 4: Sexo de usuarios y usuarias



El 97% de las personas usuarias de la muestra son de nacionalidad chilena y un 3% extranjeros. No existen diferencias entre hombres y mujeres según nacionalidad.

Gráfico 5: Nacionalidad según Sexo



Respecto de las edades de las y los usuarios, destaca, en primer lugar, que las mujeres que visitan las sucursales de IPS son principalmente mayores de 35 años o más. No se observan diferencias entre las edades de hombres y mujeres que visitan las sucursales, sólo destaca un mayor porcentaje de varones (29%) en el rango etario mayor a 61 años o más.

Gráfico 6: Rango etario según Sexo



El nivel educacional de las personas que se atienden en sucursales del IPS corresponde principalmente a niveles de escolaridad media completa (30,5%) y de escolaridad media incompleta (14,8%), respectivamente.

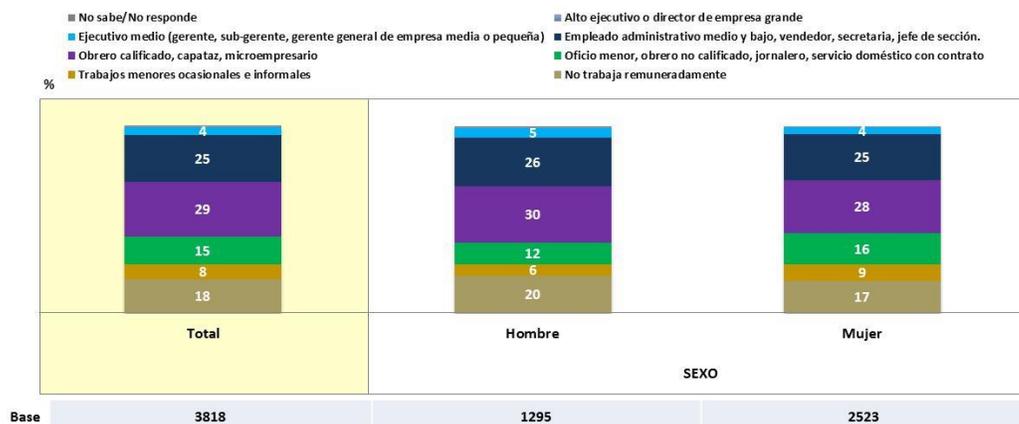
Tabla 4: Nivel educacional según Sexo

Nivel educacional	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Básica incompleta o inferior	12,1%	10,6%	12,8%
Básica completa	13,1%	12,4%	13,4%
Media incompleta	14,8%	15,0%	14,7%
Media completa	30,5%	30,7%	30,5%
Media técnica incompleta	3,0%	2,1%	3,5%
Media técnica completa	6,8%	7,2%	6,6%
Superior técnica incompleta	1,6%	1,9%	1,5%
Superior técnica completa	7,1%	7,0%	7,1%
Universitaria incompleta	2,4%	3,2%	1,9%
Universitaria completa	7,7%	9,1%	6,9%
Postgrado	0,3%	0,3%	0,2%
No responde	0,8%	0,6%	0,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Nº de casos	3.818	1.295	2.523

Respecto a la actividad principal que realizan los usuarios y usuarias, se observa que a nivel total, el 29% realiza trabajos del tipo “Obrero calificado, capataz, micro empresario” y un 25% declara ser “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección”.

Luego, al desagregar los resultados por sexo, no se observan diferencias significativas, dado que las actividades principales declaradas por los usuarios son “Obrero calificado, capataz, micro empresario” y “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección”, respectivamente.

Gráfico 7: Actividad principal según Sexo



Respecto a los resultados por jefatura de hogar, hay que destacar que entre los hombres el 82% declaran ser jefes de hogar. Entre las mujeres entrevistadas el 38% de ellas menciona ser jefa de hogar.

Gráfico 8: Jefatura de Hogar según Sexo



Se observa que, el 90% de los entrevistados señala no pertenecer a algún pueblo originario, solo el 10% se declara con pertinencia. De los que se declaran con pertinencia, el 74% de ellos señala ser Mapuche y un 10% Aymara, principalmente.

Por otra, se observa que en las regiones de los Lagos, La Araucanía y Biobío es donde existe una mayor presencia de usuarios que se declaran pertenecer a algún pueblo originario.

Gráfico 9: Pertenencia a Pueblo Originario según Sexo

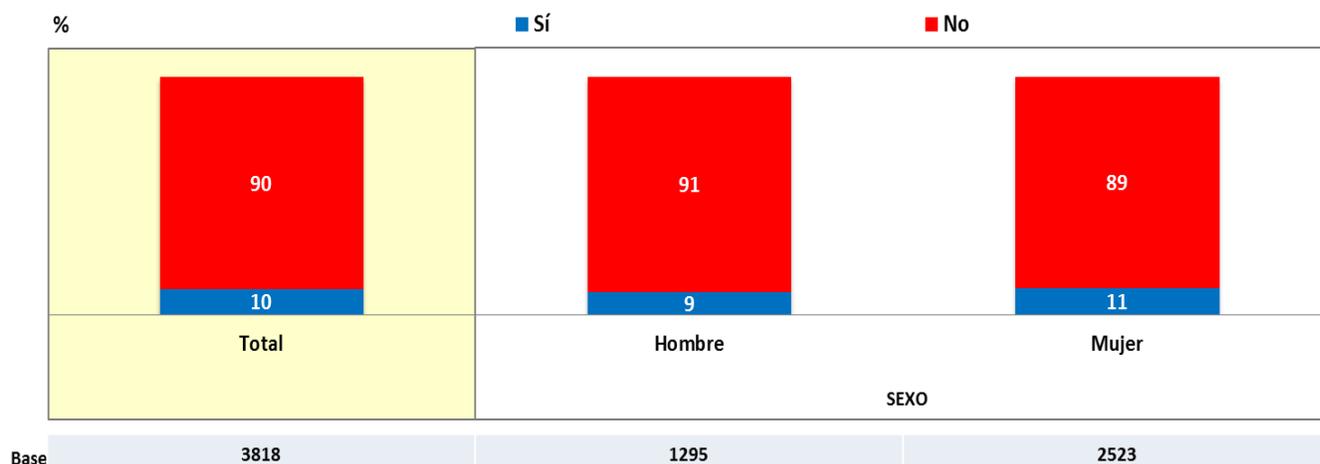
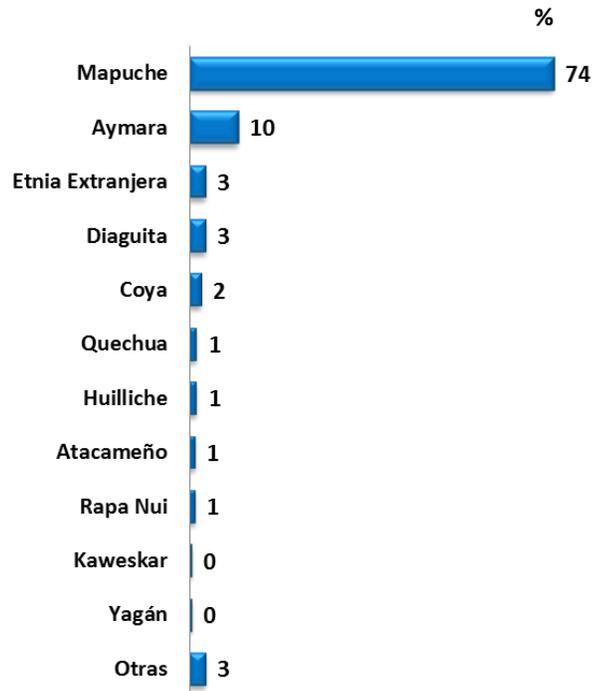
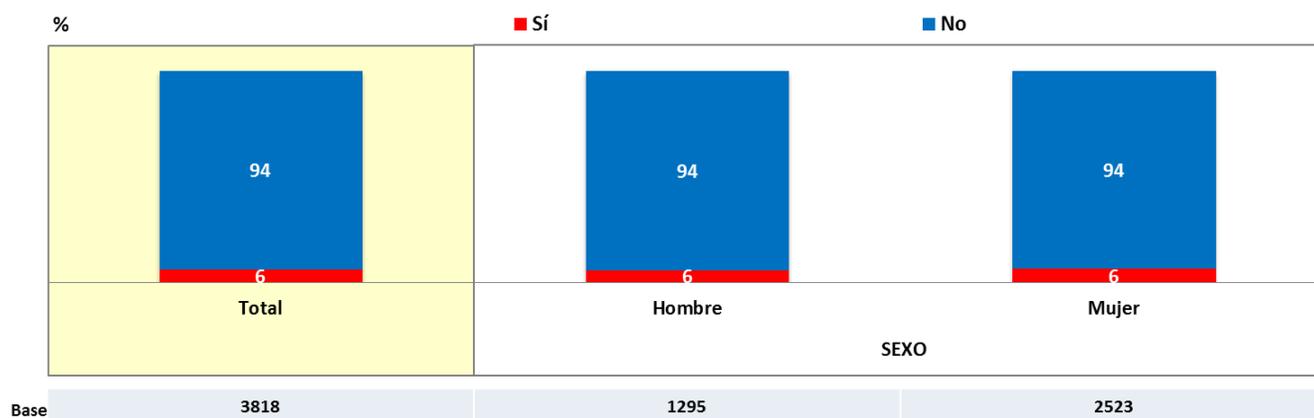


Gráfico 10: Distribución de usuarios según Pertenencia a Pueblos Originarios

Tabla 5: Distribución de usuarios según Pertenencia a Pueblos Originarios por Región (%)

Pueblo Originario	Total	REGIÓN															
		XV	I	II	III	IV	V	XII	VI	VII	VIII	IX	XIV	X	XI	XII	
Mapuche	74,3	4,5	5,3	0,0	28,6	25,9	71,4	84,6	66,7	78,6	94,0	94,0	89,5	88,2	96,0	80,0	
Aymara	9,7	90,9	73,7	0,0	7,1	11,1	0,0	1,9	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	
Etnia Extranjera	3,1	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	5,8	0,0	0,0	2,0	4,5	5,3	0,0	4,0	0,0	
Diaguita	3,1	0,0	0,0	0,0	35,7	29,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Coya	2,1	0,0	5,3	0,0	28,6	11,1	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Quechua	1,2	0,0	10,5	100	0,0	7,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Huilliche	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9	0,0	0,0	
Atacameño	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Rapa Nui	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Kaweskar	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Yagán	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	
Otras	3,1	0,0	5,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9	0,0	21,4	4,0	1,5	5,3	4,7	0,0	0,0	
Total (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n	424	22	19	1	14	27	21	52	3	14	50	67	22	85	25	5	

El 6% de los usuarios y usuarias que visitan los centros de atención se encuentran en situación de discapacidad. No se observan diferencias entre hombres y mujeres.

Gráfico 11: Discapacidad según Sexo

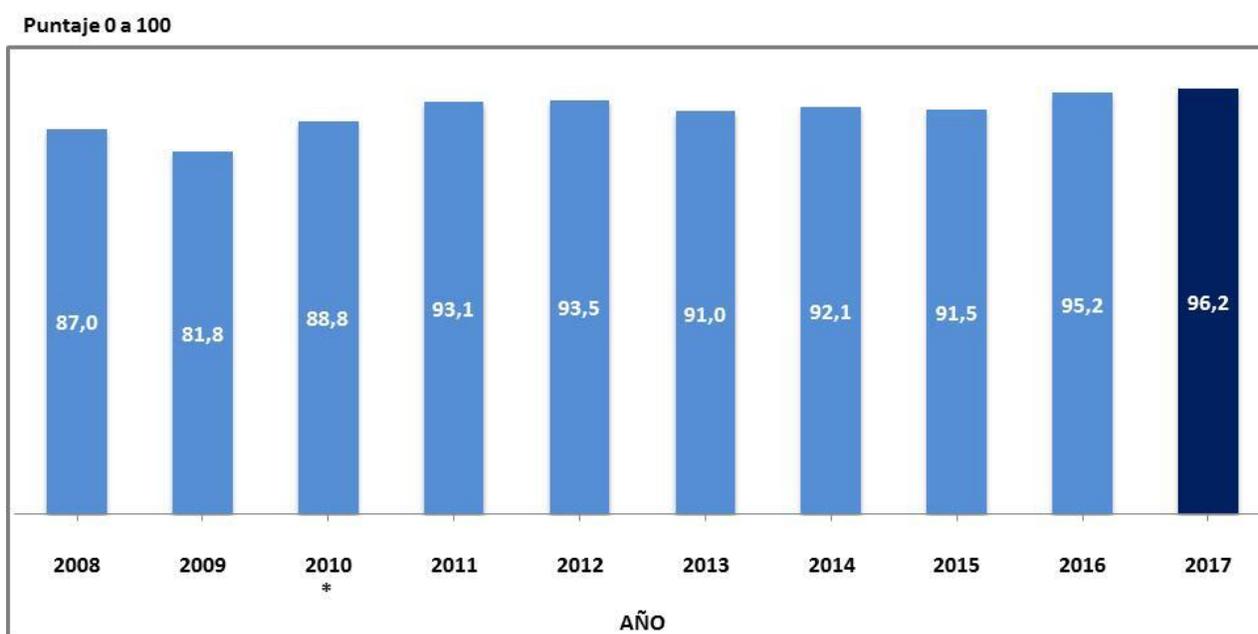


6.1.2. INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS

6.1.2.1. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL (CAPRI)

El Índice de Satisfacción General para el canal presencial CAPRI alcanza **96,2** puntos el año 2017, lo cual representa un alza (no significativa) de 1 punto respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017, el canal presencial del IPS obtiene su indicador más alto considerando la serie de tiempo de los últimos 10 años.

Gráfico 12: Evolutivo Índice de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI



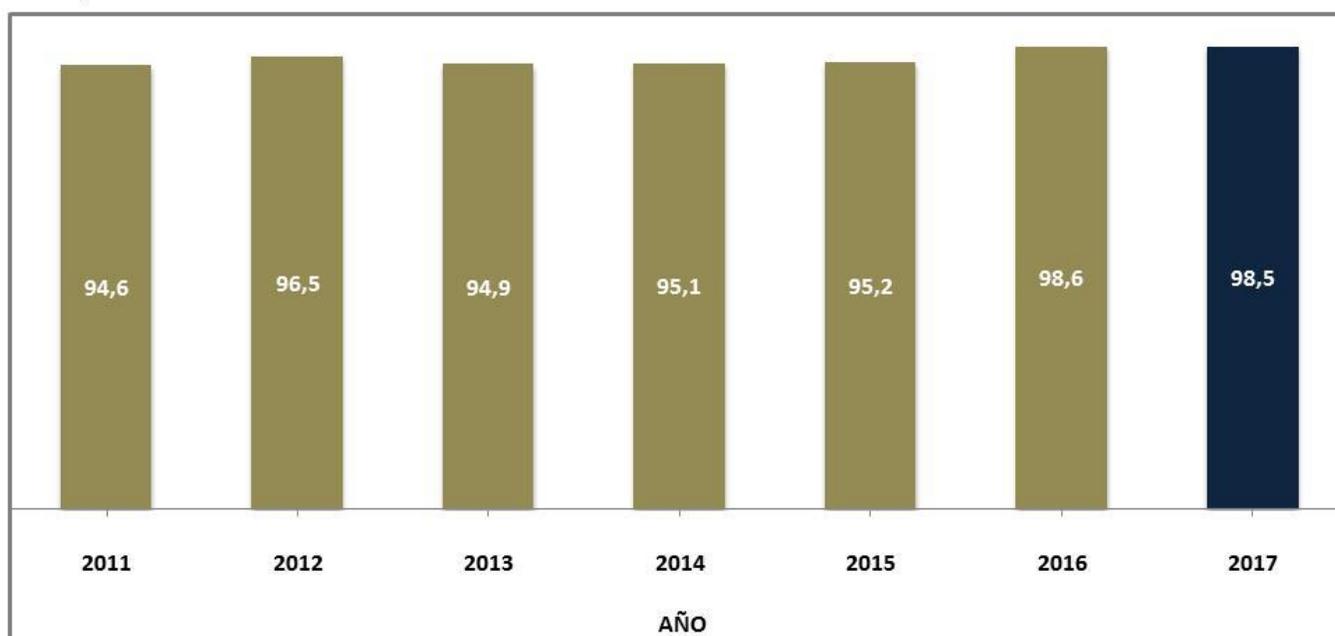
* : dato Medición Nov-10

6.1.2.2. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI

El Umbral de Satisfacción General para el canal presencial CAPRI es de **98,5%** para el año 2017, lo cual representa una baja (no significativa) de 0,1 punto porcentual respecto al año 2016. Esto implica que los dos últimos años (2016 y 2017), el canal presencial del IPS ha presentado un porcentaje de personas satisfechas en un nivel significativamente mayor que desde el año 2015 hacia atrás.

Gráfico 13: Evolutivo Umbral de Satisfacción General CANAL PRESENCIAL CAPRI

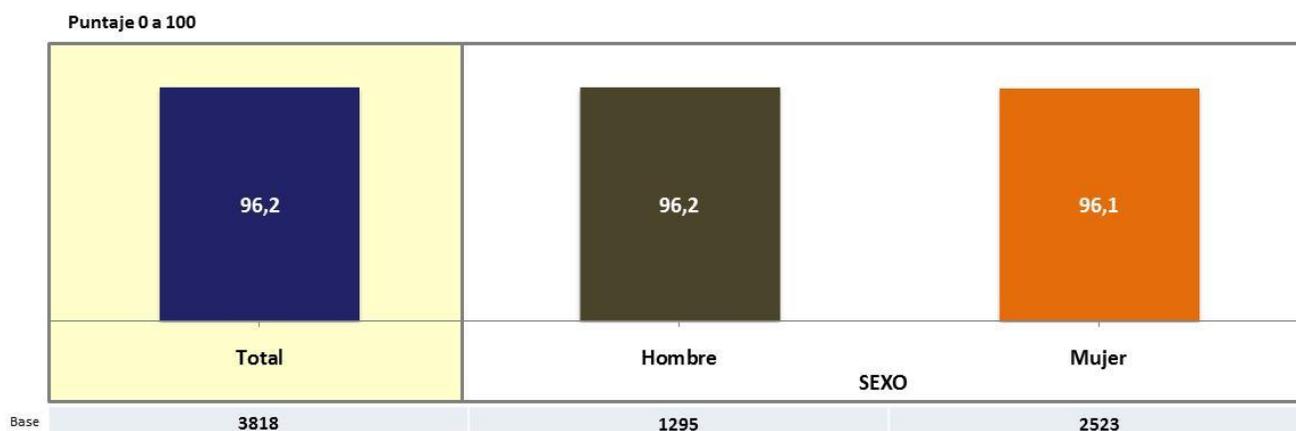
% 75 puntos o más



6.1.2.3. **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN SEXO**

No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres en el Índice de Satisfacción General.

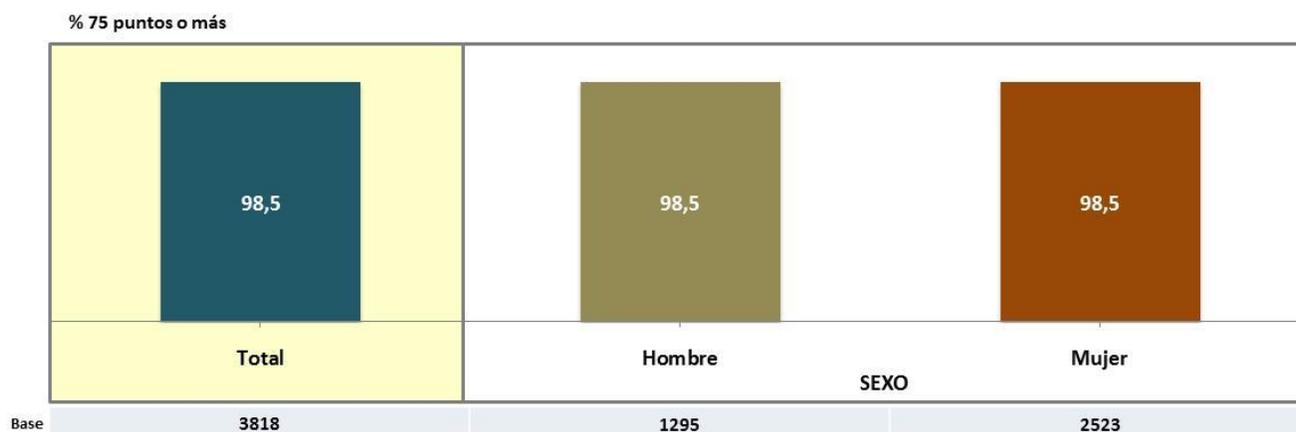
Gráfico 14: Índice de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI 2017 según Sexo



6.1.2.4. **UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN SEXO**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que no existe diferencia significativa en la proporción de personas usuarias) satisfechas entre hombres y mujeres.

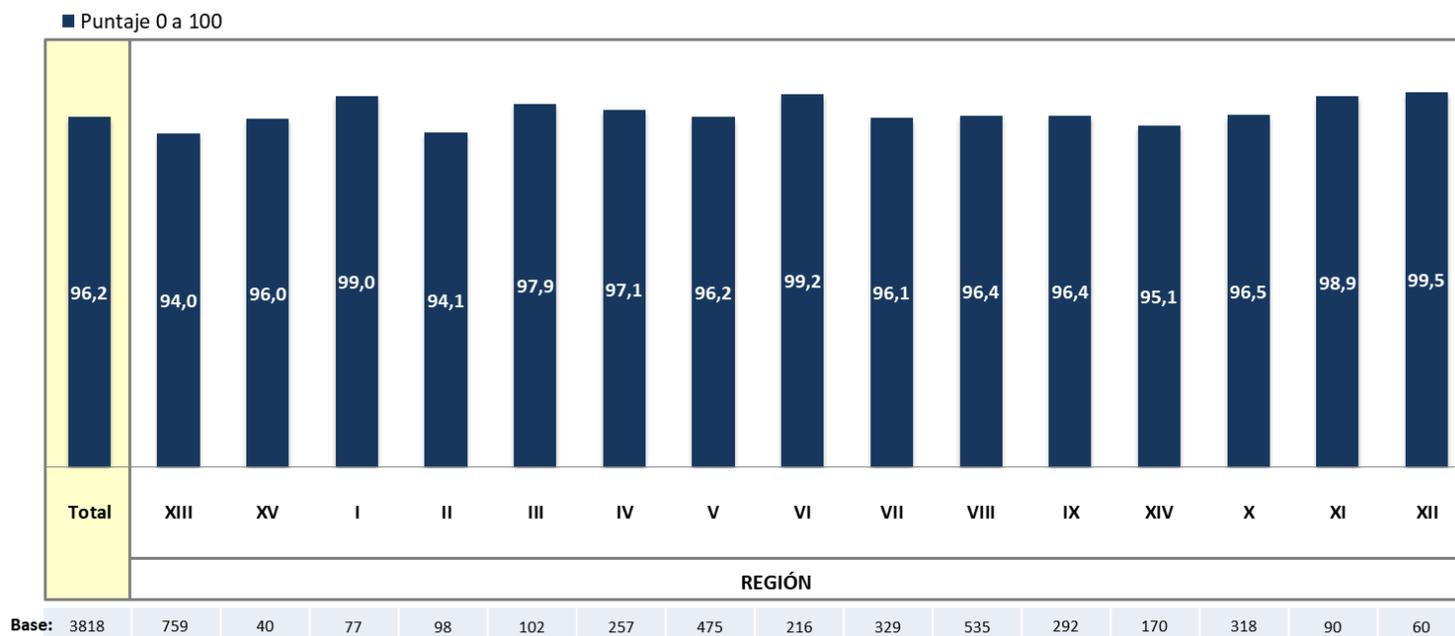
Gráfico 15: Umbral de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI 2017 según Sexo



6.1.2.5. **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN REGIÓN**

El índice de Satisfacción a nivel nacional es de 96,2 puntos. La mayoría de las regiones del país obtienen sobre 95 puntos en el índice de satisfacción general, exceptuando las regiones Metropolitana, Antofagasta, que obtienen puntajes inferiores a 95 puntos.

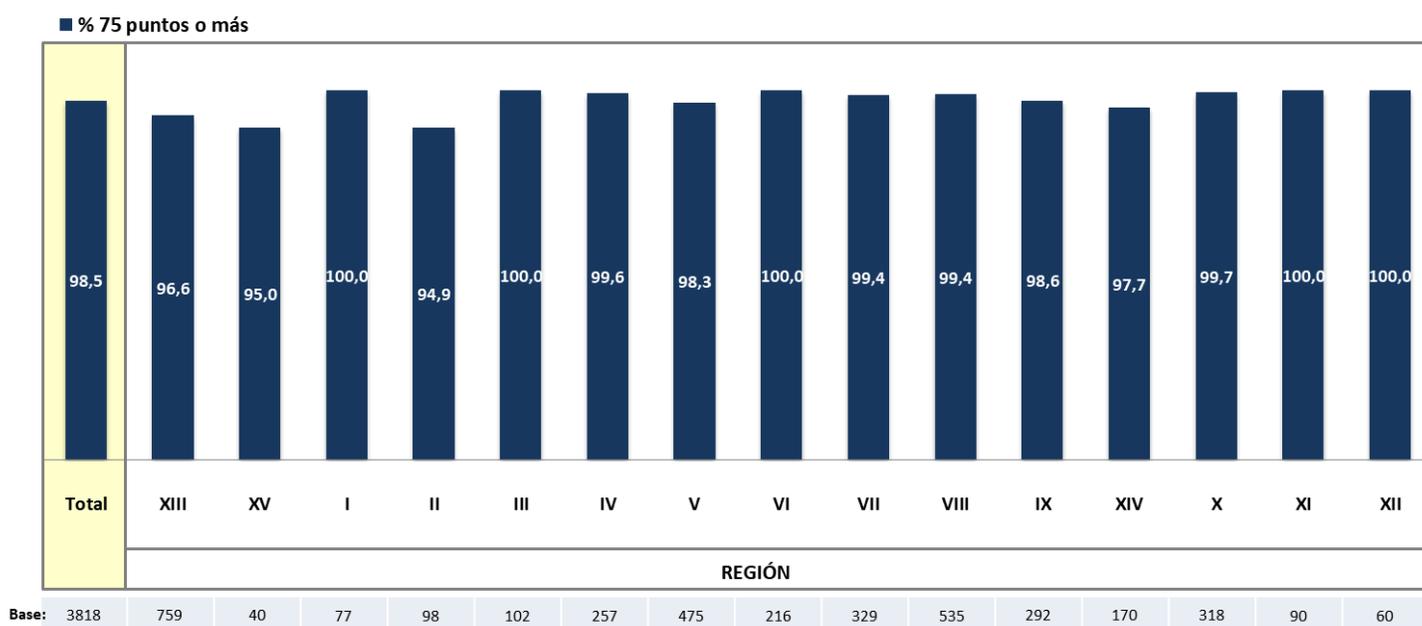
Gráfico 16: Índice de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI 2017 según Región



6.1.2.6. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN REGIÓN

El umbral de Satisfacción a nivel nacional es de 98,5%. La mayoría de las regiones del país obtienen umbrales iguales o sobre 95%, exceptuando la región de Antofagasta que obtiene un umbral de 94,9%.

Gráfico 17: Umbral de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI 2017 según Región



6.1.2.7. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN REGIÓN Y SEXO

Tabla 6: Umbral de Satisfacción General según Región y Sexo

Región	Categoría	Frecuencia (n) por Sexo		Porcentaje (%) por Sexo		Frecuencia (n) Total	Porcentaje (%) Total
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer		
XV Arica y Parinacota	75 puntos o más	16	22	40,0%	55,0%	38	95,0%
	Menos de 75 puntos	0	2	0,0%	5,0%	2	5,0%
I Tarapacá	75 puntos o más	28	49	36,4%	63,6%	77	100,0%
	Menos de 75 puntos	0	0	0,0%	0,0%	0	0,0%
II Antofagasta	75 puntos o más	31	62	31,6%	63,3%	93	94,9%
	Menos de 75 puntos	1	4	1,0%	4,1%	5	5,1%
III Atacama	75 puntos o más	33	69	32,4%	67,6%	102	100,0%
	Menos de 75 puntos	0	0	0,0%	0,0%	0	0,0%
IV Coquimbo	75 puntos o más	91	165	35,4%	64,2%	256	99,6%
	Menos de 75 puntos	0	1	0,0%	0,4%	1	0,4%
V Valparaíso	75 puntos o más	160	307	33,7%	64,6%	467	98,3%
	Menos de 75 puntos	2	6	0,4%	1,3%	8	1,7%
VI O'Higgins	75 puntos o más	85	131	39,4%	60,6%	216	100,0%
	Menos de 75 puntos	0	0	0,0%	0,0%	0	0,0%
VII Maule	75 puntos o más	102	225	31,0%	68,4%	327	99,4%
	Menos de 75 puntos	0	2	0,0%	0,6%	2	0,6%
VIII Biobío	75 puntos o más	213	319	39,8%	59,6%	532	99,4%
	Menos de 75 puntos	1	2	0,2%	0,4%	3	0,6%
IX Araucanía	75 puntos o más	98	190	33,6%	65,1%	288	98,6%
	Menos de 75 puntos	2	2	0,7%	0,7%	4	1,4%
XIV Los Ríos	75 puntos o más	45	121	26,5%	71,2%	166	97,6%
	Menos de 75 puntos	1	3	0,6%	1,8%	4	2,4%
X Los Lagos	75 puntos o más	88	229	27,7%	72,0%	317	99,7%
	Menos de 75 puntos	1	0	0,3%	0,0%	1	0,3%
XI Aysén	75 puntos o más	26	64	28,9%	71,1%	90	100,0%
	Menos de 75 puntos	0	0	0,0%	0,0%	0	0,0%
XII Magallanes	75 puntos o más	19	41	31,7%	68,3%	60	100,0%
	Menos de 75 puntos	0	0	0,0%	0,0%	0	0,0%
XIII Metropolitana	75 puntos o más	241	492	31,8%	64,8%	733	96,6%
	Menos de 75 puntos	11	15	1,4%	2,0%	26	3,4%

6.1.2.8. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIALCAPRI SEGÚN DIMENSIONES

Existe un aumento significativo de 4,8 puntos en la medición 2017, en el Índice de Satisfacción de la dimensión “Imagen”.

Tabla 7: Evolutivo Índice de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI según Dimensiones

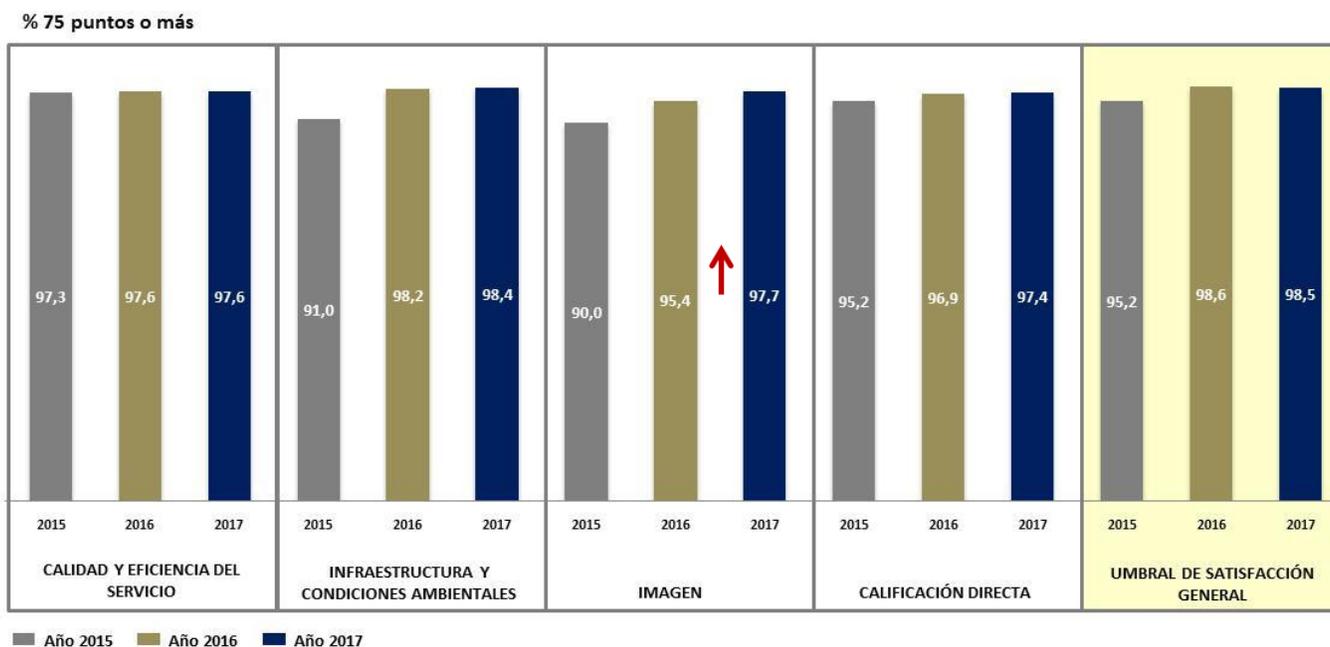
Puntaje 0 a 100

AÑO	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL
2017	96,0	96,1	96,3 ↑	96,3	96,2
2016	95,8	96,6	91,5	96	95,2
2015	93,5	91	86,1	93,4	91,5
2014	94	93,9	85,4	93,6	92,1
2013	93,5	94,3	79,8	93,7	91,0
2012	92,2	95,4	91,8	93,4	93,5
2011	92	94,7	92,6	93,6	93,1
2010	88,8	86,9	89,1	89,8	88,8
2009	78,3	77,9	83,7	86,5	81,8
2008	83,2	90,6	87,2	88,1	87,0

6.1.2.9. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN DIMENSIONES

El Umbral de Satisfacción de las dimensiones del canal CAPRI muestra un aumento significativo en el porcentaje de personas con puntaje de 75 puntos o más en la dimensión “Imagen”.

Gráfico 18: Evolutivo Umbral de Satisfacción General Canal Presencial CAPRI según Dimensiones



6.1.2.10. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI VERSUS METAS POR REGIÓN

Se aprecia que se cumplen las metas a nivel total y para todas las regiones del país.

Tabla 8: Umbral de Satisfacción General vs Metas regionales

REGIÓN	Porcentaje de clientes que declaran satisfacción con el servicio el año t	Umbral de Satisfacción General 2017	Muestra (n)
	Meta		
XV Arica y Parinacota	86,96	95,00	40
I Tarapacá	87,88	100,00	77
II Antofagasta	89,13	94,90	98
III Atacama	86,36	100,00	102
IV Coquimbo	89,45	99,61	257
V Valparaíso	88,68	98,32	475
VI O'Higgins	89,31	100,00	216
VII Maule	89,54	99,39	329
VIII Biobío	86,32	99,44	535
IX Araucanía	87,16	98,63	292
XIV Los Ríos	88,38	97,65	170
X Los Lagos	89,96	99,69	318
XI Aysén	89,53	100,00	90
XII Magallanes	90,70	100,00	60
XIII Metropolitana	86,91	96,57	759

6.1.2.11. ÍNDICE Y UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN DIMENSIONES Y CENTROS DE ATENCIÓN

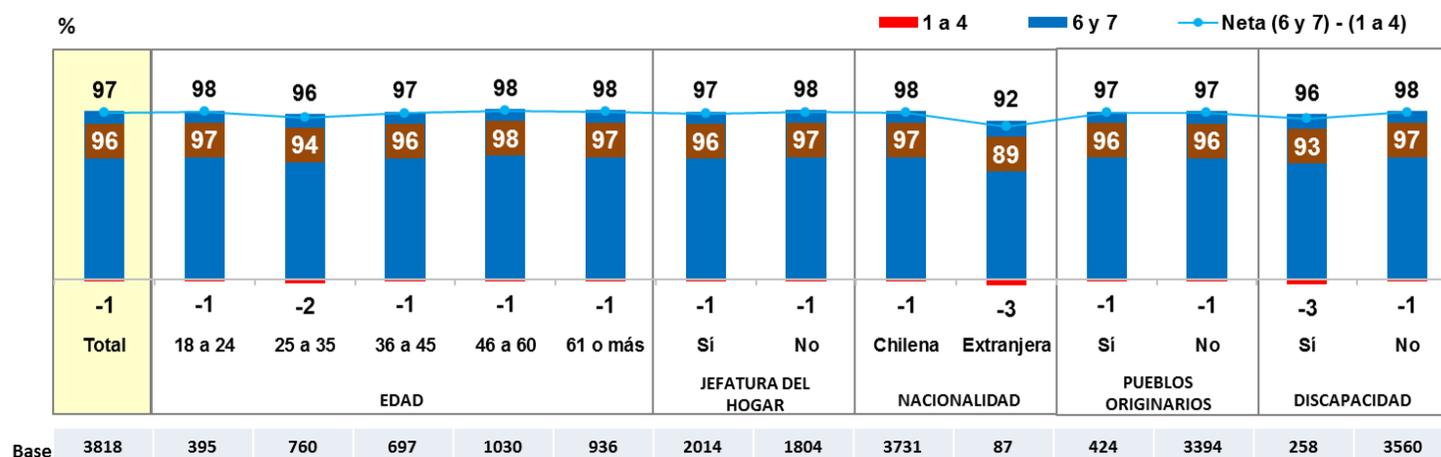
Ver Anexo 2 (Índice de satisfacción general y dimensiones por centro de atención - CAPRI) y Ver Anexo 3 (Umbral de satisfacción general y dimensiones por centro de atención - CAPRI).

6.1.3. SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI Y DIMENSIONES DEL SERVICIO

6.1.3.1. SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN SEGMENTO

El nivel de satisfacción neta es de 96 puntos, lo que indica una satisfacción alta con el servicio. Sólo existe un 1% de los usuarios y usuarias insatisfechos con el servicio. Cabe destacar que los usuarios y usuarias de nacionalidad extranjera presentan una neta menor (neta: 89 puntos) respecto a los chilenos (97 puntos).

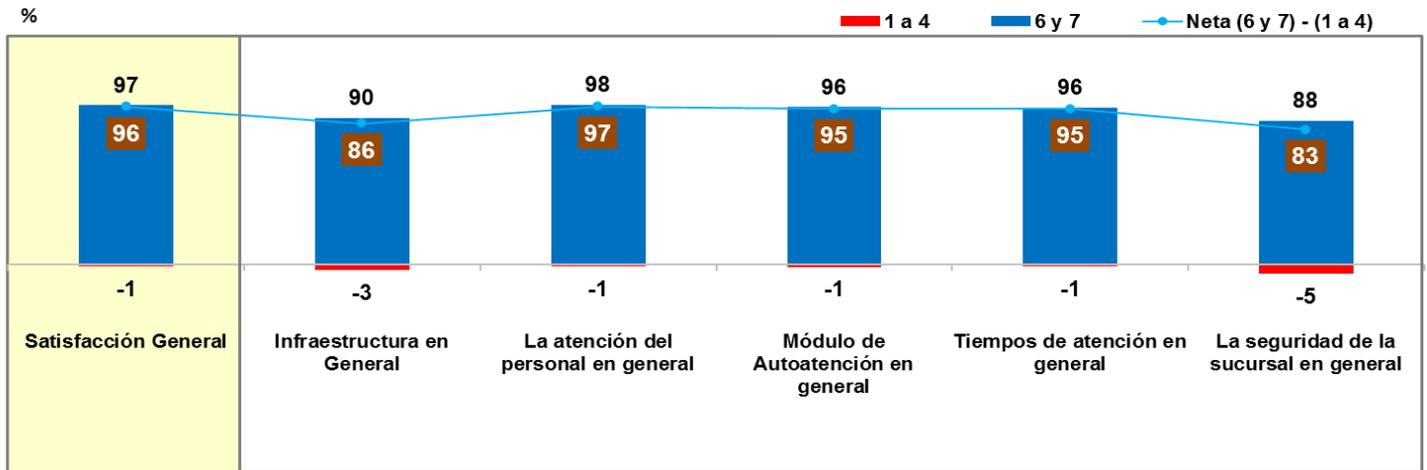
Gráfico 19: Satisfacción General según Segmento



6.1.3.2. SATISFACCIÓN GENERAL CANAL PRESENCIAL CAPRI SEGÚN DIMENSIONES

Se observa una satisfacción especialmente alta con el servicio en las dimensiones “Atención del personal (neta: 97 puntos)”, “Módulos de Autoatención (neta: 95 puntos)” y “Tiempo de atención (neta: 95 puntos)”, respectivamente.

Gráfico 20: Satisfacción General según Dimensiones



6.1.4. SATISFACCIÓN CON ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO

Se observa que la gran mayoría de los atributos de servicio del canal presencial CAPRI obtienen niveles de excelencia (porcentaje de usuarios satisfechos mayor o igual a 90%).

En términos relativos, los aspectos específicos que presentan una satisfacción alta pero “mejorable” (porcentaje de satisfechos menor a 85%), son: “Infraestructura - Acceso para personas con movilidad reducida”, “Seguridad - Seguridad del exterior y entorno de la Sucursal IPS” y “Traslado - Calidad de veredas y calles en el entorno de la sucursal IPS”.

Respecto al análisis de género, se observa que existen algunos elementos específicos del canal presencial CAPRI que presentan un nivel de satisfacción menor en las mujeres respecto a los hombres. Estos aspectos son los siguientes:

- ✓ En “Infraestructura”, la Comodidad de los espacios de espera.
- ✓ En “Autoatención”, la facilidad de uso del módulo de Autoatención, la rapidez del módulo de Autoatención para entregar la respuesta.
- ✓ “La atención del funcionario/a”.
- ✓ “La atención en el Módulo de Oficina OIRS”
- ✓ “La atención en el Módulo de Servicio Social”
- ✓ En “Traslado”, la disponibilidad de transporte público para llegar a la sucursal IPS.

Por su parte, existe sólo un aspecto del canal presencial CAPRI en que los hombres presentan un nivel de satisfacción significativamente menor que las mujeres, este aspecto es “La atención en el Módulo de Finanzas”.

Tabla 9: Satisfacción con atributos del Servicio (%)

Desempeño			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Desempeño de IPS (ex INP)	91	91	91

Anfitrión			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención del anfitrión que lo recibió	97	96	97

Infraestructura de la Sucursal			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Comodidad para desplazarse	88	89	88
Acceso para personas con movilidad reducida	84	85	83
Cantidad de asientos para la espera	87	88	86
Comodidad de los espacios de espera	87	89	86
Limpieza y orden del centro	93	94	93
Luminosidad interior del centro	92	93	92
Temperatura ambiente	91	92	91
Señalización de las áreas de atención	89	89	90
Visibilidad de las vías de escape	86	87	85
Cantidad de módulos atendiendo	88	89	87
Infraestructura en General	90	91	89

Personal de Atención			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Trato respetuoso	98	98	98
La preparación y conocimientos para la consulta o trámite que realizó	97	98	97
La claridad de la información que le entregaron	97	97	97
La utilidad de información que le entregaron	97	98	97
La preocupación por atender sus necesidades	97	98	97
La rapidez de la atención recibida	97	98	97
La presentación personal del ejecutivo/a	98	99	98
La atención del personal en general	98	98	97

Módulo de Autoatención			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Facilidad de uso del módulo de Autoatención	96	98	95
Claridad de la información que entrega el módulo de Autoatención	95	96	95
Utilidad del módulo de Autoatención	96	95	96
Rapidez del módulo de Autoatención para entregar la respuesta	96	97	95
Módulo de Autoatención en General	96	95	97

Atención del funcionario

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención del funcionario/a	98	100	97

Atención del ejecutivo del Modulo Oficina OIRS

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención en el Módulo de Oficina OIRS	96	98	95

Atención del ejecutivo del Modulo Plataforma de Atención

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención en el Módulo de Plataformas de atención	97	97	96

Atención del ejecutivo del Modulo Servicio Social

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención en el Módulo de Servicio Social	95	97	94

Atención del ejecutivo del Modulo Cajas

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención en el Módulo de Cajas	97	96	97
La atención en el Módulo de Finanzas	96	94	97

Tiempo de Atención en General

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Tiempo de espera para ser atendido	94	95	94
Tiempo de atención	96	97	96
Tiempos de atención en General	96	96	96

Seguridad de la Sucursal

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Seguridad al interior de la Sucursal IPS	90	89	90
Seguridad del exterior y entorno de la Sucursal IPS	84	83	85
La seguridad de la sucursal en general	88	87	88

Traslado

	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Tiempo que demoró en llegar a esta sucursal IPS	88	89	87
Costos que le ocasionó llegar a esta sucursal IPS	86	87	86
Horario de Atención de esta sucursal IPS	92	93	92
Calidad de veredas y calles en el entorno de la sucursal IPS	84	83	84
Disponibilidad de transporte público para llegar a la sucursal IPS	85	87	84

6.1.5. FOCOS DE MEJORA EN EL MODELO DE SERVICIO

El cruce de la satisfacción con la importancia de los atributos determina los focos prioritarios de mejora para la gestión del canal CAPRI para el año 2018.

Para la dimensión CAPRI se usa un esquema analítico por dimensiones de servicio: Infraestructura, Personal de Atención, Módulo de Autoatención, Tiempos de Atención y Seguridad.

6.1.5.1. DIMENSIÓN INFRAESTRUCTURA

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global de la dimensión Infraestructura.

Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 76%. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global de Infraestructura.

Gráfico 21: Importancia Relativa en Infraestructura



Los focos prioritarios de mejora en Infraestructura son:

- “Cantidad de módulos atendiendo”
- “Comodidad de los espacios de espera”

Gráfico 22: Focos de Mejora en Infraestructura

El cruce de la satisfacción con la importancia de los atributos, determina los focos de mejora para la gestión

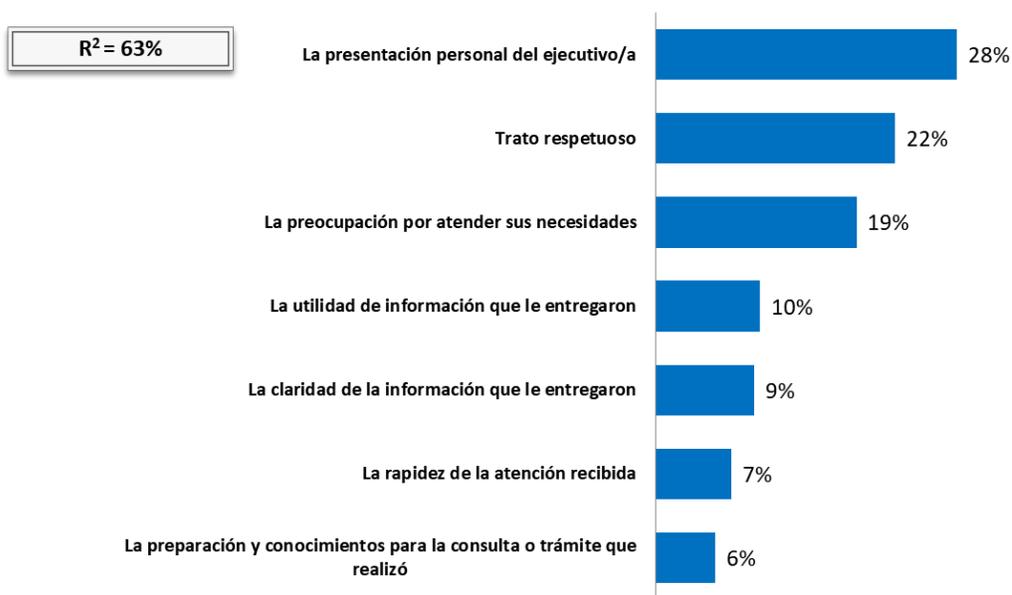


6.1.5.2. DIMENSIÓN PERSONAL DE ATENCIÓN

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global de la dimensión Personal de Atención.

Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 63%. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global de Personal de Atención.

Gráfico 23: Importancia Relativa en Personal de Atención



Los focos prioritarios de mejora en Personal de Atención son:

- “La presentación personal del ejecutivo/a”
- “Trato respetuoso”
- “La preocupación por atender sus necesidades”

Gráfico 24: Focos de Mejora en Personal de Atención

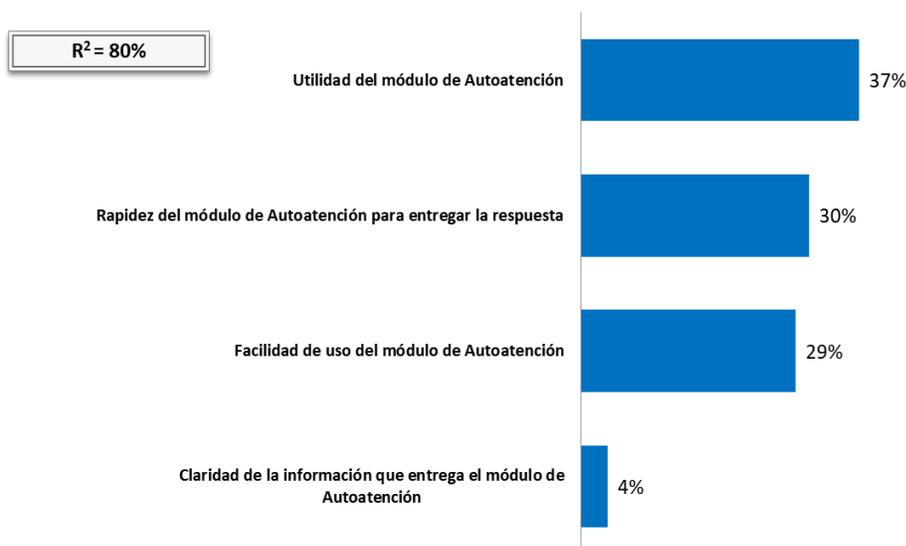


6.1.5.3. DIMENSIÓN MÓDULO DE AUTOATENCIÓN

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global de la dimensión Módulo de Autoatención.

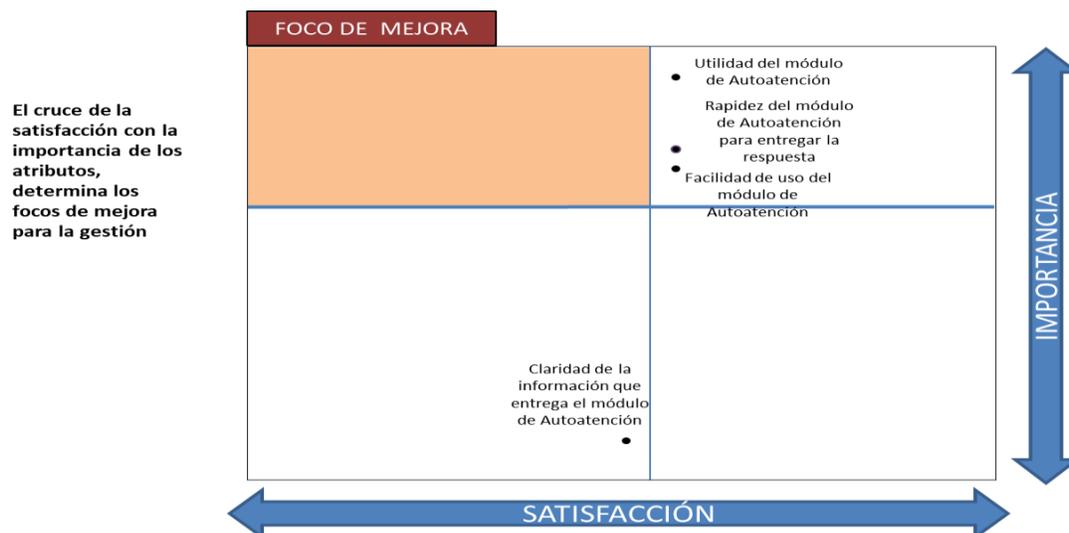
Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 80%. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global de Módulo de Autoatención.

Gráfico 25: Importancia Relativa en Módulo de Autoatención



No existen focos prioritarios de mejora en la dimensión “Módulo de Atención”.

Gráfico 26: Focos de Mejora en Módulo de Autoatención



6.1.5.4. DIMENSIÓN TIEMPOS DE ATENCIÓN

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global de la dimensión Tiempos de Atención.

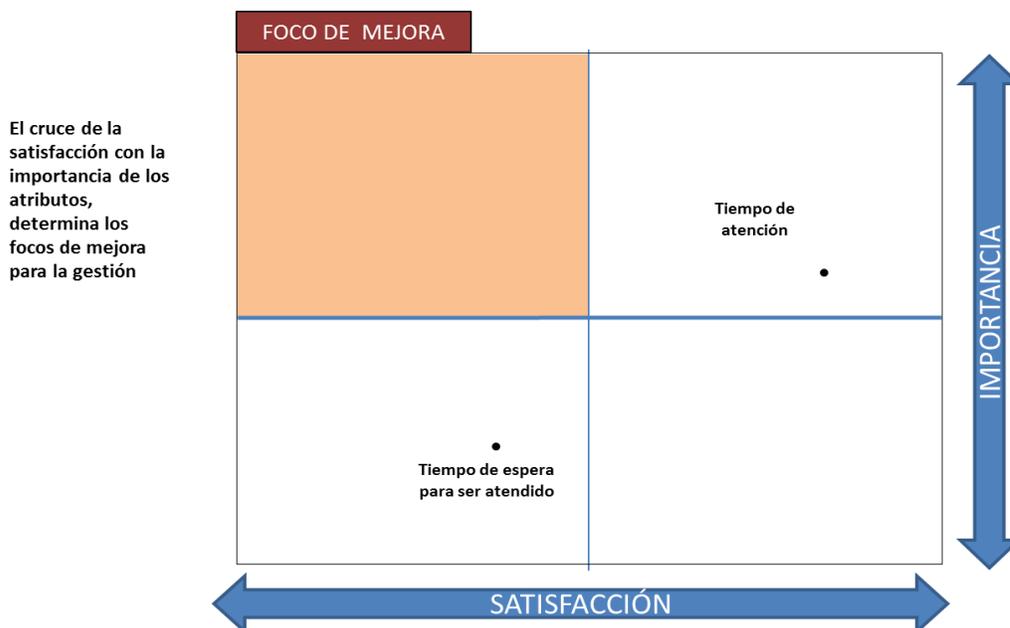
Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 89%. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global de Tiempos de Atención.

Gráfico 27: Importancia Relativa en Tiempos de Atención



No existen focos prioritarios de mejora en la dimensión “Tiempos de Atención”.

Gráfico 28: Focos de Mejora en Tiempos de Atención

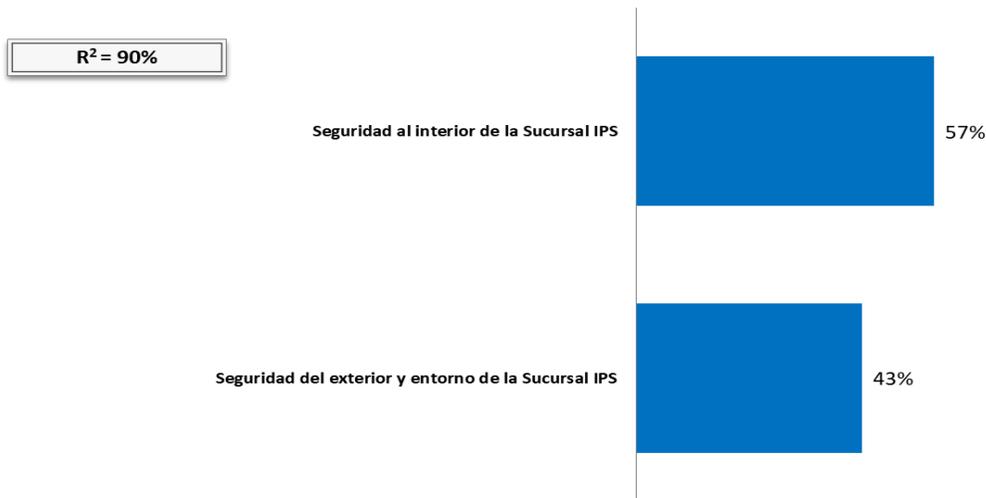


6.1.5.5. DIMENSIÓN MÓDULO DE SEGURIDAD

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global de la dimensión Seguridad.

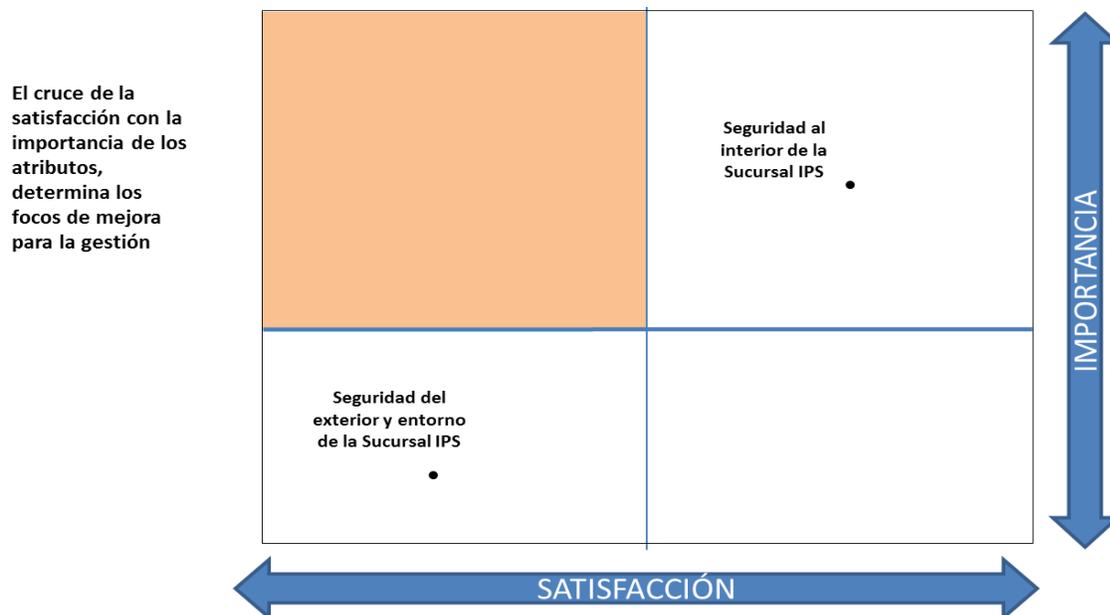
Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 80%. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global de Seguridad.

Gráfico 29: Importancia Relativa en Seguridad



No existen focos de mejora en la dimensión “Módulo de Seguridad”.

Gráfico 30: Focos de Mejora en Seguridad



6.2. RESULTADOS CALL CENTER

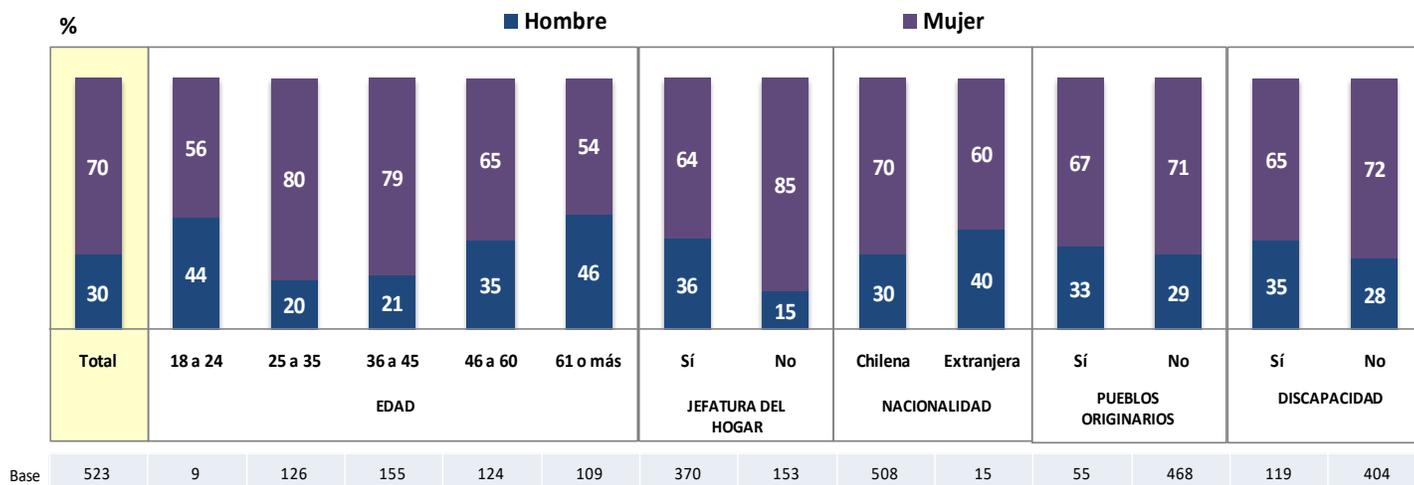
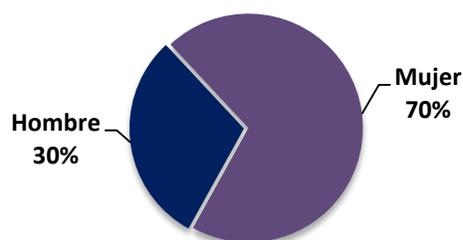
6.2.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS

De acuerdo a la distribución de la muestra según sexo, se observa que un 70% de los casos corresponde a mujeres y un 30% de la muestra es de hombres.

En este sentido, las usuarias del Call Center son principalmente mujeres entre los rangos etarios de 25 a 35 años (80%), 36 a 45 años (79%) y 46 a 60 años (65%), respectivamente.

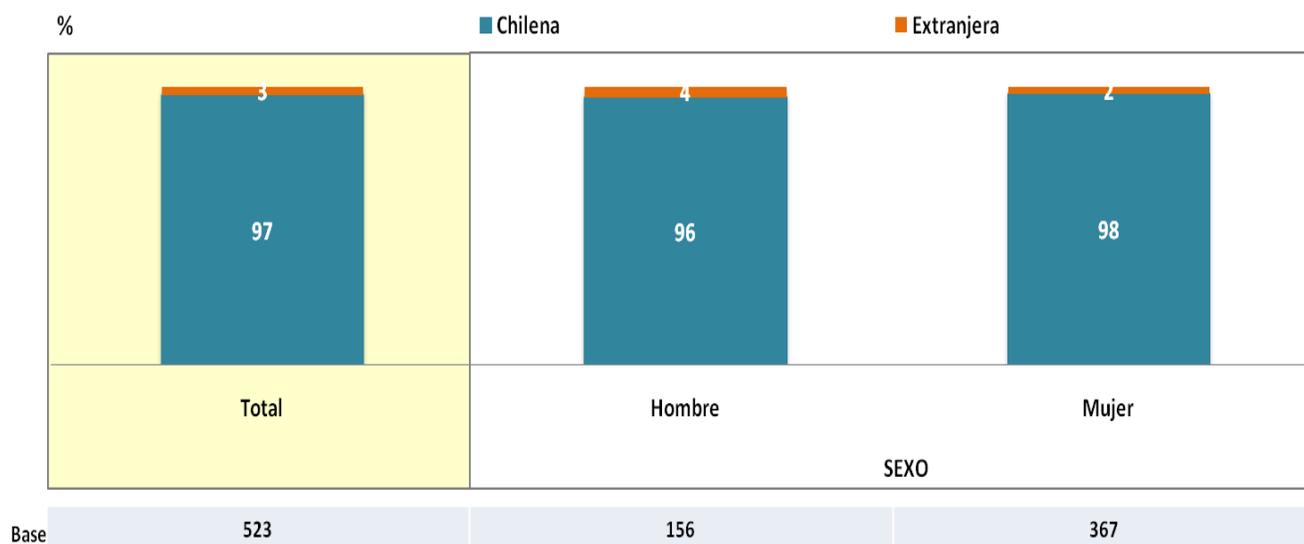
Respecto a los resultados por jefatura de hogar, se observa que el 64% de las jefaturas de hogar son mujeres y un 36% son hombres.

Gráfico 31: Sexo de usuarios y usuarias



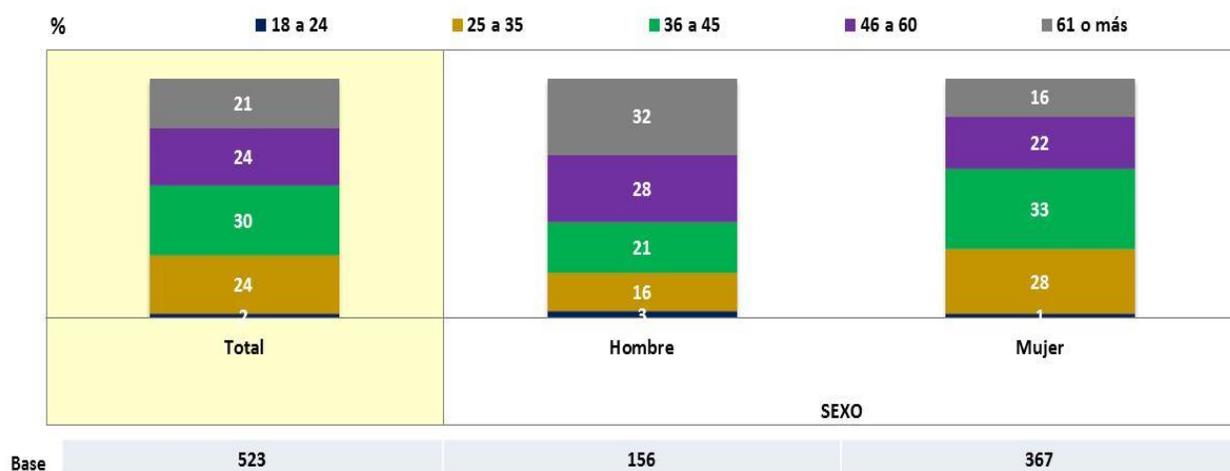
El 97% de los usuarios de la muestra son de nacionalidad chilena y un 3% extranjera. No existen diferencias entre hombres y mujeres según nacionalidad.

Gráfico 32: Nacionalidad según Sexo



Respecto de las edades de las personas entrevistadas, destaca, en primer lugar, que las mujeres usuarias del Call Center son principalmente de los rangos etarios de 36 a 45 años (33%) y 25 a 35 años (28%). Luego, los hombres que son usuarios de este canal, son preferentemente mayores de 45 años.

Gráfico 33: Rango etario según Sexo



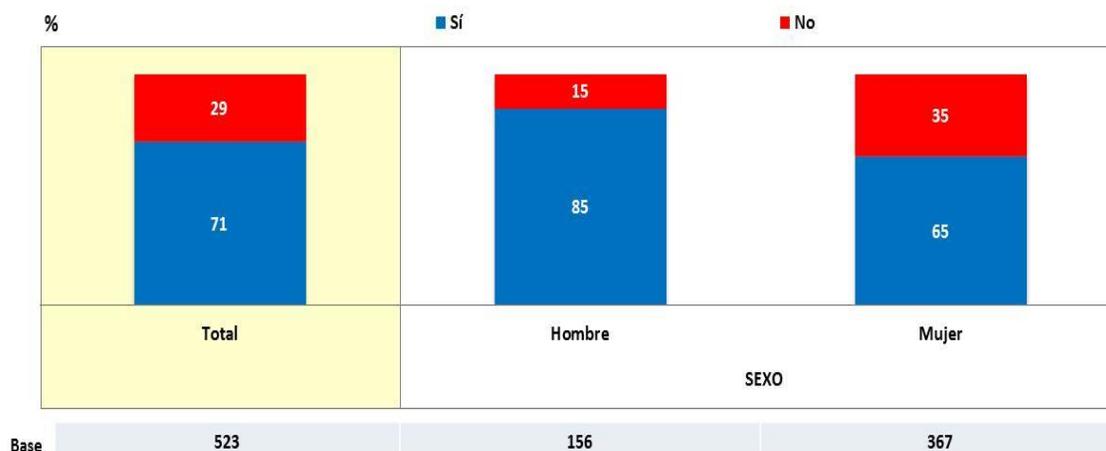
El nivel educacional de las mujeres y los hombres entrevistados es principalmente media completa, 37,1% para las mujeres y 33,3% para los hombres, respectivamente.

Tabla 10: Nivel educacional según Sexo

Nivel educacional	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Básica incompleta o inferior	5,4%	4,5%	5,7%
Básica completa	8,8%	8,3%	9,0%
Media incompleta	10,9%	12,8%	10,1%
Media completa	36,0%	33,3%	37,1%
Media técnica incompleta	0,8%	0,6%	0,8%
Media técnica completa	5,4%	4,5%	5,7%
Superior técnica incompleta	2,9%	1,9%	3,3%
Superior técnica completa	12,4%	12,2%	12,5%
Universitaria incompleta	4,0%	5,1%	3,5%
Universitaria completa	9,2%	12,2%	7,9%
Postgrado	2,1%	2,6%	1,9%
No responde	2,3%	1,9%	2,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Nº de casos	523	156	367

Respecto a los resultados por jefatura de hogar, se observa que entre los hombres el 85% declaran ser jefes de hogar y entre las mujeres el 65% de ellas menciona ser jefa de hogar.

Gráfico 34: Jefatura de hogar según Sexo

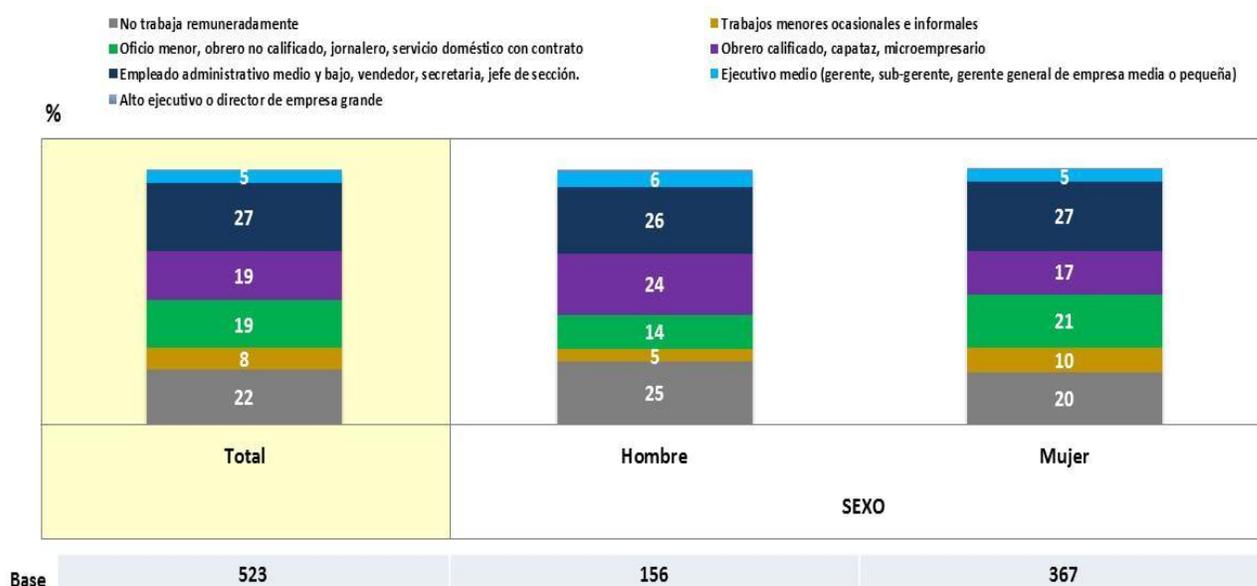


Respecto a la actividad principal de las personas entrevistadas, se observa que a nivel total, el 27% de ellas declara ser “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección” y un 22% señala “No trabajar remuneradamente”.

Luego, respecto a las mujeres, se observa que el 27% de ellas declara ser “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección”, un 21% señala como actividad principal el “Oficio menor, obrero no calificado, jornalero, servicio doméstico con contrato” y un 20% declara “No trabajar remuneradamente”.

En relación a los hombres, se aprecia que el 26% de ellos declara realizar trabajos del tipo “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección”, el 25% declara “No trabajar remuneradamente” y un 24% señala como actividad “Obrero calificado, capataz, microempresario”.

Gráfico 35: Actividad principal según Sexo



Se observa que, el 89% de las personas entrevistadas señala no pertenecer a algún pueblo originario, solo el 11% se declara con pertinencia. De los que se declaran con pertinencia, el 67% de ellos señala ser Mapuche y un 13% etnia extranjera, principalmente.

Al desagregar la distribución de usuarios que señalan pertenecer a un pueblo originario por región, destaca que la gran mayoría de ellos son de la región Metropolitana (30%).

Gráfico 36: Pertenencia a Pueblo Originario

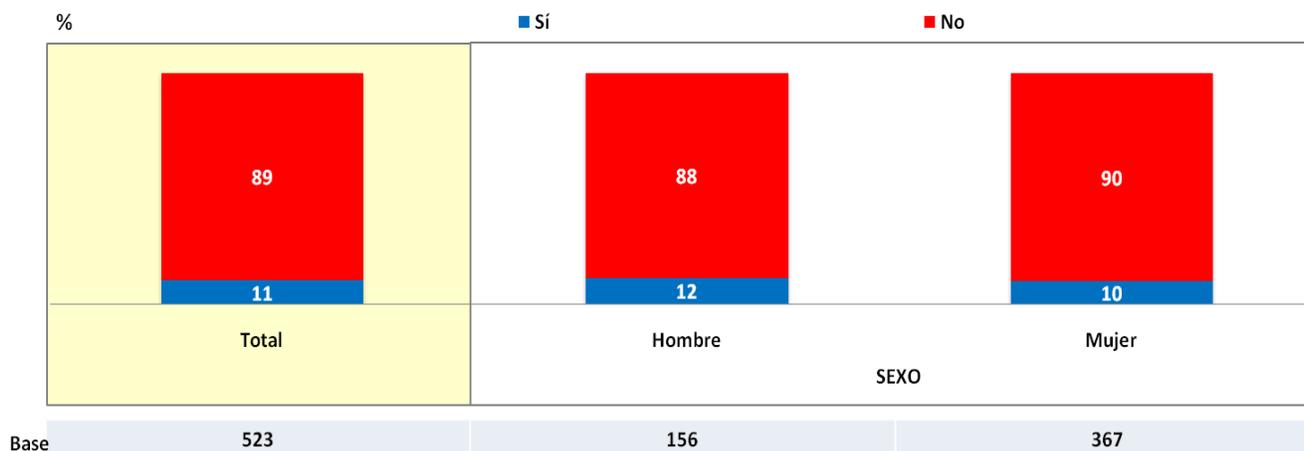


Gráfico 37: Distribución de usuarios según Pertenencia a Pueblos Originarios

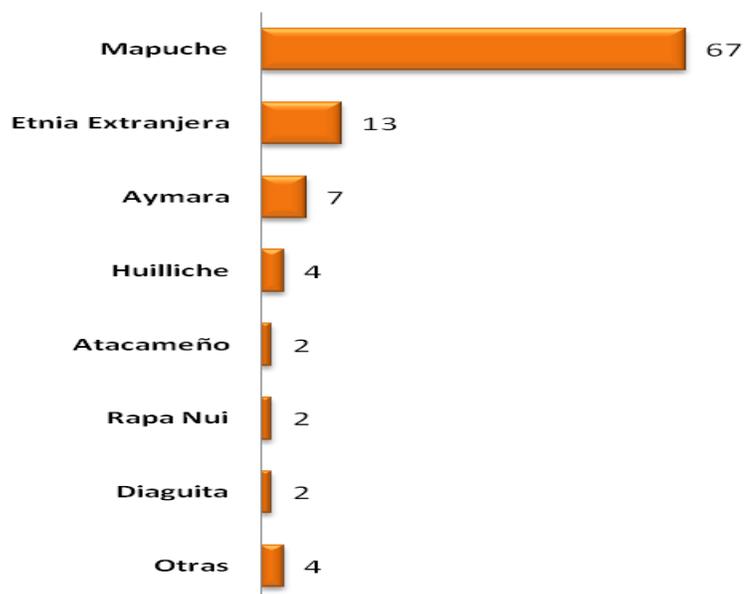
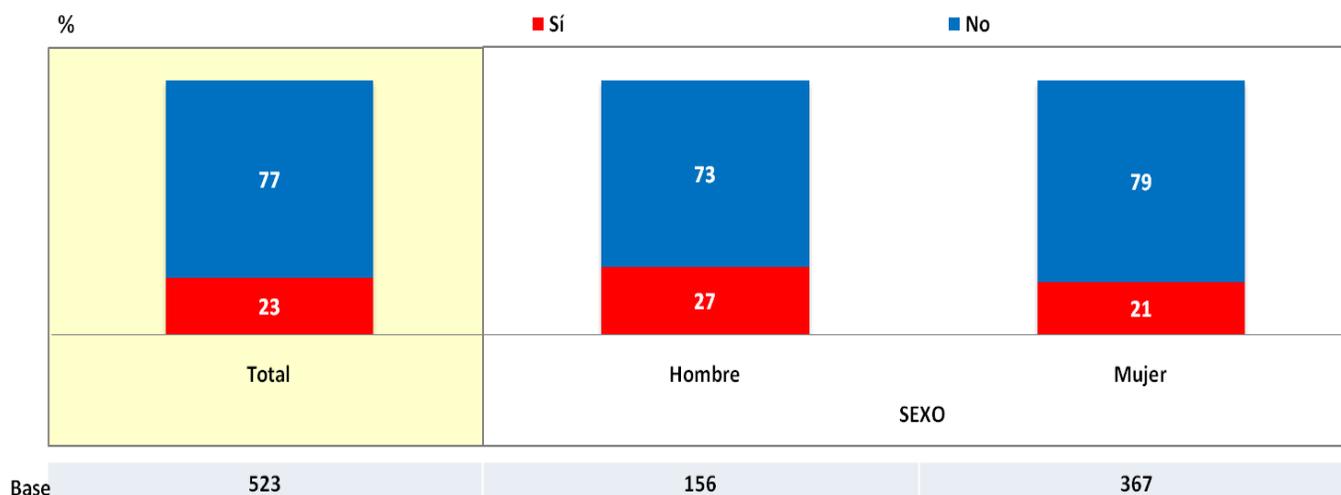


Tabla 11: Distribución de usuarios según Pertenencia a Pueblos Originarios por Región (%)

Pueblo Originario	Total	REGIÓN															
		XV	I	II	III	IV	V	XII	VI	VII	VIII	IX	XIV	X	XI	XII	
Mapuche	67,3	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	63,3	0,0	0,0	100,0	80,0	100,0	100,0	0,0	0,0	
Etnia Extranjera	12,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Aymara	7,3	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Huilliche	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Atacameño	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Rapa Nui	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Diaguita	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Otras	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100	100	0	0	0	100	100	100	0	0	100	100	100	100	0	0	
n	55	2	0	0	0	3	1	30	0	0	2	5	4	1	0	0	

El 23% de los usuarios y usuarias que llaman al Call Center de IPS se encuentran en situación de discapacidad. Existe una mayor presencia en hombres respecto a las mujeres en esta situación. Cabe destacar, que en este canal existe un mayor porcentaje de usuarios en situación de discapacidad respecto a los otros canales en estudio.

Gráfico 38: Discapacidad según Sexo

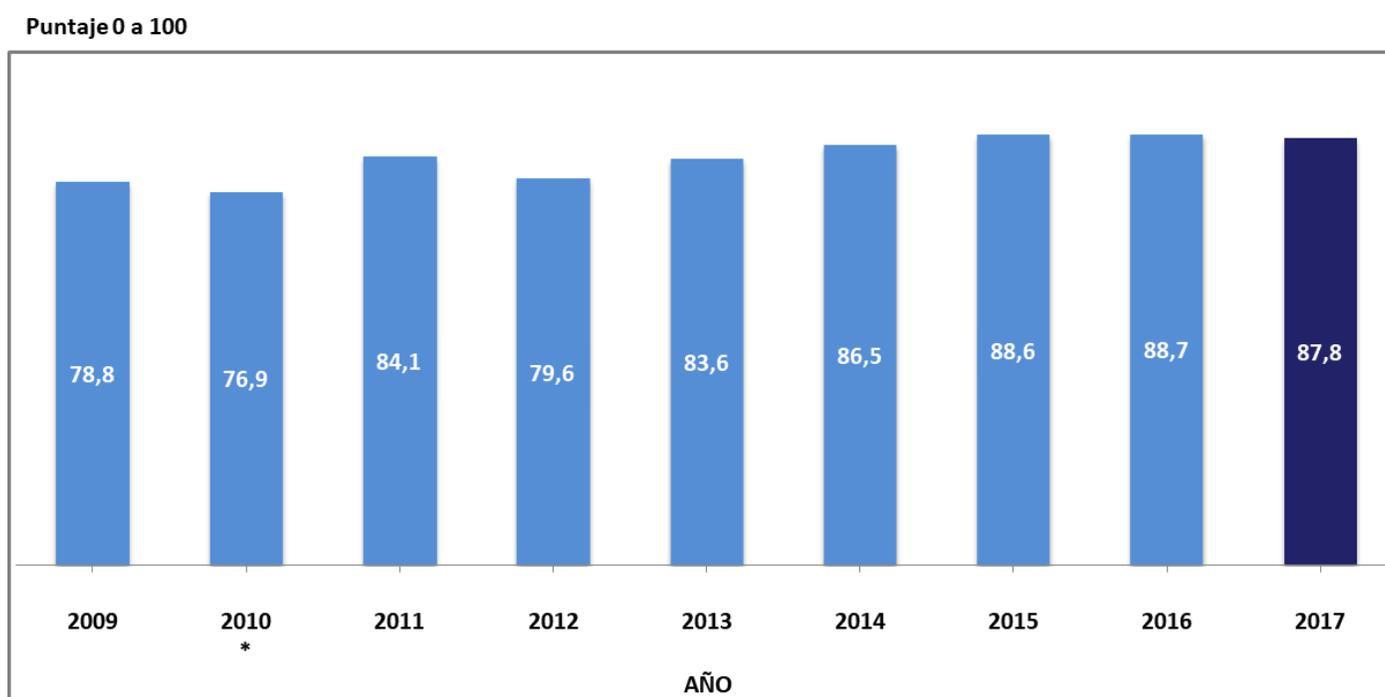


6.2.2. INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS

6.2.2.1. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER

El Índice de Satisfacción General para el canal Call Center alcanza 87,8 puntos el año 2017, lo cual representa una baja (no significativa) de 0,9 puntos respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017, el canal no presencial Call Center del IPS se mantiene en un nivel similar al que ha obtenido desde el año 2014 en adelante, el cual es significativamente más alto que el registrado desde el año 2013 hacia atrás.

Gráfico 39: Evolutivo Índice de Satisfacción General Call Center



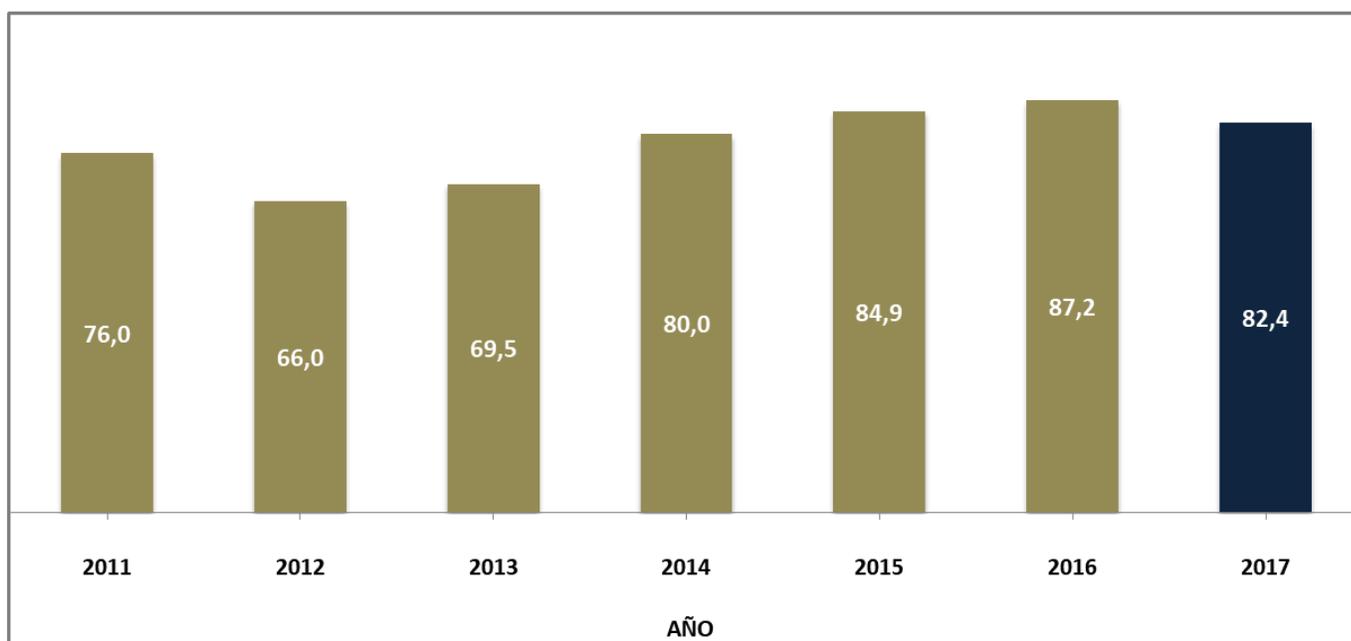
* : dato Medición Nov-10

6.2.2.2. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER

El Umbral de Satisfacción General para el canal Call Center es de 82,4% para el año 2017, lo cual representa una baja significativa de 4,8 puntos respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017 se revierte la tendencia creciente que tuvo el indicador de satisfacción del canal Call Center desde el año 2012 al 2016.

Gráfico 40: Evolutivo Umbral de Satisfacción General Call Center

% 75 puntos o más



6.2.2.3. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER 2017 SEGÚN SEXO

No existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en el Índice de Satisfacción General para el canal Call Center en la medición 2017.

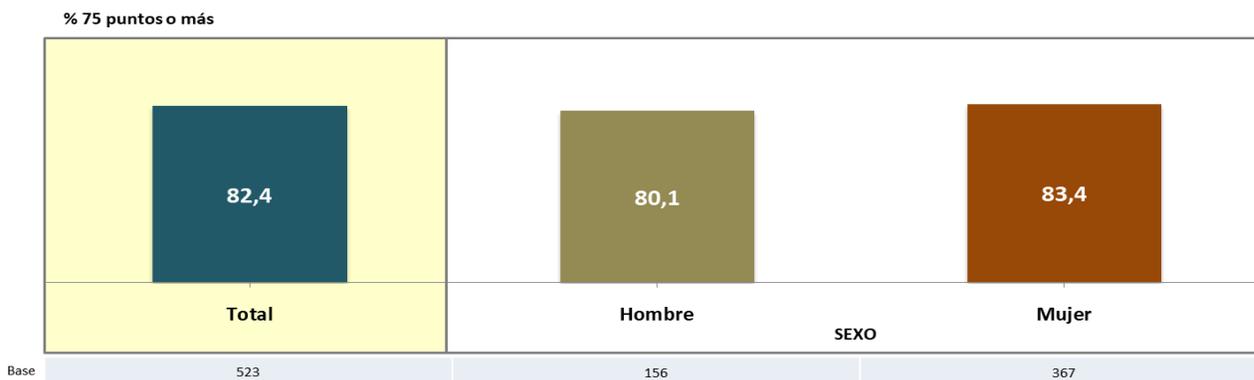
Gráfico 41: Índice de Satisfacción General Call Center 2017 según Sexo



1.2.2.1. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER 2017 SEGÚN SEXO

El Umbral de Satisfacción muestra que no existen diferencias significativas en la proporción de mujeres y hombres satisfechas con la atención. Sin embargo, se aprecia que el umbral de satisfacción de las mujeres con el Call Center es levemente mayor que el que exhiben los hombres con este mismo canal de atención.

Gráfico 42: Umbral de Satisfacción General Call Center 2017 según Sexo



6.2.2.4. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER SEGÚN DIMENSIONES

Respecto a los resultados evolutivos de las dimensiones en estudio, se aprecia un alza no significativa en el Índice de Satisfacción de la dimensión “Accesibilidad a la Línea” para el canal Call Center del IPS.

Tabla 12: Evolutivo Índice de Satisfacción General Call Center según Dimensiones

Puntaje 0 a 100

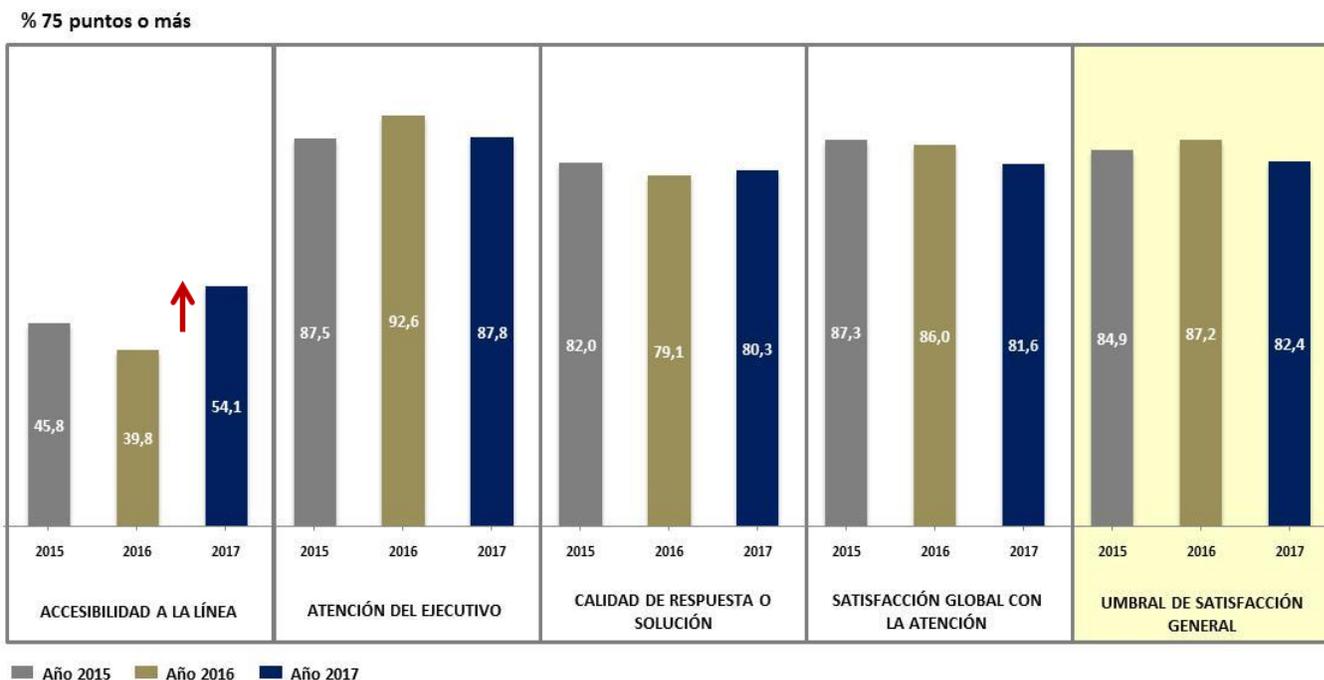
AÑO	ACCESIBILIDAD A LA LÍNEA	ATENCIÓN DEL EJECUTIVO	CALIDAD DE LA RESPUESTA O SOLUCIÓN	SATISFACCIÓN GLOBAL CON LA ATENCIÓN	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL
2017	71,0 	91,0	88,3	89,7	87,8
2016	64,8	94,4	88,9	90,8	88,7
2015	66,8	91,2	90,4	91	88,6
2014	64,6	90,7	87,8	88,1	86,5
2013	72,9	90,3	76,9	87	83,6
2012	75,1	79,9	81,6	79,5	79,6
2011	84,1	85,2	85,5	83,1	84,1
2010	71,9	84,5	75,8	68,3	76,9
2009	68,9	86,2	75,5	67	78,8

6.2.2.5. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL CALL CENTER SEGÚN DIMENSIONES

El Umbral de Satisfacción de las dimensiones del canal Call Center muestra un aumento significativo en el porcentaje de personas con puntaje de 75 puntos o más en la dimensión “Accesibilidad en Línea”.

Por su parte, aunque no son estadísticamente significativas, se aprecian bajas en el umbral de las dimensiones “Atención del Ejecutivo” y “Satisfacción respecto a la Atención”.

Gráfico 43: Evolutivo Umbral de Satisfacción Call Center según Dimensiones

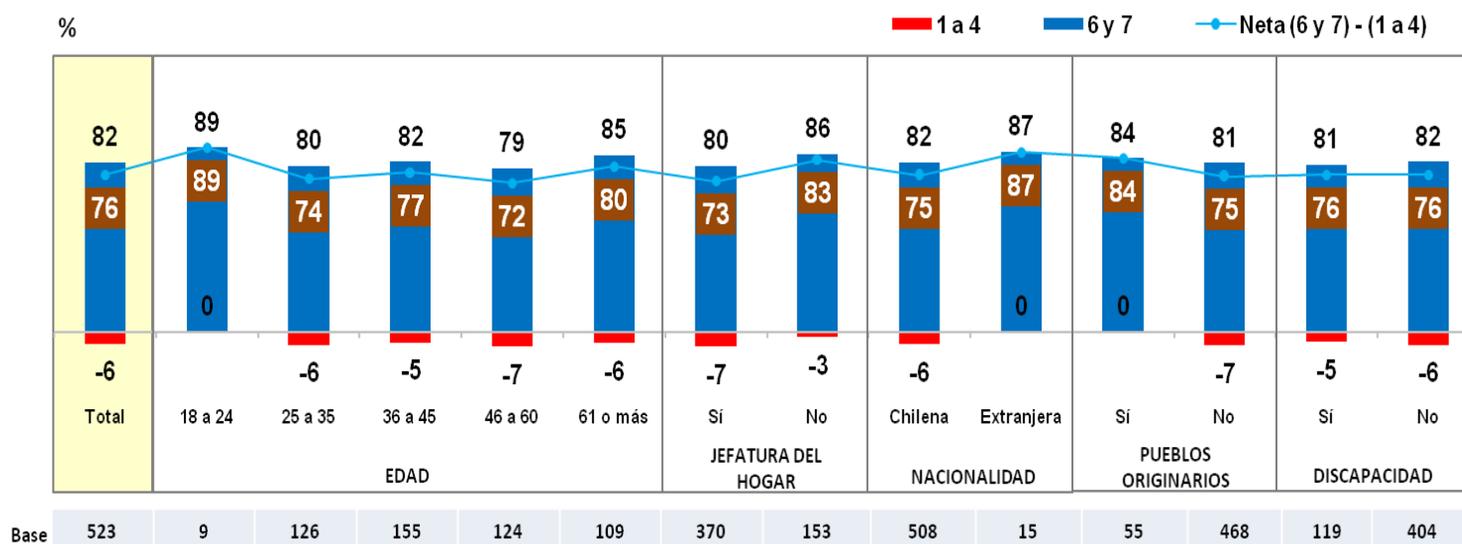


6.2.3. SATISFACCIÓN GENERAL Y DIMENSIONES DEL SERVICIO

6.2.3.1. SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN SEGMENTO

El nivel de satisfacción neta es de 76 puntos, lo que indica una satisfacción alta con el servicio. Existe un 6% de los usuarios y usuarias insatisfecho con el servicio. Cabe destacar que los usuarios y usuarias de nacionalidad extranjeras presentan una neta mayor (neta: 87 puntos) respecto a los chilenos (75 puntos).

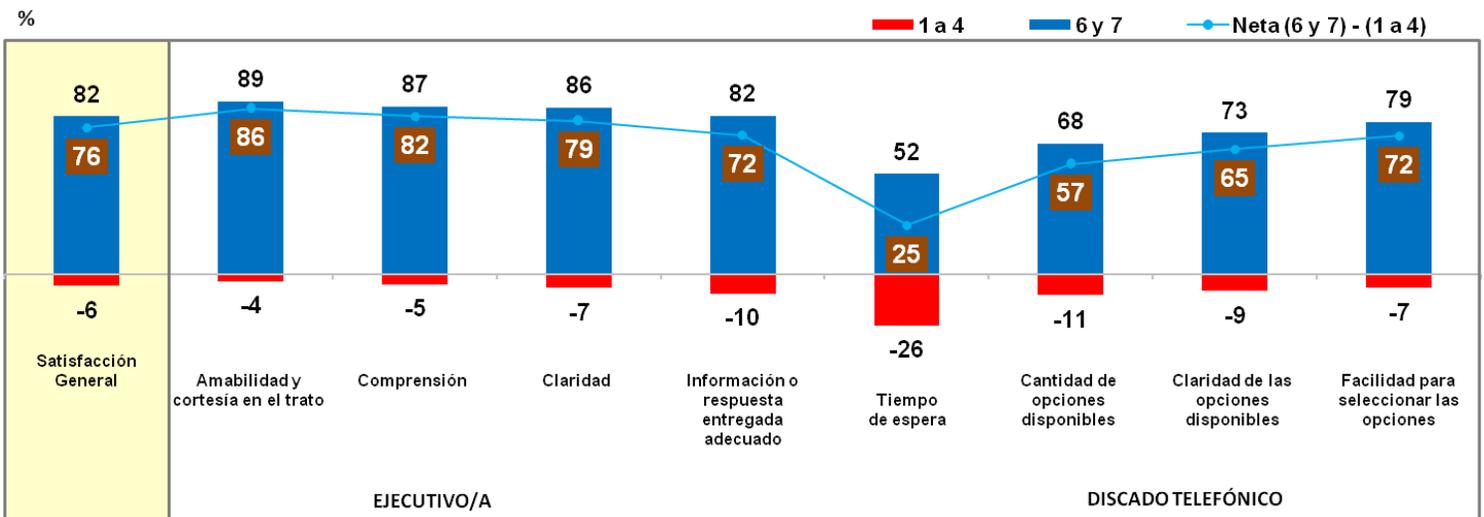
Gráfico 44: Satisfacción General según Segmento



6.2.3.2. SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN DIMENSIONES

Se observa una satisfacción media baja con el servicio “Tiempo de espera (neta: 25 puntos)” y una satisfacción media en las dimensiones “La cantidad de opciones disponibles en el discado telefónico (neta: 57 puntos)”, “La claridad de las opciones disponible en el discado telefónico (neta: 65 puntos)”, “Facilidad para seleccionar las opciones en el discado telefónico (neta: 72 puntos)” y “La información o respuesta entregada por el ejecutivo/a es adecuada (neta:72 puntos)”, respectivamente.

Gráfico 45: Satisfacción General según Dimensiones



6.2.4. SATISFACCIÓN CON ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO

Se observa que los atributos relacionados con la atención del Ejecutivo son los únicos del canal Call Center que presentan niveles “altos” de satisfacción (porcentaje de personas satisfechas mayor o igual a 80%). No obstante lo anterior, se aprecia que el aspecto específico “Lo adecuado de la información o respuesta que le entregó el/la ejecutivo/a ante su consulta” es alto pero “mejorable”.

Sin embargo, los atributos del Call Center relacionados con “Tiempos de Espera” y “Discado” exhiben niveles de satisfacción que aún tienen un amplio espacio para mejorar ya que presentan una proporción de usuarios/as no satisfechos/as mayor a 20%.

En particular, el aspecto específico “Tiempo de Espera” emerge como el más débil del canal Call Center y como el más crítico del modelo multi-canal de IPS ya que obtiene sólo un 52% de personas usuarias satisfechas.

Respecto al análisis de género, se observa que existe una tendencia general en que los elementos específicos del Call Center tienen niveles de satisfacción más altos entre las mujeres que entre los hombres.

En particular, “Discado - Claridad de las opciones disponibles en el discado telefónico” es un aspecto que exhibe una proporción de personas usuarias satisfechas significativamente más alta de mujeres que de hombres.

Tabla 13: Satisfacción con atributos

Ejecutivo de Atención del Call Center IPS/ChileAtiende			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Amabilidad y cortesía en el trato del ejecutivo/a	89	90	89
Comprensión por parte del ejecutivo/a del motivo por el cual usted llamó al call center	87	82	88
Claridad del ejecutivo/a al momento de entregarle o solicitarle información	86	85	87
Lo adecuado de la información o respuesta que le entregó el/la ejecutivo/a ante su consulta	82	79	83

Tiempo de espera			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Tiempo de espera	52	46✓	54

Discado del Call Center			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Cantidad de opciones disponibles en el discado telefónico	68	66	68
Claridad de las opciones disponibles en el discado telefónico	73	65✓	77

Atención recibida a través del Call Center IPS/Chile Atiende			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Atención recibida a través del Call Center IPS/Chile Atiende	82	79	83

Sucursales/Centro de atención			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La atención recibida en el canal Sucursales / Centros de atención	70	70	70
La atención recibida en el canal Plataforma Web	63	72	59
Atención recibida en el canal Twitter o Facebook	78	80	75

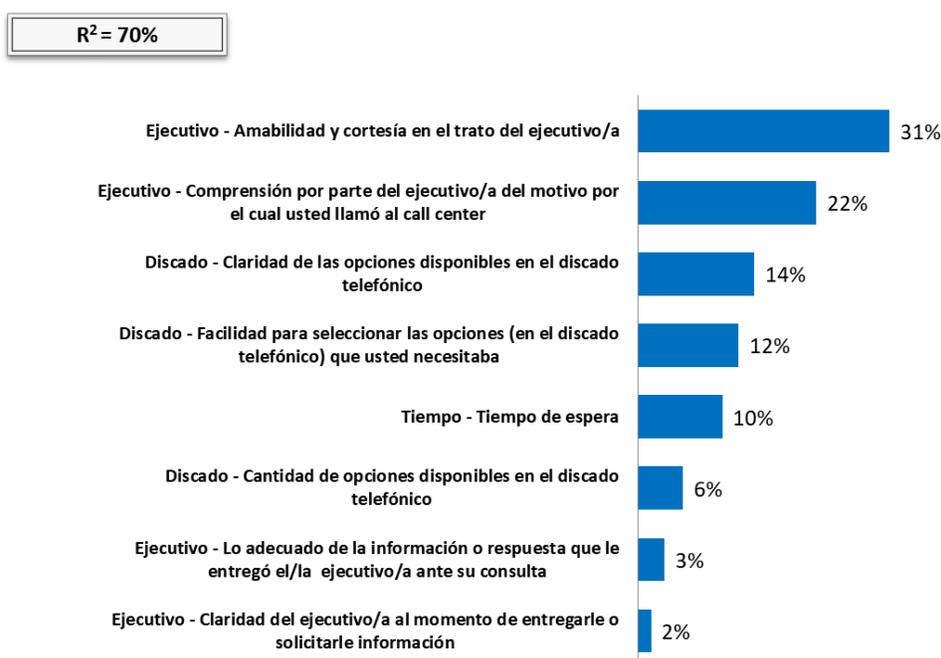
6.2.5. FOCOS DE MEJORA EN EL MODELO DE SERVICIO

El cruce de la satisfacción con la importancia de los atributos determina los focos prioritarios de mejora para la gestión del canal Call Center para el año 2018.

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global con el canal Call Center.

Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 70%. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global Call Center.

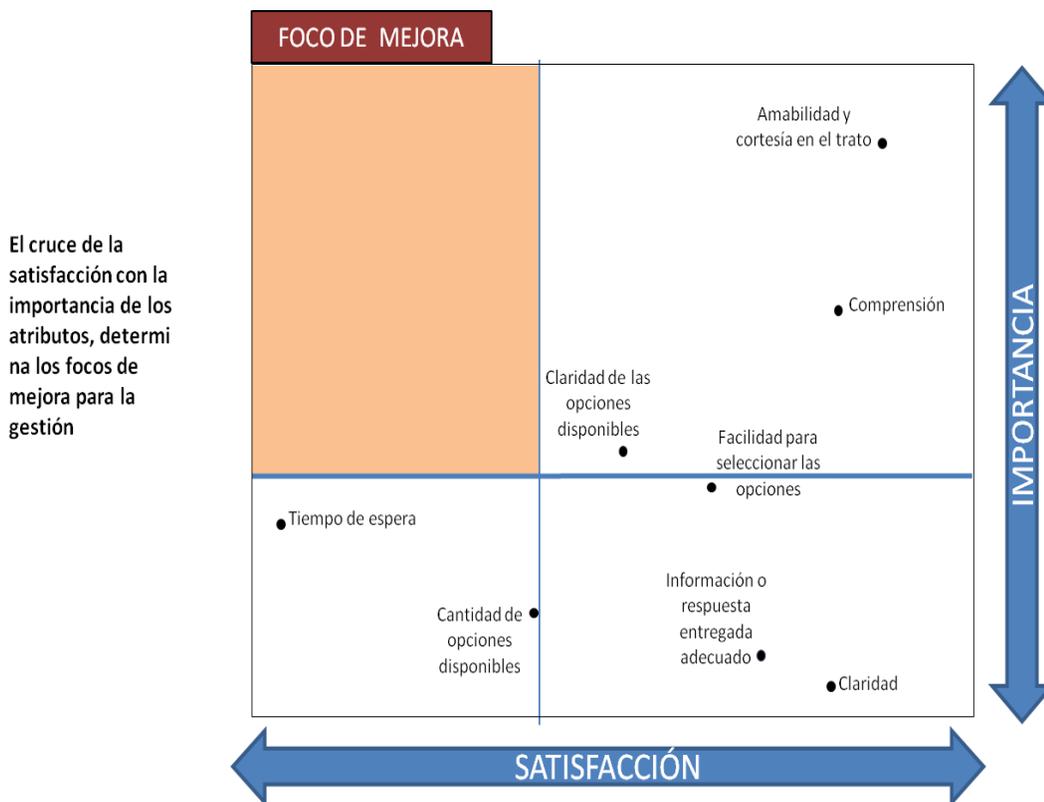
Gráfico 46: Importancia Relativa en Call Center



Si bien no existen focos prioritarios de mejora en el contexto que aquellos aspectos con mayor insatisfacción relativa no presentan alta incidencia relativa sobre la experiencia general, destaca lo que sucede con el atributo “Tiempos de Espera”. En efecto, este es un atributo bastante mal evaluado por las personas usuarias pero que pese a esto no alcanza a afectar de manera tan negativa la satisfacción general con el Call Center (por eso no queda en el “cuadrante” de los focos prioritarios de mejora). Esta es una situación preocupante para el modelo de servicio de IPS ya que indica que las personas usuarias ya “normalizaron” que el tiempo de espera del canal Call Center es excesivo (respecto a sus expectativas) de modo que ya ni siquiera impacta sobre la percepción

que tienen de su experiencia global con el canal. Sin embargo, es un escenario de equilibrio inestable para cualquier modelo de servicio ya que basta que el “estándar” o criterio de evaluación de usuarias y usuarios respecto a ese aspecto cambie un poco (por ejemplo, por una mirada comparativa si otros servicios públicos disminuyesen los tiempos de espera en sus canales de atención telefónica) para que la satisfacción general con el Call Center baje de manera drástica. Por lo tanto, pese a su posición en el mapa de mejora, es recomendable que IPS focalice sus esfuerzos de gestión en ajustar el tiempo de espera de su Call Center a las expectativas de las personas usuarias de este canal.

Gráfico 47: Focos de Mejora Call Center



6.3 RESULTADOS FORMULARIO WEB

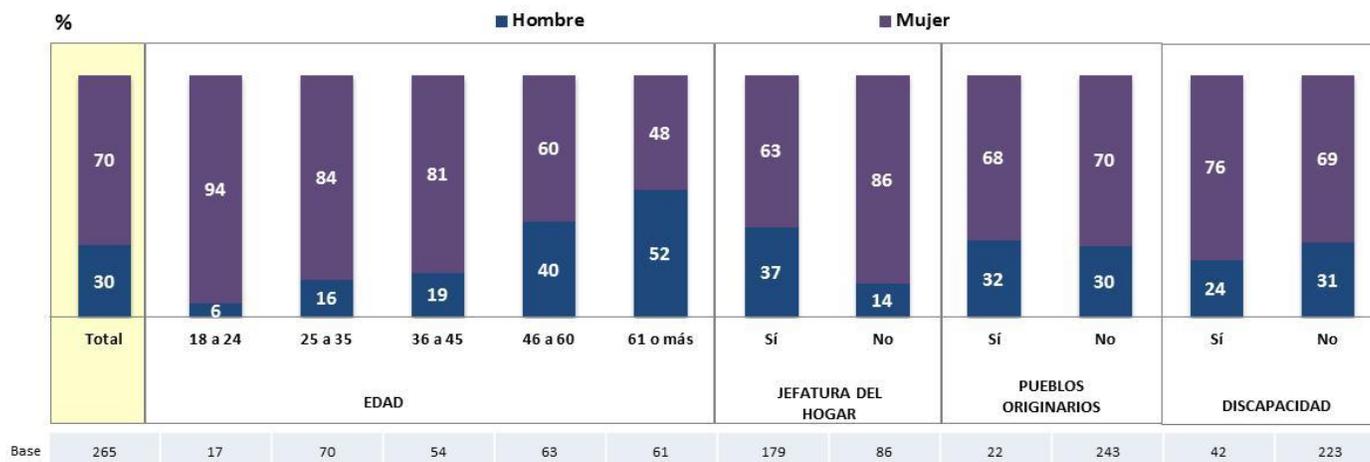
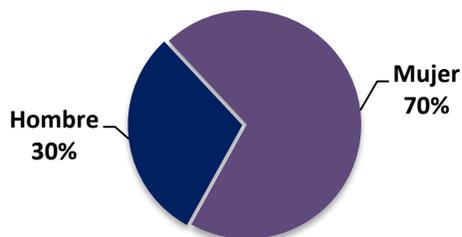
6.3.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS

De acuerdo a la distribución de la muestra según sexo, se observa que un 70% de los casos corresponde a mujeres y un 30% de la muestra es de hombres.

En este sentido, las usuarias del formulario web son principalmente mujeres entre los rangos etarios de 18 a 24 años (94%), 25 a 35 años (84%) y 36 a 45 años (81%), respectivamente.

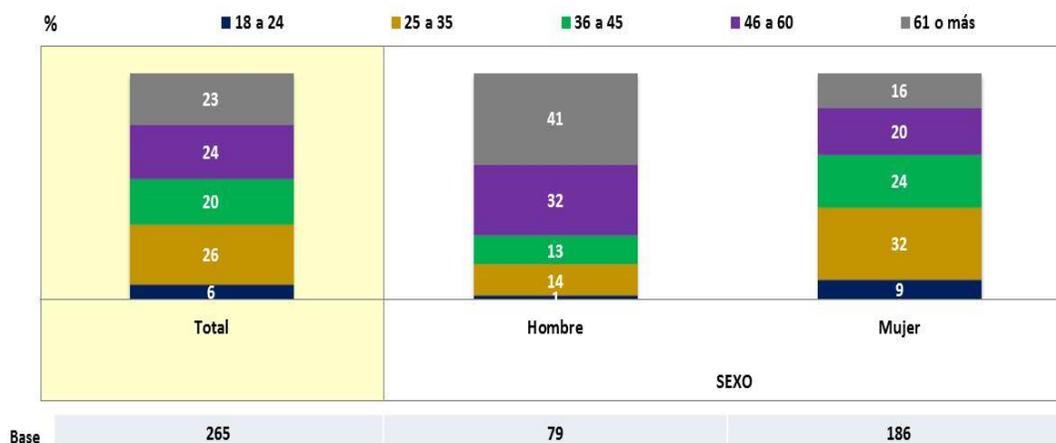
Respecto a los resultados por jefatura de hogar, se observa que el 63% de las mujeres declara ser jefas de hogar y un 37% de los hombres realiza esta misma declaración.

Gráfico 48: Sexo de usuarios y usuarias



Respecto de las edades de las y los usuarios, destaca, en primer lugar, que las mujeres que son usuarias del formulario web son principalmente de los rangos etarios de 25 a 35 años (32%) y 36 a 45 años (24%). Luego entre los hombres que son usuarios del formulario web, son preferentemente mayores de 45 años (41%).

Gráfico 49: Rango etario según Sexo



Respecto al nivel educacional de las personas entrevistadas, se observa que a nivel total es principalmente media completa (32,1%) y universitaria completa (26,0%). Luego entre las mujeres entrevistadas, se observa que preferentemente su nivel educacional es media completa (38,7%) y entre los hombres el nivel universitaria completa (39,2%), respectivamente.

Tabla 14: Nivel educacional según Sexo

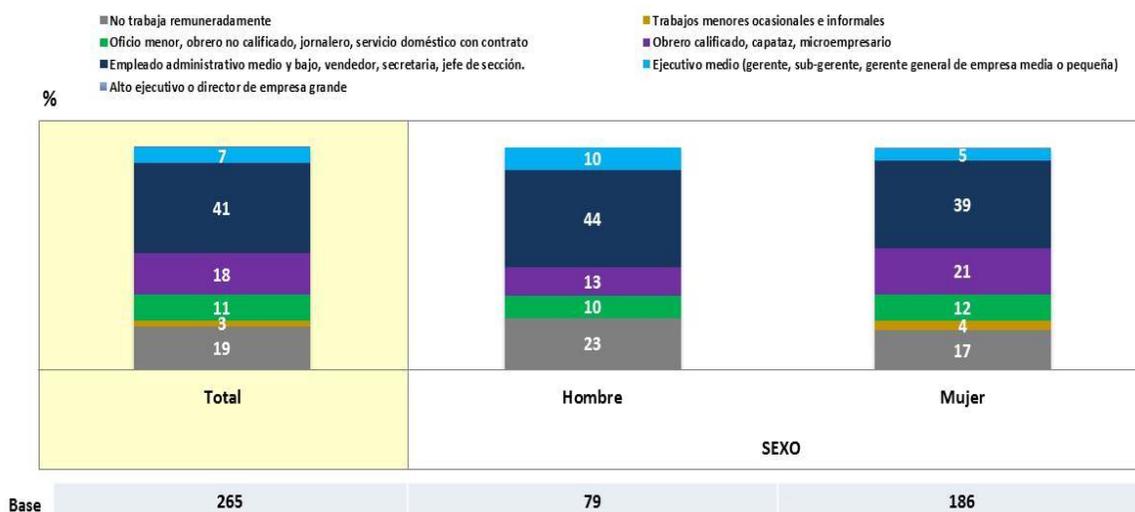
Nivel educacional	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Básica incompleta	0,8%	1,3%	0,5%
Básica completa	3,8%	2,5%	4,3%
Media incompleta	4,9%	3,8%	5,4%
Media completa	32,1%	16,5%	38,7%
Media técnica incompleta	1,1%	0,0%	1,6%
Media técnica completa	4,9%	7,6%	3,8%
Superior técnica incompleta	1,1%	1,3%	1,1%
Superior técnica completa	15,1%	13,9%	15,6%
Universitaria incompleta	4,9%	5,1%	4,8%
Universitaria completa	26,0%	39,2%	20,4%
Postgrado	4,5%	7,6%	3,2%
No responde	0,8%	1,3%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Nº de casos	265	79	186

Respecto a la actividad principal, se observa que a nivel total, el 41% de ellos declara ser “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección”.

Luego, respecto a las mujeres, se observa que el 39% de ellas declara ser “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección” y un 21% declara tener una actividad del tipo “Obrero calificado, capataz, microempresario”.

En relación a los hombres, se aprecia que el 44% de ellos declara realizar trabajos del tipo “Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria o jefe de sección”.

Gráfico 50: Actividad principal según Sexo



Respecto a los resultados por jefatura de hogar, se observa que entre los hombres el 85% declara ser jefe de hogar y entre las mujeres el 60% de ellas menciona ser jefa de hogar.

Gráfico 51: Jefatura de Hogar según Sexo



Se observa que, el 92% de los entrevistados señala no pertenecer a algún pueblo originario, solo el 8% se declara con pertinencia. De los que se declaran con pertinencia, el 64% de ellos señala ser Mapuche y un 14% Etnia Extranjera, principalmente.

Gráfico 52: Pertenencia a Pueblo Originario según Sexo

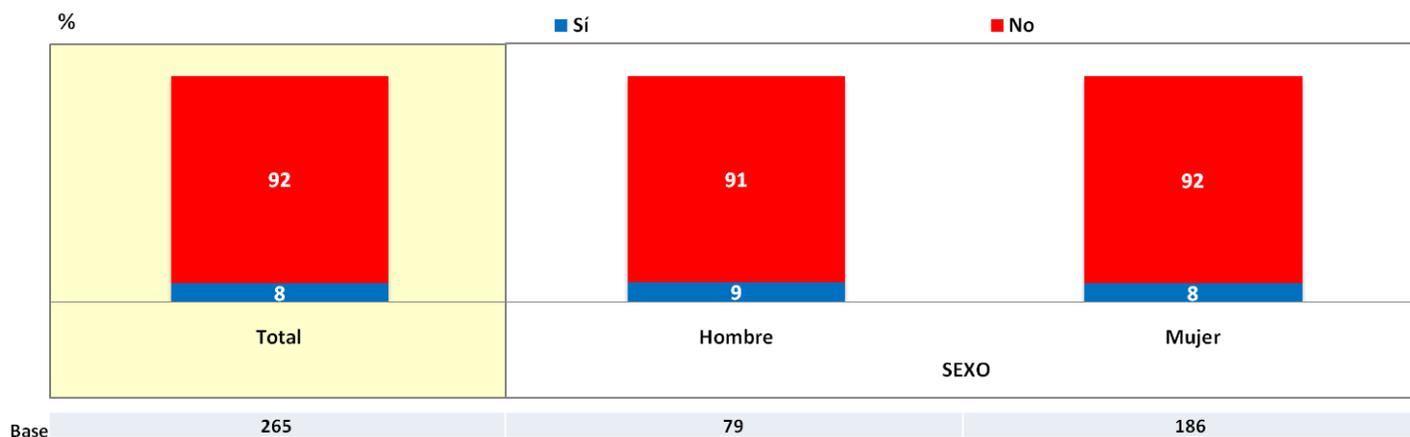
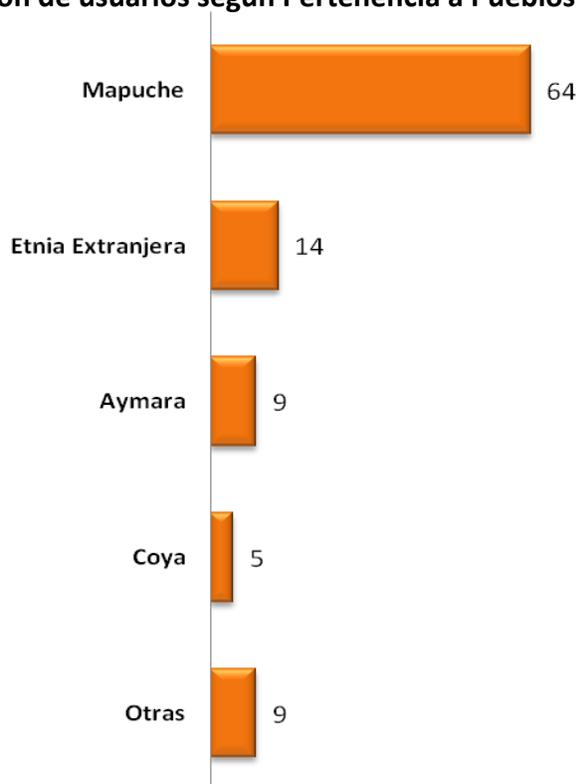
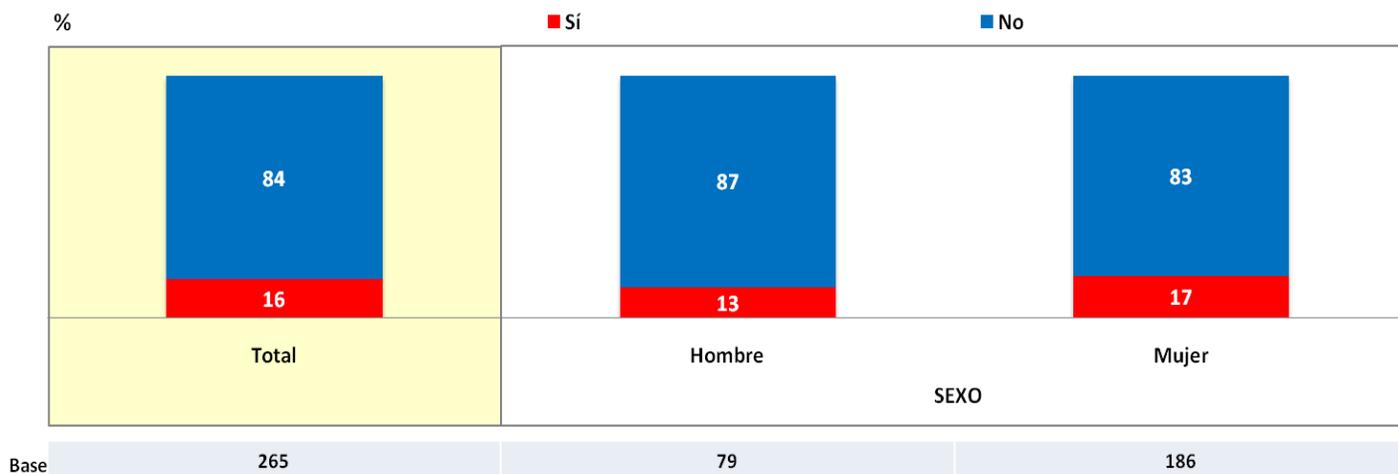


Gráfico 53: Distribución de usuarios según Pertenencia a Pueblos Originarios



El 16% de los usuarios y usuarias que utilizan el Formulario Web de IPS se encuentran en situación de discapacidad. Existe una mayor presencia en mujeres respecto a los hombres en esta situación.

Gráfico 54: Discapacidad según Sexo

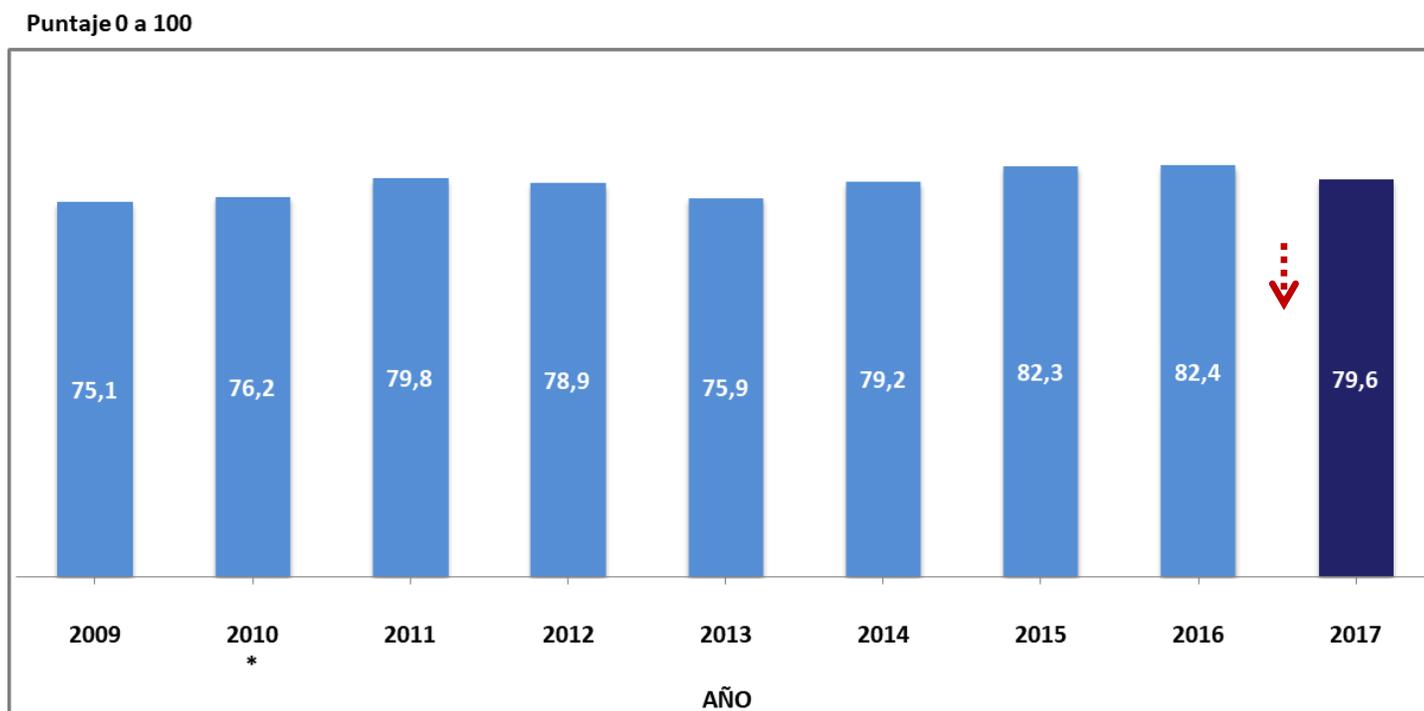


6.3.2. INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS

6.3.2.1. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB

El Índice de Satisfacción General para el canal Formulario Web alcanza 79,6 puntos el año 2017, lo cual representa una baja (no significativa) de 2,8 puntos respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017, el canal no presencial Formulario Web vuelve a un nivel similar al que había obtenido el año 2014.

Gráfico 55: Evolutivo Índice de Satisfacción General Formulario Web

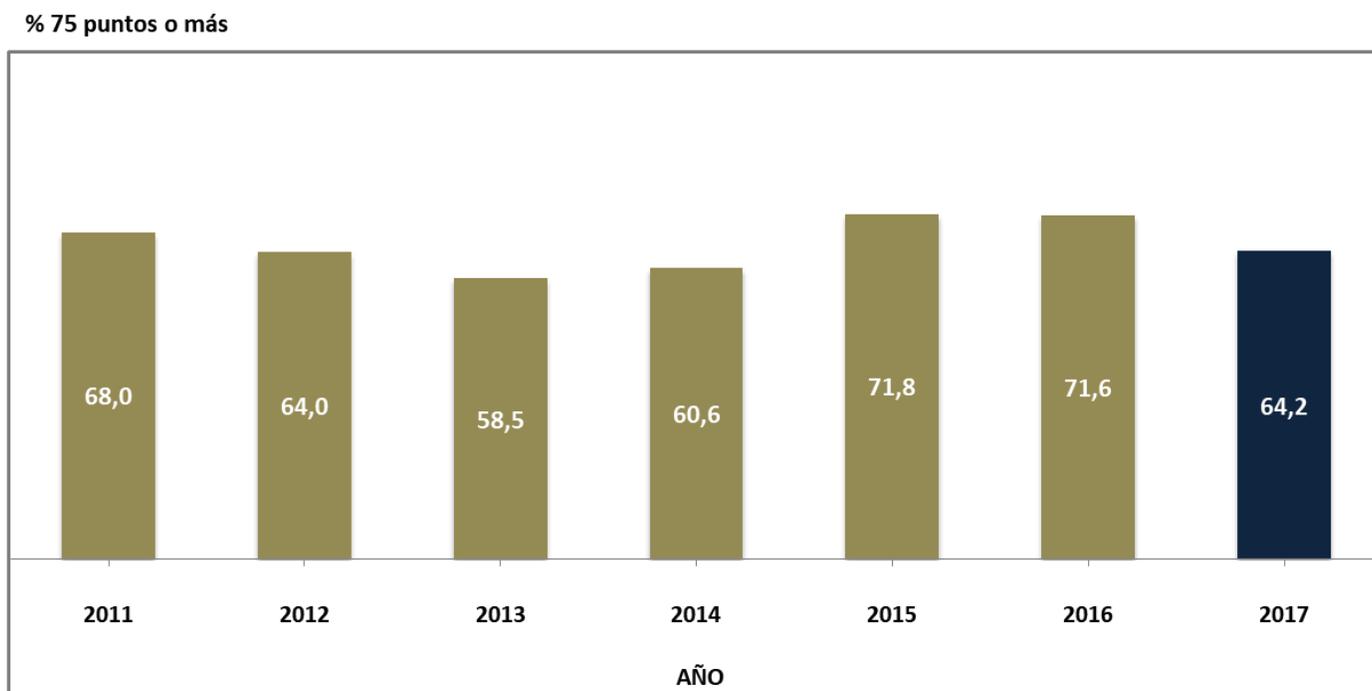


* : dato Medición Nov-10

6.3.2.2. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB

El Umbral de Satisfacción General para el canal Formulario Web es de 64,2% para el año 2017. Esto representa una baja significativa de 7,4 puntos respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017 el indicador de satisfacción del canal Formulario Web cae desde el “piso” de más de 70 puntos que había alcanzado en el año 2015 y 2016.

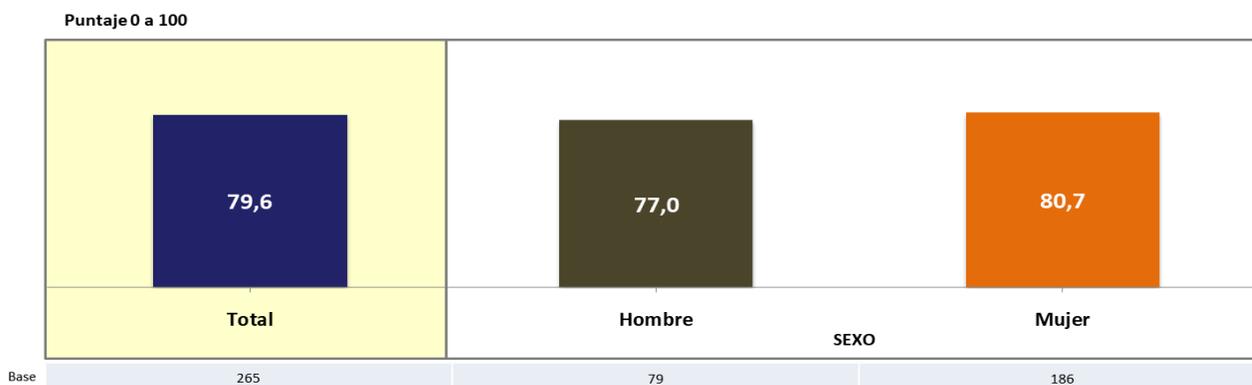
Gráfico 56: Evolutivo Umbral de Satisfacción General Formulario Web



6.3.2.3. ÍNDICE Y UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB 2017 SEGÚN SEXO

No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres en el Índice de Satisfacción General para el canal Formulario Web. Sin embargo, se aprecia que el nivel de satisfacción de las mujeres con el Formulario Web es levemente mayor que el que exhiben los hombres con este mismo canal de atención.

Gráfico 57: Índice de Satisfacción General Formulario Web 2017 según Sexo



6.3.2.4. UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB 2017 SEGÚN SEXO

Pese a que no es estadísticamente significativo, se aprecia que el umbral de satisfacción de las mujeres con el Formulario Web es mayor que el que exhiben los hombres con este mismo canal de atención.

Gráfico 58: Umbral de Satisfacción General Formulario Web 2017 según Sexo



6.3.2.5. EVOLUTIVO ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB SEGÚN DIMENSIONES

El Índice de Satisfacción de la dimensión “Tiempo de Comunicación” exhibe una baja significativa para el canal Formulario Web del IPS.

Aun cuando no es estadísticamente significativa, también muestra una baja en la dimensión “Calidad de Respuesta o Solución”.

Tabla 15: Evolutivo Índice de Satisfacción General Formulario Web según Dimensiones

Puntaje 0 a 100

AÑO	FACILIDAD DE ACCESO	CALIDAD DE LA RESPUESTA O SOLUCIÓN	TIEMPO DE COMUNICACIÓN	SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL FORMULARIO WEB	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL
2017	88,0	65,5	73,4	84,8	79,6
2016	89,4	69,4	80,9	84,9	82,4
2015	88,1	61,2	68,9	82,3	82,3
2014	91,9	62,7	67,2	85,5	79,2
2013	89,8	65,4	74,3	82,9	75,9
2012	85,1	84,7	78,2	74,8	78,9
2011	90,9	74,0	76,7	75,1	79,8
2010 *	84,0	84,2	67,2	67,2	76,2
2009	91,6	76,3	70,1	65,3	75,1

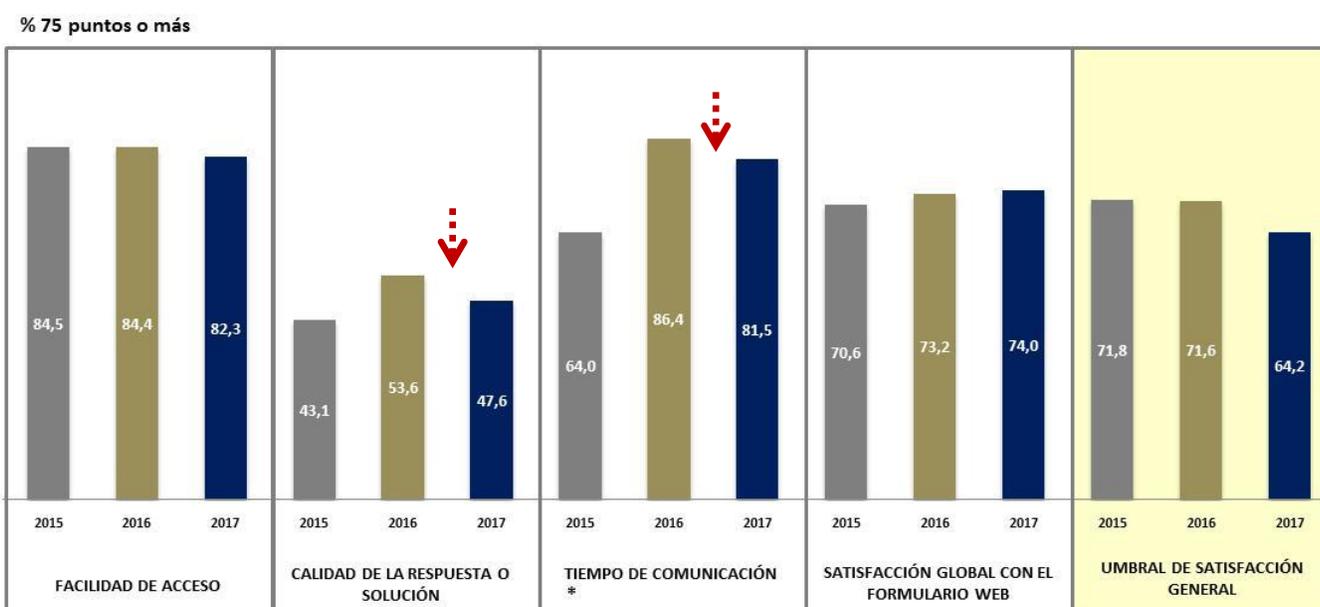
*:Dato medición Nov-2010

6.3.2.6. EVOLUTIVO UMBRAL DE SATISFACCIÓN GENERAL FORMULARIO WEB SEGÚN DIMENSIONES

Aunque no son estadísticamente significativas, el Umbral de Satisfacción de las dimensiones del canal Formulario Web “Calidad de Respuesta o Solución” y “Tiempo de Comunicación”, exhiben una baja en el porcentaje de personas con puntaje de 75 puntos o más.

En este contexto, destaca que “Calidad de Respuesta o Solución” es la única dimensión que exhibe un umbral por debajo del 50%.

Gráfico 59: Evolutivo Umbral de Satisfacción General Formulario Web según Dimensiones



■ Año 2015 ■ Año 2016 ■ Año 2017

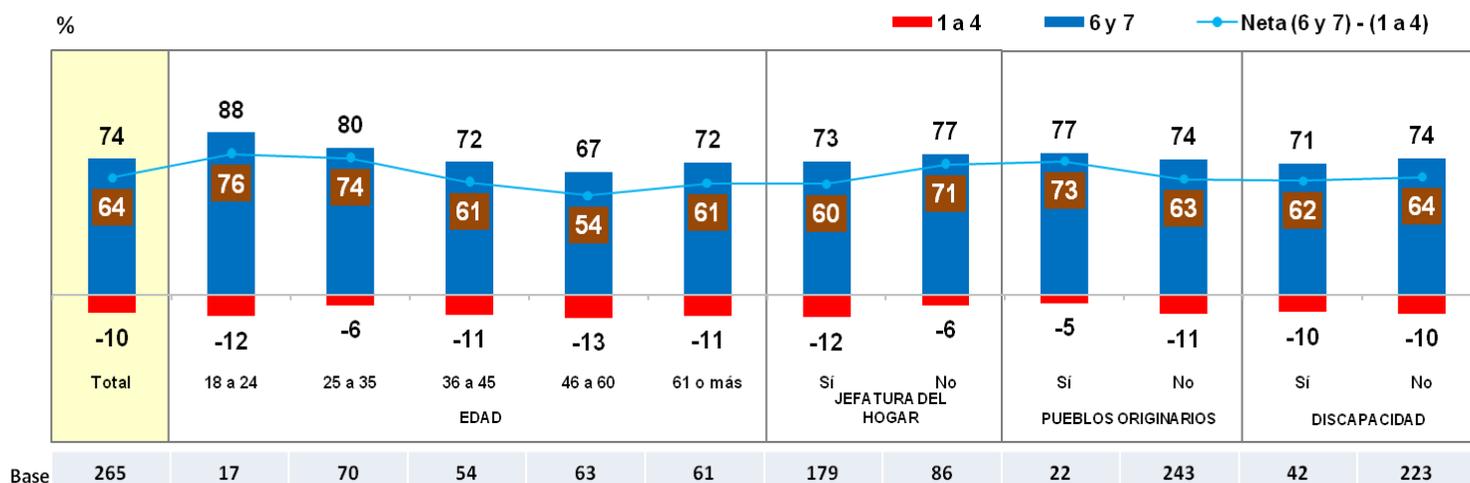
* : se calcula con una sub-base de 200 casos de personas que SI recibieron respuesta o solución

6.3.3. SATISFACCIÓN GENERAL Y DIMENSIONES DEL SERVICIO

6.3.3.1. SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN SEGMENTO

El nivel de satisfacción neta es de 64 puntos, lo que indica una satisfacción media con el servicio. Existe un 10% de personas insatisfechas con el servicio. Cabe destacar que los usuarios y usuarias de nacionalidad extranjeras presentan una neta mayor (neta: 71 puntos) respecto a los chilenos (neta: 60 puntos).

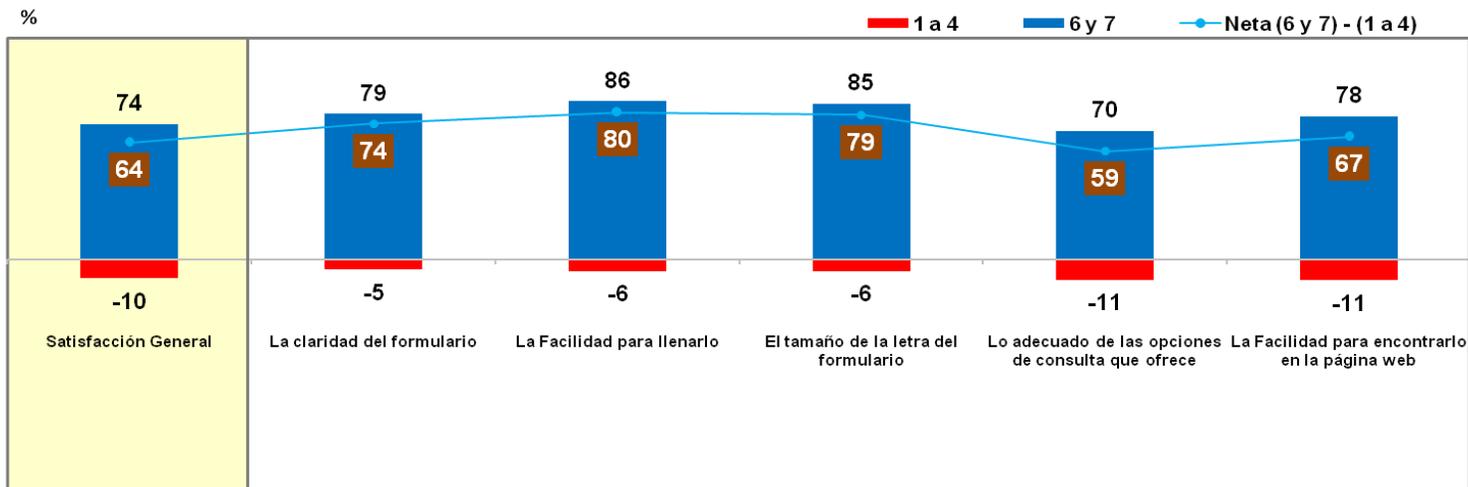
Gráfico 60: Satisfacción General según Segmento



6.3.3.2. SATISFACCIÓN GENERAL SEGÚN DIMENSIONES

Se observa una satisfacción media con el servicio en las dimensiones “Lo adecuado de las opciones de consulta que ofrece el formulario web (neta: 59 puntos)”, “La facilidad para encontrar el formulario en la página web (neta: 67 puntos)” y “La claridad del formulario (neta: 74 puntos)”, respectivamente.

Gráfico 61: Satisfacción General según Dimensiones



6.3.4. SATISFACCIÓN CON ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO

Se observa que los atributos del canal Formulario Web presentan un nivel de satisfacción alto (porcentaje de satisfechos/as mayor o igual a 80%) o medio-alto (porcentaje de satisfechos/as entre 70% y 79%).

En este contexto, “Lo adecuado de las opciones de consulta que ofrece” aparece como el aspecto más “débil” del Formulario Web (porcentaje de satisfechos/as igual a 70%).

Respecto al análisis de género, se observa que existen algunos elementos específicos del canal Formulario Web que presentan un nivel de satisfacción significativamente menor en los hombres que en las mujeres. Estos son: “La Facilidad para llenarlo” y “La Facilidad para encontrarlo en la Página Web”.

Por su parte, no existen aspectos del canal Formulario Web en que las mujeres presenten un nivel de satisfacción significativamente menor que los hombres.

Tabla 16: Satisfacción con atributos

Formulario Web			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
La claridad del formulario	79	71	83
La Facilidad para llenarlo	86	77/	90
El tamaño de la letra del formulario	85	83	86
Lo adecuado de las opciones de consulta que ofrece	70	68	71
La Facilidad para encontrarlo en la página web	78	72/	81
Web IPS			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Web IPS	74	69/	77
Uso Formulario Web			
	Total	Sexo	
		Hombre	Mujer
Formulario de contacto de la página web del IPS	74	75	74

6.3.5. FOCOS DE MEJORA EN EL MODELO DE SERVICIO

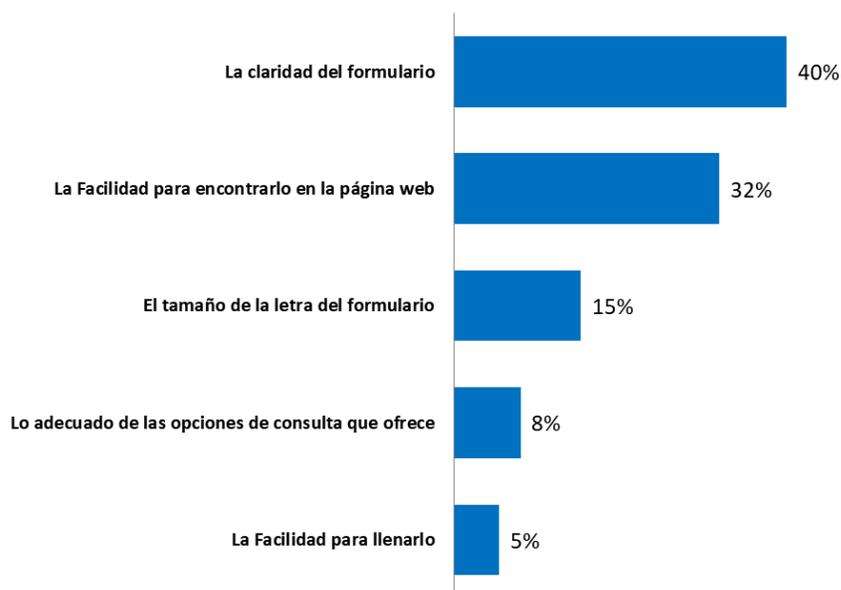
El cruce de la satisfacción con la importancia de los atributos determina los focos prioritarios de mejora para la gestión del canal Formulario Web para el año 2018.

Se establece un modelo que relaciona los atributos específicos con la satisfacción global con el canal Formulario Web.

Los pesos se calcularon mediante Regresión Lineal Múltiple (ver capítulo 3.10). El nivel de ajuste (R^2) fue de 41%. Cabe botar que este nivel de ajuste no es satisfactorio por lo que el análisis de focos de mejora de este canal es sólo referencial y no concluyente. A continuación se presenta la importancia relativa de los atributos sobre la global Formulario Web.

Gráfico 62: Importancia Relativa en Formulario Web

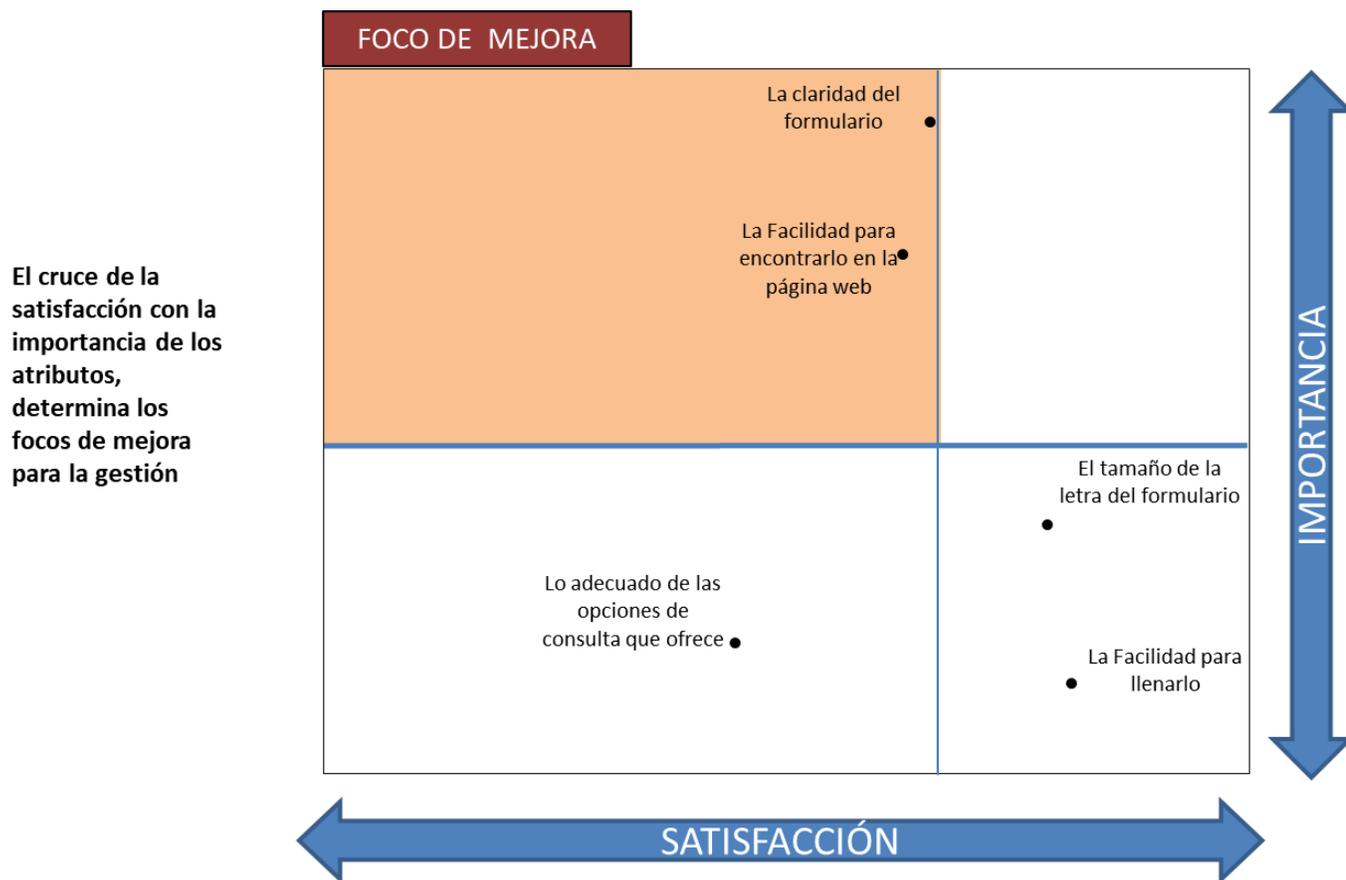
$R^2 = 41\%$



Los focos prioritarios de mejora son:

- “La claridad del formulario”
- “La facilidad para encontrarlo en la página Web”

Gráfico 63: Focos de Mejora Formulario Web

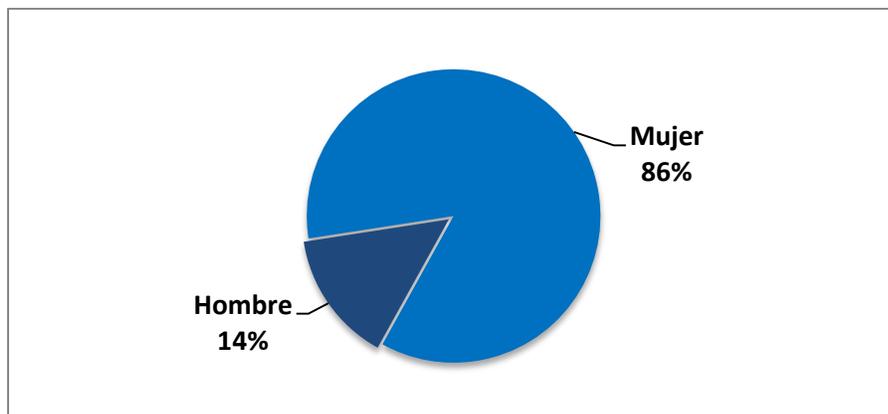


6.4 RESULTADOS CANAL DIGITAL

6.4.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS

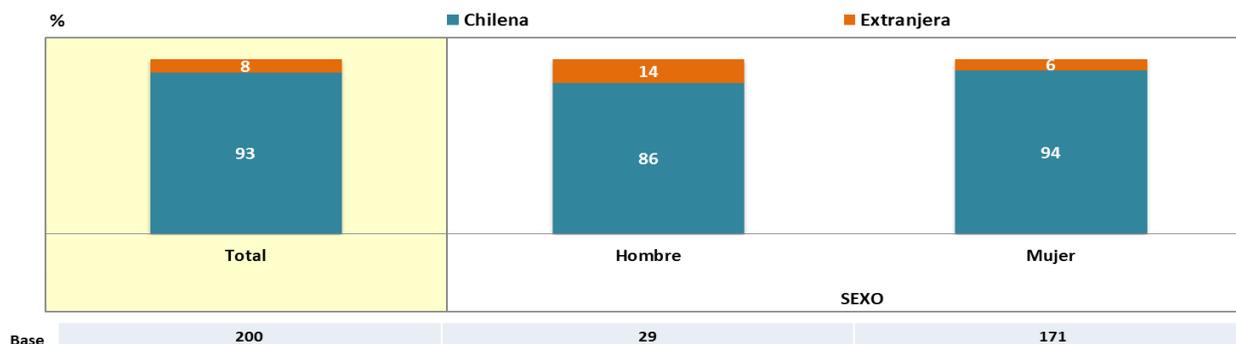
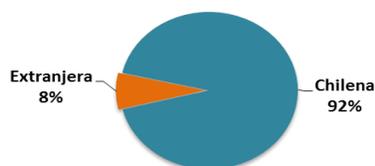
De acuerdo a la distribución de la muestra según sexo, se observa que un 86% de los casos corresponde a mujeres y un 14% de la muestra es de hombres.

Gráfico 64: Sexo de usuarios y usuarias



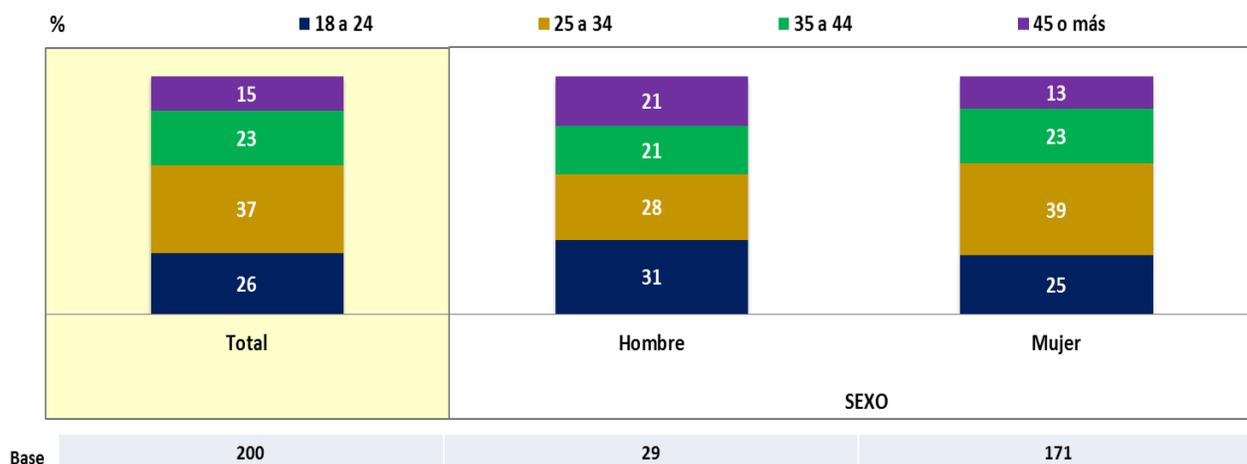
El 92% de los usuarios de la muestra son de nacionalidad chilena y un 8% extranjeros. Cabe destacar que hay más hombres extranjeros en relación a las mujeres.

Gráfico 65: Nacionalidad



Respecto de las edades de las y los usuarios, destaca, en primer lugar, que las mujeres que son usuarias del canal digital son principalmente de los rangos etarios de 25 a 34 años (39%) y 18 a 24 años (25%).

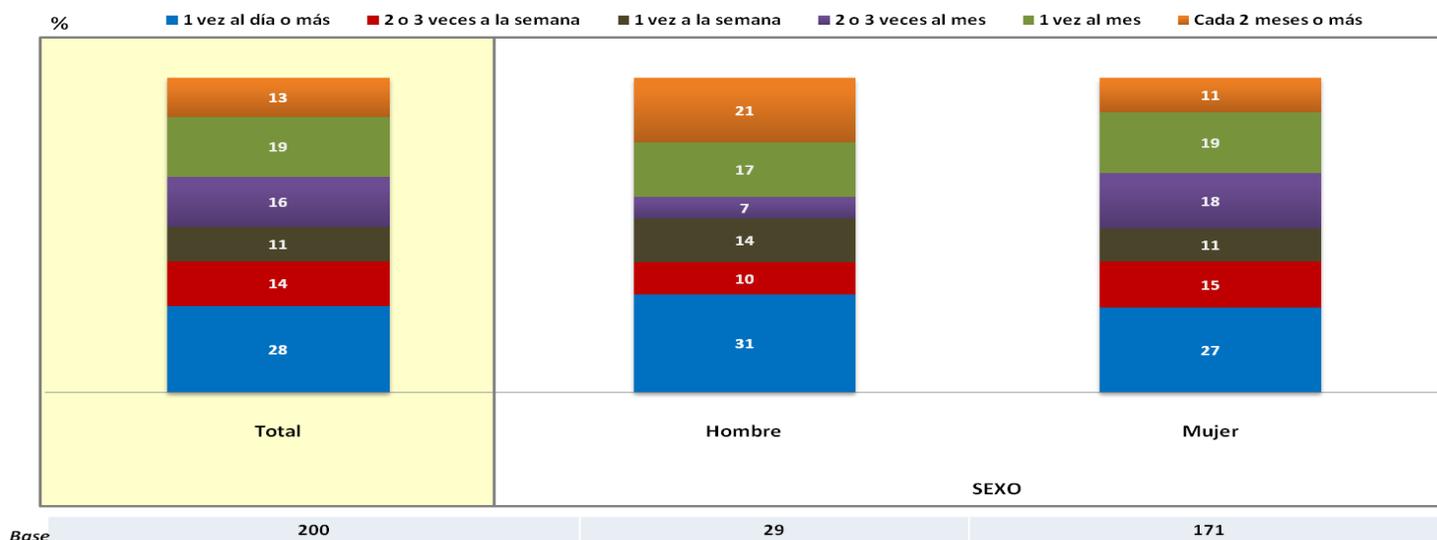
Gráfico 66: Rango etario según Sexo



6.4.2. HABITOS DE USO DE REDES SOCIALES

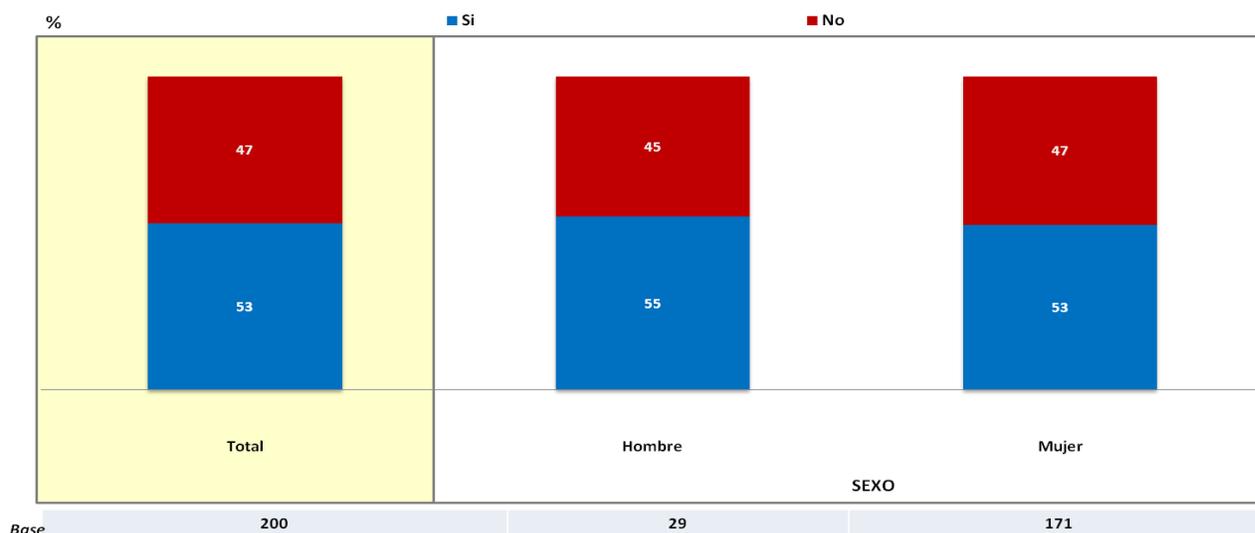
A nivel general, los usuarios y usuarias, utilizan las redes sociales entre 1 a 3 vez al día (42%).

Gráfico 67: Frecuencia de uso de Redes Sociales según Sexo



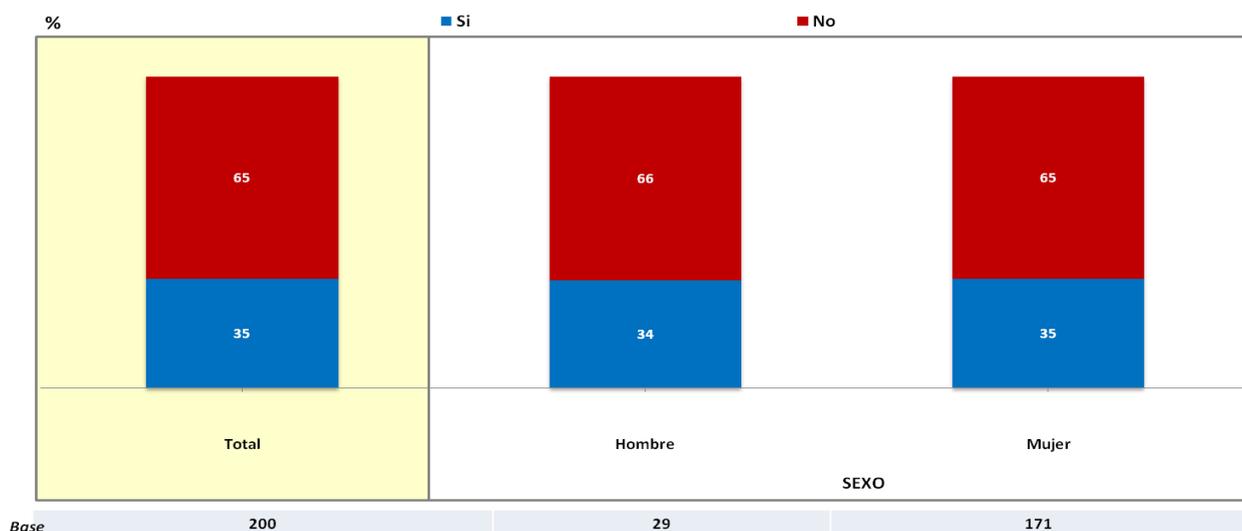
Respecto a la pregunta con qué finalidad utiliza las redes sociales de IPS/ChileAtiende, se observa que el 53% de los y las usuarias utilizan las redes sociales para informarse sobre beneficios del estado. No existen diferencias por género en la utilización de este servicio.

Gráfico 69: Uso de Redes Sociales para informarse sobre Beneficios del Estado



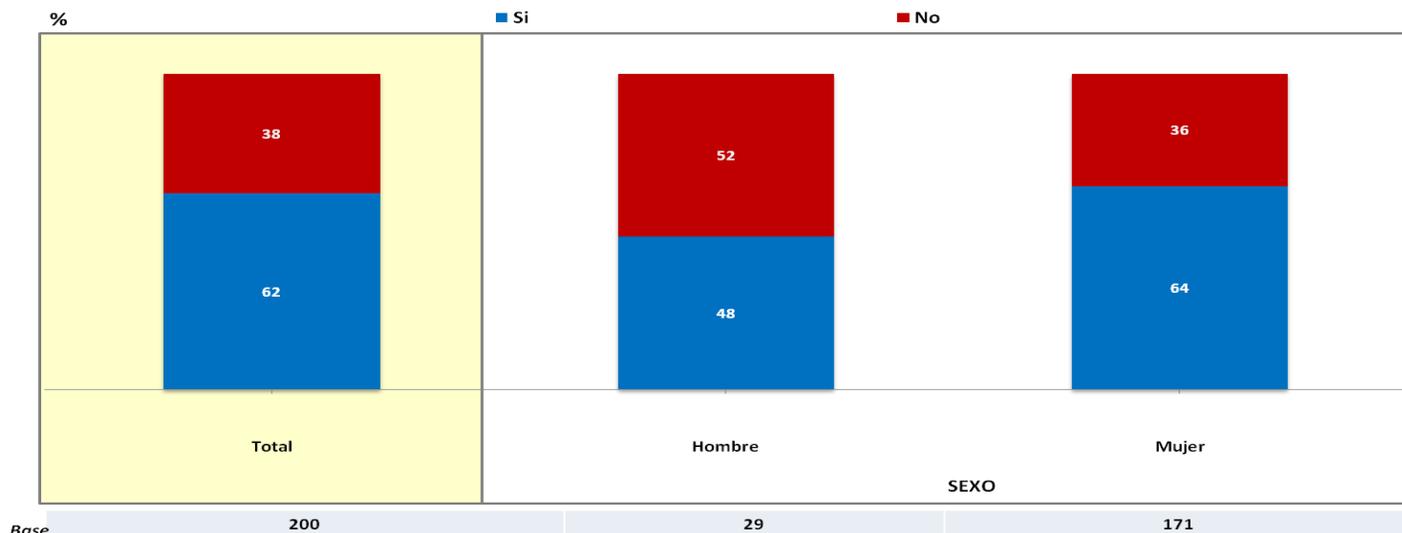
Un 35% de las personas usuarias utiliza las redes sociales para obtener información de sucursales y horarios de atención. No existen diferencias por género en la utilización de este servicio.

Gráfico 70: Uso de Redes Sociales para obtener información respecto de Sucursales y Horarios de Atención



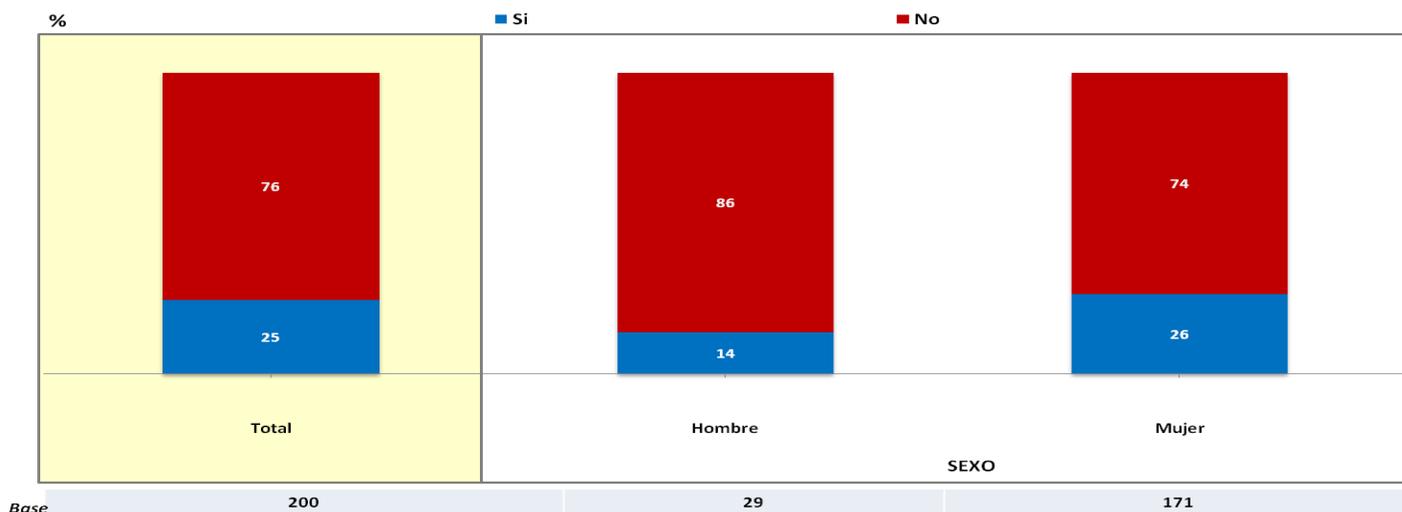
El 62% de los usuarios y usuarias utiliza las redes sociales para realizar una consulta personal. Se observa que las mujeres son las que más consultan a través de las redes sociales respecto a los hombres.

Gráfico 71: Uso de Redes Sociales para realizar una Consulta Personal



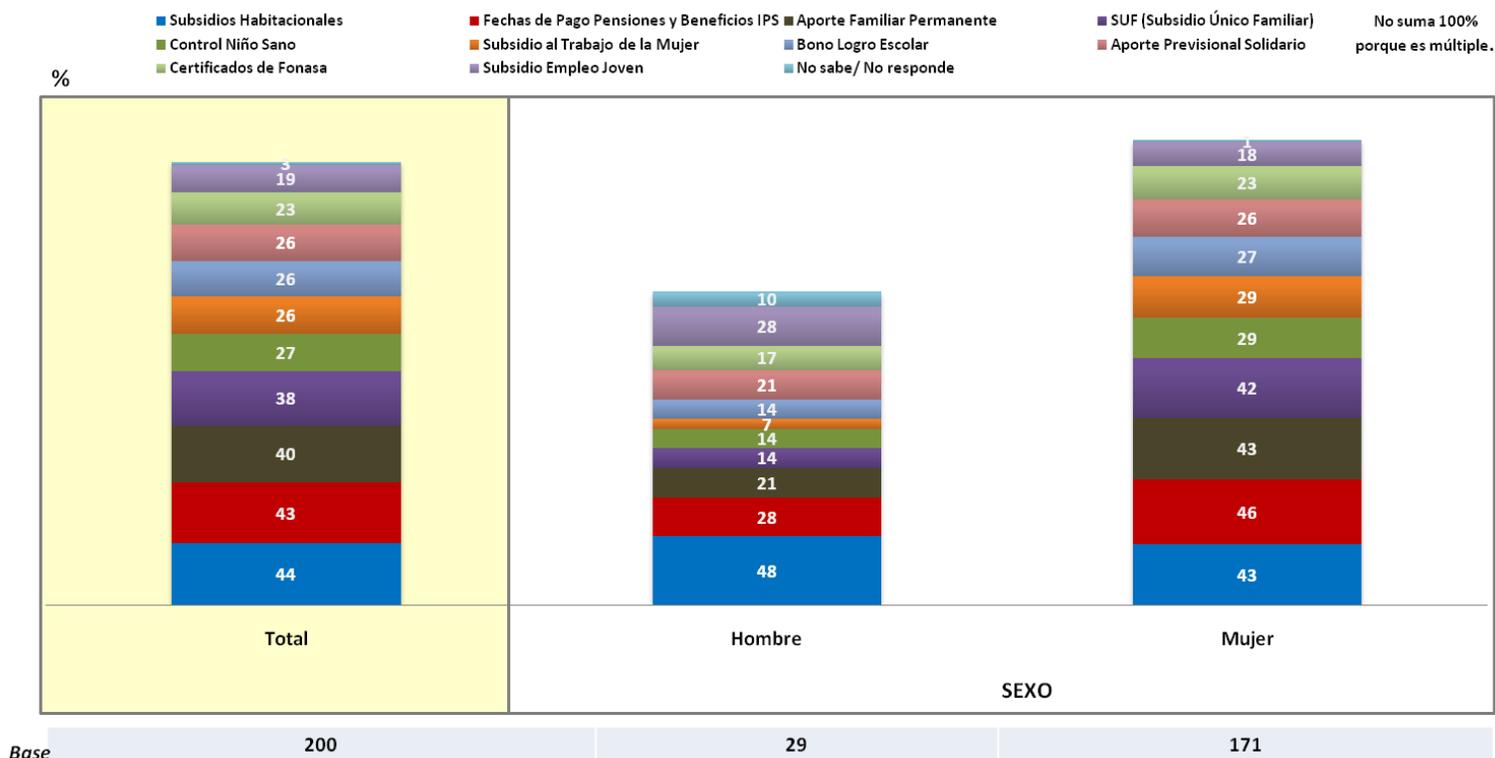
Un 25% de los usuarios y usuarias utiliza las redes sociales para realizar una consulta de un familiar o amigo o conocido. Las mujeres utilizan más las redes sociales para este tipo de consulta respecto a los hombres.

Gráfico 72: Uso de Redes Sociales para realizar una Consulta de un Familiar/Amigo/Conocido



Al consultar respecto sobre qué tramites le gustaría recibir información en las redes sociales, se observa que a nivel general “Subsidios Habitacionales” obtiene la mayor cantidad de menciones (44%), luego “Fechas de pago de pensiones y beneficios IPS” con un 43%, “Aporte familiar permanente” con un 40% y “Subsidio empleo joven” con un 38%, respectivamente.

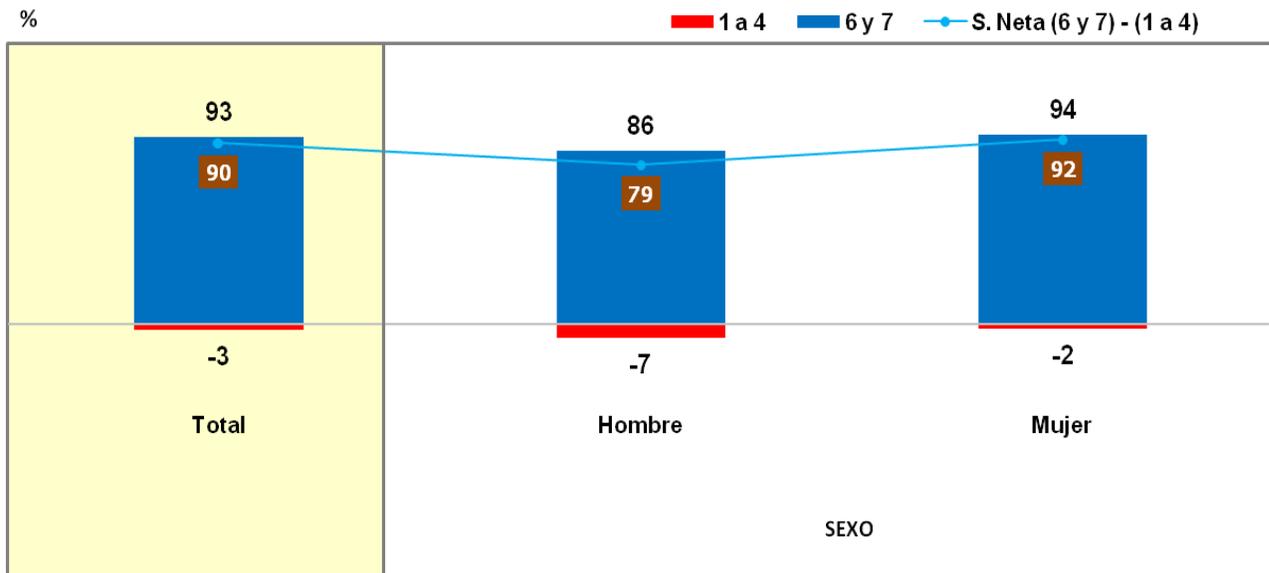
Gráfico 73: Uso de Redes Sociales para consulta de trámites



6.4.4. SATISFACCIÓN GENERAL CON EL SERVICIO ENTREGADO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

El nivel de satisfacción neta es de 90 puntos, lo que indica una satisfacción alta con el servicio. Sólo existe un 3% de los usuarios y usuarias insatisfecho con el servicio. Cabe destacar que las mujeres presentan una neta mayor (neta: 92 puntos) respecto a los hombres (neta: 79 puntos).

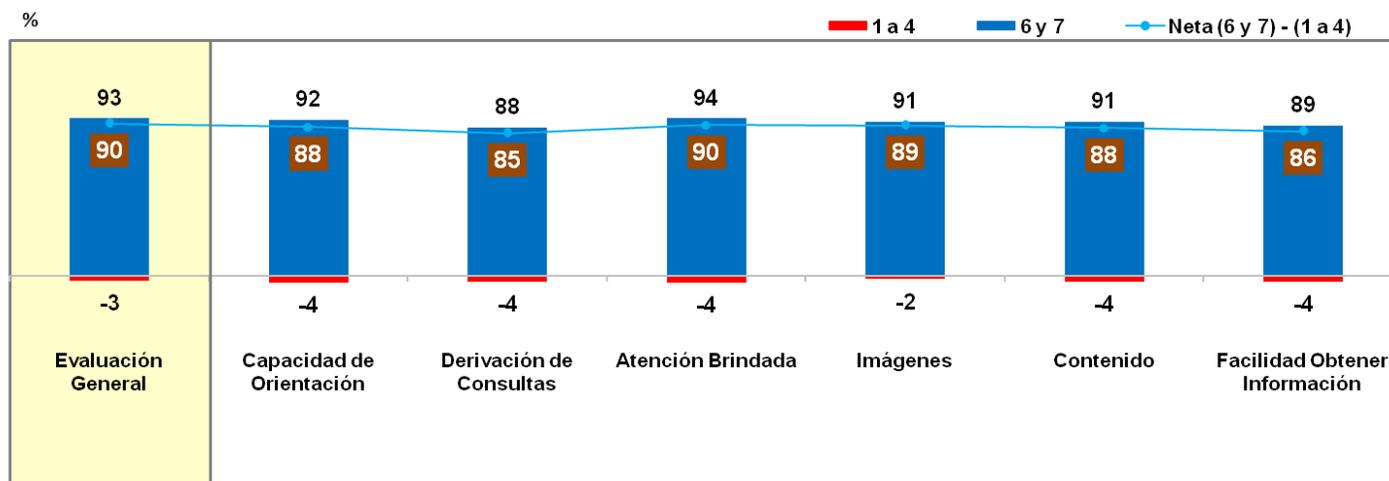
Gráfico 74: Satisfacción con el Servicio entregado a través de las Redes Sociales



6.4.5. EXPERIENCIA EN LA VISITA A LAS REDES SOCIALES

Respecto a la evaluación a las redes sociales, se observa que en todos los aspectos los usuarios y usuarias evalúan como muy bueno o bueno el servicio entregado. Destaca la “Atención brindada”, donde el 94% de las personas entrevistadas evalúa con nota 6 y 7.

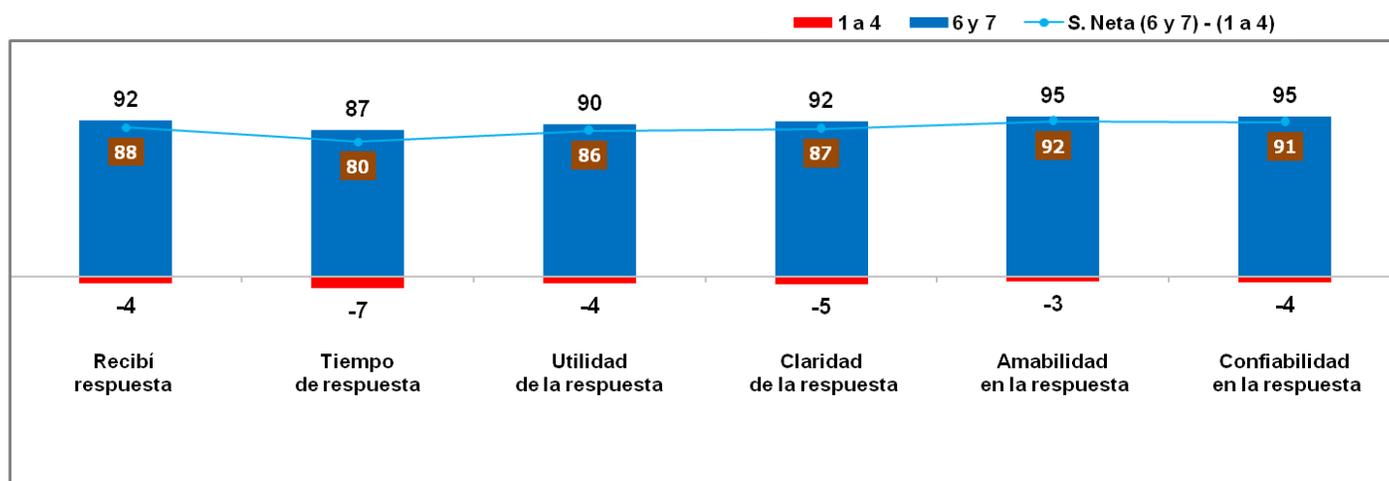
Gráfico 75: Experiencia en la visita a la Redes Sociales



Respecto a la respuesta recibida a través de las redes sociales, en general los usuarios y usuarias están satisfechos.

Destaca con porcentajes sobre el 90% de satisfacción, los aspectos “Recibí respuesta”, “Claridad de la respuesta”, “Amabilidad” y “Confiabilidad en la respuesta”, respectivamente.

Gráfico 76: Satisfacción con la visita a las Redes Sociales

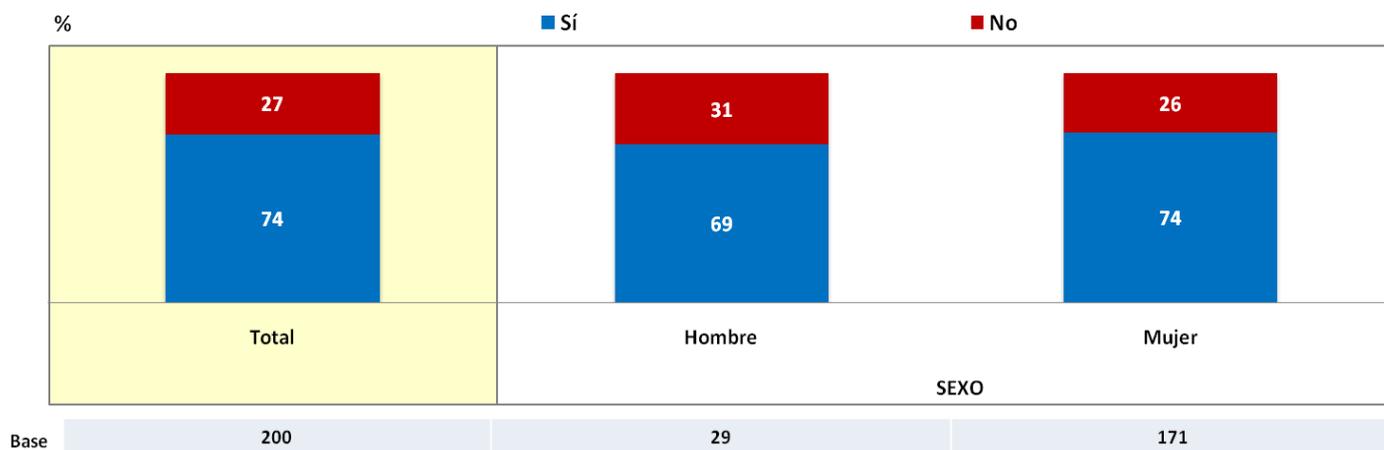
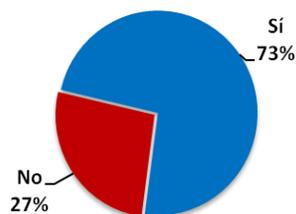


6.4.6. CONOCIMIENTO, USO Y SATISFACCIÓN DE IPS EN LÍNEA

6.4.6.1. CONOCIMIENTO DE OTROS CANALES

El 73% de los usuarios y usuarias señala conocer IPS en línea. Las mujeres conocen más este servicio respecto a los hombres.

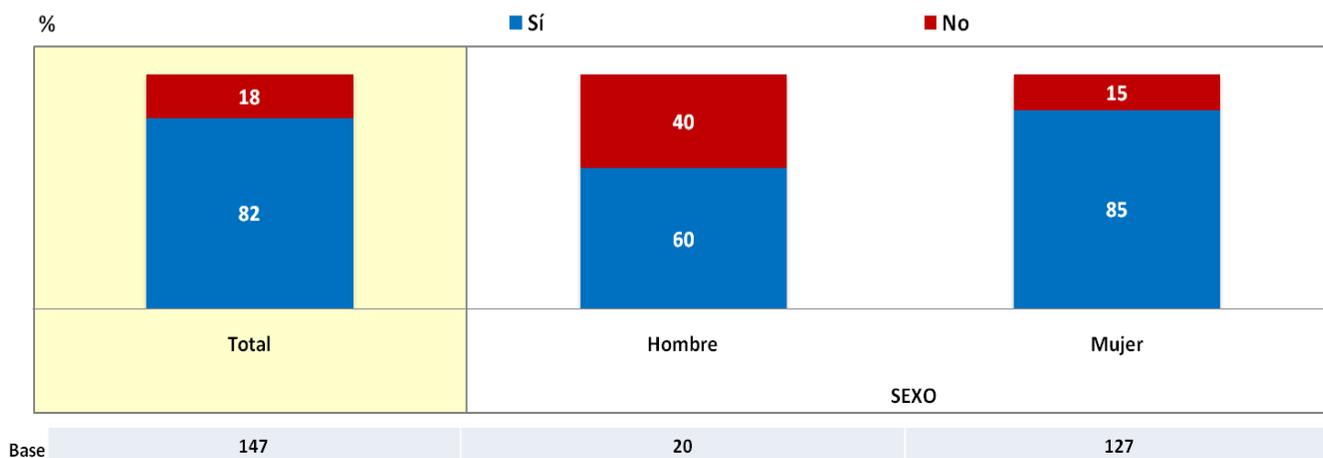
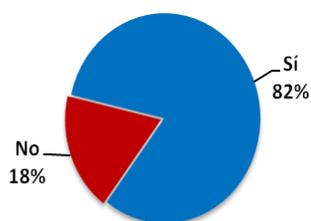
Gráfico 77: Conocimiento de otros Canales (IPS en Línea)



6.4.6.2. USO DE OTROS CANALES

El 82% de los usuarios y usuarias menciona utilizar el canal IPS en línea. Las mujeres utilizan mucha más que los hombres este servicio.

Gráfico 78: Uso de otros Canales (IPS en Línea)



6.4.6.3. SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO ENTREGADO

Respecto a las personas os usuarios y usuarias que utilizan el servicio entregado a través de IPS/CHILEATIENDE “En Línea”, el 88% de los usuarios y usuarias señala estar satisfechas con el servicio entregado. Existe un 8% de personas insatisfechas.

Gráfico 79: Satisfacción con el Servicio entregado a través de IPS/CHILEATIENDE En Línea



7. CONCLUSIONES

7.1. GLOBAL IPS

- El Umbral de Satisfacción Global IPS para el año 2017 es 94,7%. Esto implica que el 94,7% de las personas usuarias atendidas a través de los canales presenciales y/o no presenciales de IPS se encuentran satisfechas con el servicio recibido.
- El Umbral de Satisfacción Global IPS baja 0,9 puntos respecto al año 2016. Esto se explica, fundamentalmente, por la baja que obtiene en el Umbral de Satisfacción en sus canales de atención no presenciales: Call Center y Formulario Web.

7.2. CANAL CENTRO DE ATENCIÓN PREVISIONAL INTEGRAL (CAPRI)

- El Umbral de Satisfacción General para el canal CAPRI es de 98,5% para el año 2017, lo cual representa una baja (no significativa) de 0,1 puntos porcentuales respecto al año 2016. Esto implica que los dos últimos años (2016 y 2017), el canal presencial del IPS ha presentado un porcentaje de personas usuarias satisfechas en un nivel significativamente mayor que desde el año 2015 hacia atrás.
- De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que no existe diferencia significativa en la proporción de personas satisfechas entre hombres y mujeres.
- El perfil de las personas usuarias atendidas por el canal presencial CAPRI son principalmente mujeres (66%), de nacionalidad chilena (97%), con concentración etaria de 46 años o más (50%) y nivel educacional predominante “media completa” (31%).
- El nivel de satisfacción neta es de 96 puntos, lo que indica una satisfacción alta con el servicio. Sólo existe un 1% de los usuarios y usuarias insatisfechos con el servicio.
- Existe una satisfacción especialmente alta con el servicio en las dimensiones “Atención del personal (neta: 97 puntos)”, “Módulos de Autoatención (neta: 95 puntos)” y “Tiempo de atención (neta: 95 puntos)”, respectivamente.
- La gran mayoría de los atributos de servicio del canal CAPRI obtienen niveles de excelencia (porcentaje de satisfechos/as mayor o igual a 90%).
- En términos relativos, los aspectos específicos que presentan una satisfacción alta pero “mejorable”, son en los siguientes aspectos: Acceso para personas con movilidad reducida,

Seguridad del exterior y entorno de la Sucursal IPS y Calidad de veredas y calles en el entorno de la sucursal IPS.

- Los focos prioritarios de mejora son en las dimensiones “Infraestructura” y “Personal de atención”. Respecto a infraestructura focos prioritarios son: Cantidad de módulos atendiendo y comodidad de los espacios de espera. Luego en personal de atención se propone realizar mejoras en la presentación personal del ejecutivo/a, trato respetuoso y la preocupación por atender las necesidades de los usuarios.

7.3. CANAL CALL CENTER

- El Umbral de Satisfacción General para el canal Call Center es de 82,4% para el año 2017, lo cual representa una baja significativa de 4,8 puntos respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017 se revierte la tendencia creciente que tuvo este indicador para el canal Call Center desde el año 2012 al 2016.
- No obstante la baja a nivel general, se aprecia que la dimensión “Accesibilidad en Línea” exhibe un aumento significativo en el porcentaje de personas con puntaje de 75 puntos o más respecto al año pasado.
- El Umbral de Satisfacción muestra que no existen diferencias significativas en la proporción de personas usuarias satisfechas entre hombres y mujeres. Sin embargo, se aprecia que el umbral de satisfacción de las mujeres con el Call Center es levemente mayor que el que exhiben los hombres con este mismo canal de atención.
- El perfil de las personas usuarias (as) atendidas por el canal Call Center se caracteriza porque el 70% son mujeres, de nacionalidad chilena (97%), el 54% son personas entre 25 y 45 años y nivel educacional predominante “media completa” (36%).
- Existe una satisfacción media baja con el servicio “Tiempo de espera (neta: 25 puntos)” y una satisfacción media en las dimensiones; “La cantidad de opciones disponibles en el discado telefónico (neta: 57 puntos)”, “La claridad de las opciones disponible en el discado telefónico (neta: 65 puntos)”, “Facilidad para seleccionar las opciones en el discado telefónico (neta: 72 puntos)” y “La información o respuesta entregada por el ejecutivo/a es adecuada (neta:72 puntos)”, respectivamente.

- Los atributos relacionados con la atención del Ejecutivo son los únicos del canal Call Center que presentan niveles “altos” de satisfacción (porcentaje de satisfechos/as mayor o igual a 80%). No obstante lo anterior, se aprecia que el aspecto específico “Lo adecuado de la información o respuesta que le entregó el/la ejecutivo/a ante su consulta” es alto pero “mejorable”.
- Los atributos del Call Center relacionados con “Tiempos de Espera” y “Discado” exhiben niveles de satisfacción que aún tienen un amplio espacio para mejorar ya que presentan una proporción de personas usuarias no satisfechas mayor a 20%.
- El aspecto específico “Tiempo de Espera” emerge como el más débil del canal Call Center y como el más crítico del modelo multi-canal de IPS ya que obtiene sólo un 52% de personas usuarias satisfechas.
- No existen focos prioritarios de mejora, sin embargo, el atributo “Tiempos de Espera” es el que tiene una menor evaluación por las personas usuarias, por lo tanto se recomienda mejorar este aspecto de manera prioritaria.

7.4. CANAL FORMULARIO WEB

- El Umbral de Satisfacción General para el canal Formulario Web es de 64,2% para el año 2017. Esto representa una baja significativa de 7,4 puntos respecto al año 2016. Esto implica que el año 2017 el indicador de satisfacción del canal Formulario Web cae desde el “piso” de más de 70 puntos que había alcanzado en el año 2015 y 2016.
- Dentro del canal Formulario Web, se aprecia una baja significativa en la dimensión “Tiempo de Comunicación” y una baja no estadísticamente significativa en la dimensión “Calidad de Respuesta o Solución”.
- Pese a que no es estadísticamente significativo, se aprecia que el umbral de satisfacción de las mujeres con el Formulario Web es mayor que el que exhiben los hombres con este mismo canal de atención.
- El perfil de las personas usuarias atendidas por el canal Formulario Web se caracteriza porque el 70% son mujeres, el 46% son personas entre 25 y 45 años y porque su nivel educacional predominante es “media completa” (32,1%).

- El nivel de satisfacción neta es de 64 puntos, lo que indica una satisfacción media con el servicio. Existe un 10% de usuarios y usuarias insatisfechas con el servicio. Cabe destacar que los usuarios y usuarias de nacionalidad extranjera presentan una neta mayor (neta: 71 puntos) respecto a los chilenos (neta: 60 puntos).
- Existe una satisfacción media con el servicio en las dimensiones “Lo adecuado de las opciones de consulta que ofrece el formulario web (neta: 59 puntos)”, “La facilidad para encontrar el formulario en la página web (neta: 67 puntos)” y “La claridad del formulario (neta: 74 puntos)”, respectivamente.
- El atributo “Lo adecuado de las opciones de consulta que ofrece” aparece como el aspecto más “débil” del Formulario Web (porcentaje de satisfechos/as igual a 70%).
- Los focos prioritarios de mejora son: “La claridad del formulario” y “La facilidad para encontrarlo en la página Web”.

7.5. CANAL DIGITAL

- Las personas que visitan las redes sociales de IPS son, mayoritariamente, mujeres chilenas entre 25 y 34 años, que usan intensivamente las redes sociales (2 o 3 veces a la semana o más).
- Principalmente, utilizan las redes sociales para realizar una consulta personal y para informarme sobre beneficios del Estado. Los trámites para los que más se utilizan las redes sociales son: "Subsidios Habitacionales", "Fechas de Pago Pensiones y Beneficios IPS", "Aporte Familiar Permanente" y SUF (Subsidio Único Familiar).
- A las personas usuarias de redes sociales les gustaría informarse o contactarse con IPS, principalmente, a través de Facebook y Whatsapp.
- El 93% de las personas usuarias se encuentra satisfecho con el servicio entregado por las redes sociales de IPS.
- El 93% de las personas usuarias de redes sociales conoce el servicio IPS "en línea". De estos, el 83% lo ha utilizado. De estos, el 88% se encuentra satisfecho con el servicio recibido.

8. ANEXO

Anexo 1: Diseño muestral CAPRI

REGIÓN	SUCURSAL	Muestra por sucursal (n)	TRANSACCIONES
		3.818	5.758.037
I Tarapacá	Iquique	36	80.208
	Alto Hospicio	30	47.323
	Pozo Almonte	11	8.175
II Antofagasta	Antofagasta	38	97.288
	Calama	30	64.378
	Tocopilla	10	10.694
	Mejillones	10	5.927
	Taltal	10	2.605
	Copiapó	30	44.854
III Atacama	Vallenar	30	28.120
	Chañaral	30	12.844
	Caldera	12	6.082
	La Serena	50	127.347
IV Coquimbo	Coquimbo	32	74.944
	Ovalle	32	54.066
	Illapel	30	26.780
	Salamanca	30	28.419
	Los Vilos	30	24.838
	Vicuña	31	20.536
	Combarbalá	11	12.046
	Andacollo	11	7.825
	Valparaíso	43	110.380
V Valparaíso	Viña Del Mar	39	100.187
	Quillota	30	72.913
	Quilpué	30	67.070
	San Antonio	30	65.324
	San Felipe	30	54.433
	Villa Alemana	30	47.119
	Quintero	30	38.016
	Concón	30	33.108
	Los Andes	30	32.197
	La Ligua	32	19.434
	La Calera	31	29.274
	Limache	30	27.501
	Casablanca	10	16.363
	Cabildo	10	13.351
	El Quisco	10	11.555
	Puchuncavi	10	8.626
	LlayLlay	10	7.301
	Isla de Pascua	10	5.242

REGIÓN	SUCURSAL	Muestra por sucursal (n)	TRANSACCIONES
		3.818	5.758.037
VI O'Higgins	Rancagua	43	110.466
	San Fernando	31	72.012
	Santa Cruz	32	52.437
	Rengo	30	31.528
	San Vicente de Tagua Tagua	29	30.109
	Pichilemu	30	13.793
	Chimbarongo	11	12.712
	San Francisco de Mostazal	10	8.409
VII Maule	Talca	46	119.758
	Linares	44	113.131
	Curicó	40	104.262
	Cauquenes	30	33.779
	Constitución	30	19.044
	San Javier	30	33.500
	Parral	30	28.617
	San Clemente	36	19.669
	Chanco	13	9.799
	Hualañé	10	3.427
	Curepto	10	2.122
	Pelluhue	10	820
VIII Biobío	Concepción	55	137.170
	Los Ángeles	39	97.707
	Chillan	41	96.678
	Coronel	31	73.963
	Talcahuano	33	54.147
	Lota	30	37.090
	San Carlos	31	24.117
	Tome	31	19.206
	Curanilahue	31	15.587
	Mulchen	31	22.666
	Arauco	43	20.257
	Laja	31	18.096
	Nacimiento	11	13.969
	Bulnes	11	11.584
	Cabrero	9	10.445
	Cañete	11	10.012
	Lebu	12	9.186
	Coelemu	15	7.356
	Santa Bárbara	11	6.823
	Yungay	9	6.701
Yumbel	12	5.510	
Quirihue	7	4.274	

REGIÓN	SUCURSAL	Muestra por sucursal (n)	TRANSACCIONES
		3.818	5.758.037
IX Araucanía	Temuco	31	79.091
	Villarrica	30	32.216
	Angol	31	24.464
	Victoria	30	23.486
	Lautaro	30	32.651
	Loncoche	30	18.270
	Nueva Imperial	10	17.387
	Collipulli	10	16.734
	Pitrufquen	10	14.332
	Carahue	10	9.497
	Traiguén	10	8.605
	Padre las Casas	10	8.045
	Gorbea	10	7.418
	Vilcún	10	5.706
	Cunco	10	4.825
	Curacautin	10	4.134
Purén	10	1.711	
X Los Lagos	Puerto Montt	35	91.623
	Osorno	30	73.476
	Castro	29	29.896
	Ancud	30	25.893
	Purranque	30	18.550
	Frutillar	31	17.095
	Calbuco	10	14.876
	Quellón	9	14.365
	Los Muermos	10	12.413
	Puerto Varas	10	9.107
	Mullin	10	8.250
	Llanquihue	10	7.330
	Chonchi	10	5.394
	Rio Negro	10	3.748
	Fresia	10	3.317
	Quemchi	10	2.961
	Achao	10	2.594
	Palena	7	915
	Futaleufú	6	759
	Chaitén	11	1.967
XI Aysén	Coyhaique	30	21.262
	Aysén	30	16.393
	Puerto Cisnes	10	2.708
	Chile Chico	10	1.873
	Cochrane	10	1.464
XII Magallanes	Punta Arenas	30	50.356
	Puerto Williams	10	907
	Puerto Natales	10	10.259
	Porvenir	10	2.690

REGIÓN	SUCURSAL	Muestra por sucursal (n)	TRANSACCIONES
		3.818	5.758.037
XIII Metropolitana	Alameda	72	181.953
	San Bernardo	61	152.571
	Puente Alto	56	144.918
	Ñuñoa	46	117.565
	San Miguel	41	108.892
	Maipú	36	90.953
	Estación	35	88.746
	Independencia	32	79.034
	Santo Domingo	38	100.954
	Talagante	38	96.630
	Providencia	33	86.150
	La Florida	31	80.584
	Melipilla	30	68.677
	Buín	30	65.414
	Lo Prado	30	48.056
	Las Condes	30	47.183
	Santiago	30	40.458
	Colina	30	28.175
	Curacavi	10	14.897
	La Granja	10	13.085
Lampa	10	11.296	
El Bosque	10	9.156	
Peñalolén	10	8.945	
Quilicura	10	188	
XIV Los Ríos	Valdivia	30	53.846
	La Unión	30	23.979
	Río Bueno	30	17.235
	Lanco	10	13.369
	San José de la Mariquina	10	12.467
	Panguipulli	10	8.995
	Los Lagos	10	7.874
	Paillaco	10	7.772
	Futroneo	10	6.381
	Lago Ranco	10	4.936
	Mafil	10	2.697
	XV Arica y Parinacota	Arica	34
Putre		6	1.469

Anexo 2: Índice de satisfacción general y dimensiones por centro de atención (CAPRI)

Escala: 0 a 100 puntos

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
I Tarapacá	Iquique	97,3	99,3	99,2	99,2	98,6	36
	Alto Hospicio	98,0	99,3	100,0	100,0	99,3	30
	Pozo Almonte	100,0	99,0	100,0	100,0	99,8	11
II Antofagasta	Antofagasta	91,5	95,1	91,9	93,3	92,8	38
	Calama	94,2	98,9	85,2	93,0	93,0	30
	Tocopilla	94,2	95,8	97,5	97,0	96,0	10
	Mejillones	97,8	85,8	96,3	100,0	95,7	10
	Taltal	97,8	98,5	100,0	98,5	98,6	10
III Atacama	Copiapó	99,5	100,0	100,0	99,5	99,7	30
	Vallenar	92,5	99,3	96,7	100,0	96,9	30
	Chañaral	95,1	95,2	97,8	98,5	96,7	30
	Caldera	98,3	97,5	99,6	100,0	98,9	12
IV Coquimbo	La Serena	96,2	96,2	95,1	96,7	96,1	50
	Coquimbo	94,1	89,7	94,3	98,6	94,6	32
	Ovalle	98,0	99,1	100,0	97,7	98,5	32
	Illapel	94,2	96,8	100,0	99,5	97,5	30
	Salamanca	98,2	97,8	99,2	100,0	98,8	30
	Los Vilos	94,4	96,9	94,5	95,5	95,2	30
	Vicuña	99,1	99,8	99,8	100,0	99,7	31
	Combarbalá	94,5	94,9	100,0	98,6	96,9	11
Andacollo	96,2	98,6	96,2	98,6	97,4	11	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
V Valparaíso	Valparaíso	93,6	93,2	94,3	93,7	93,7	43
	Viña Del Mar	94,7	95,4	95,8	92,3	94,3	39
	Quillota	96,4	98,4	99,0	98,0	97,8	30
	Quilpué	96,2	97,8	95,1	96,0	96,2	30
	San Antonio	98,5	98,9	96,2	90,0	95,6	30
	San Felipe	97,2	99,4	99,2	98,5	98,4	30
	Villa Alemana	97,3	77,1	97,0	94,0	92,2	30
	Quintero	98,8	97,0	96,5	97,0	97,4	30
	Concón	97,2	97,5	94,5	95,0	96,1	30
	Los Andes	99,2	97,5	96,7	97,5	97,8	30
	La Ligua	99,4	99,6	99,8	100,0	99,7	32
	La Calera	93,6	97,2	88,1	93,2	93,1	31
	Limache	96,4	98,9	97,4	100,0	98,2	30
	Casablanca	99,9	98,8	97,5	100,0	99,2	10
	Cabildo	99,5	92,8	94,4	100,0	97,3	10
	El Quisco	99,7	99,1	100,0	100,0	99,7	10
	Puchuncavi	98,3	95,6	93,5	92,5	95,1	10
	LlayLlay	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
Isla De Pascua	90,3	94,0	86,6	91,0	90,5	10	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
VI O'Higgins	Rancagua	98,7	99,3	100,0	100,0	99,5	43
	San Fernando	95,7	97,8	97,0	99,5	97,5	31
	Santa Cruz	99,3	99,1	100,0	100,0	99,6	32
	Rengo	97,5	98,6	99,7	99,0	98,6	30
	San Vicente de Tagua Tagua	99,0	99,0	100,0	100,0	99,5	29
	Pichilemu	100,0	99,8	100,0	100,0	100,0	30
	Chimbarongo	98,4	99,7	100,0	100,0	99,4	11
	San Francisco De Mostazal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
VII Maule	Talca	97,2	99,1	99,5	100,0	98,9	46
	Linares	94,0	96,5	95,3	96,9	95,7	44
	Curicó	95,0	97,6	92,2	97,0	95,5	40
	Cauquenes	98,3	98,5	100,0	98,5	98,8	30
	Constitución	93,8	91,4	89,0	96,0	93,0	30
	San Javier	97,2	97,5	96,7	99,0	97,7	30
	Parral	91,7	94,2	99,5	86,0	92,1	30
	San Clemente	95,1	93,2	97,9	98,8	96,4	36
	Chanco	98,8	94,8	100,0	100,0	98,6	13
	Hualañé	92,8	91,2	93,5	88,0	91,2	10
	Curepto	96,1	96,5	93,0	98,5	96,3	10
	Pelluhue	96,8	88,0	100,0	100,0	96,6	10

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
VIII Biobío	Concepción	95,7	97,3	89,7	97,8	95,4	55
	Los Ángeles	98,9	97,6	97,3	94,6	97,0	39
	Chillan	96,7	98,8	98,3	97,4	97,7	41
	Coronel	96,3	92,6	93,4	93,7	94,2	31
	Talcahuano	98,4	96,7	97,0	98,2	97,7	33
	Lota	98,8	96,8	97,5	99,5	98,4	30
	San Carlos	96,2	98,8	99,4	98,1	97,9	31
	Tome	94,3	90,1	98,1	95,2	94,5	31
	Curanilahue	96,3	92,3	96,3	97,6	95,9	31
	Mulchen	97,2	95,2	96,9	98,5	97,1	31
	Arauco	92,9	90,7	93,1	95,1	93,2	43
	Laja	96,5	92,8	99,5	97,6	96,7	31
	Nacimiento	97,3	95,1	97,3	90,5	94,8	11
	Bulnes	100,0	99,0	100,0	100,0	99,8	11
	Cabrero	99,1	93,0	100,0	96,7	97,3	9
	Cañete	98,9	94,9	98,6	100,0	98,4	11
	Lebu	97,8	98,7	100,0	100,0	99,1	12
	Coelemu	92,6	95,4	95,7	97,0	95,1	15
	Santa Bárbara	97,0	84,9	99,5	93,2	93,9	11
Yungay	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	9	
Yumbel	98,5	98,1	98,0	97,5	98,0	12	
Quirihue	93,5	97,0	96,4	95,7	95,5	7	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
IX Araucanía	Temuco	94,7	94,8	90,7	93,2	93,5	31
	Villarrica	96,1	97,3	97,5	96,5	96,7	30
	Angol	97,7	99,2	96,0	94,7	96,7	31
	Victoria	97,9	100,0	99,5	99,5	99,1	30
	Lautaro	94,6	88,6	94,2	98,0	94,3	30
	Loncoche	94,5	96,4	99,4	98,0	96,9	30
	Nueva Imperial	95,9	96,6	99,4	100,0	98,0	10
	Collipulli	99,8	98,5	97,1	100,0	99,0	10
	Pitrufquen	97,4	95,4	96,0	97,0	96,6	10
	Carahue	97,1	95,3	100,0	100,0	98,2	10
	Traiguén	98,2	89,5	99,5	98,5	96,8	10
	Padre Las Casas	95,8	86,1	98,5	94,0	93,8	10
	Gorbea	96,4	90,1	95,6	98,5	95,6	10
	Vilcún	95,1	87,3	98,0	98,5	95,1	10
	Cunco	95,5	98,1	93,0	100,0	96,9	10
	Curacautin	92,0	96,8	94,7	100,0	95,9	10
Purén	94,9	99,6	96,6	100,0	97,7	10	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
X Los Lagos	Puerto Montt	98,6	99,9	100,0	100,0	99,5	35
	Osorno	97,3	95,5	98,3	98,5	97,5	30
	Castro	92,6	94,6	92,4	95,9	93,9	29
	Ancud	95,5	94,6	92,9	97,0	95,2	30
	Purranque	97,9	92,0	100,0	100,0	97,8	30
	Frutillar	98,1	97,1	100,0	100,0	98,9	31
	Calbuco	99,7	95,8	96,1	100,0	98,3	10
	Quellón	94,8	93,1	96,4	93,3	94,4	9
	Los Muermos	98,2	95,8	96,5	94,0	96,1	10
	Puerto Varas	95,3	91,8	100,0	100,0	97,0	10
	Mauillin	93,3	86,2	86,3	85,0	88,0	10
	Llanquihue	95,4	94,3	100,0	100,0	97,5	10
	Chonchi	94,8	92,7	95,4	92,5	93,8	10
	Rio Negro	93,4	84,3	100,0	94,0	93,1	10
	Fresia	97,7	98,4	100,0	92,5	96,7	10
	Quemchi	94,5	95,7	97,0	100,0	96,9	10
	Achao	93,2	96,2	95,4	95,5	94,9	10
	Palena	99,9	100,0	96,6	100,0	99,3	7
	Futaleufú	95,2	98,2	85,7	85,0	90,8	6
Chaitén	99,0	96,6	98,2	100,0	98,7	11	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
XI Aysén	Coyhaique	99,2	98,9	98,3	100,0	99,2	30
	Aysén	98,8	98,8	98,1	99,5	98,9	30
	Puerto Cisnes	100,0	99,8	99,0	100,0	99,8	10
	Chile Chico	94,3	97,3	97,1	100,0	97,2	10
	Cochrane	98,6	96,6	98,8	100,0	98,6	10
XII Magallanes	Punta Arenas	99,1	98,7	98,9	100,0	99,2	30
	Puerto Williams	98,1	100,0	100,0	100,0	99,4	10
	Puerto Natales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Porvenir	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
XIII Metropolitana	Alameda	85,4	96,3	95,0	89,0	90,6	72
	San Bernardo	96,4	95,9	96,2	93,1	95,3	61
	Puente Alto	98,1	98,7	99,3	96,3	97,9	56
	Ñuñoa	94,8	95,0	92,9	93,2	94,0	46
	San Miguel	92,3	94,8	87,9	88,3	90,7	41
	Maipú	98,1	95,6	95,5	92,9	95,5	36
	Estación	92,8	96,5	94,9	93,6	94,2	35
	Independencia	88,3	92,9	82,6	89,2	88,4	32
	Santo Domingo	96,2	96,6	91,1	94,9	94,9	38
	Talagante	93,2	96,7	91,8	95,3	94,3	38
	Providencia	95,8	99,0	92,1	95,9	95,7	33
	La Florida	97,2	94,8	91,4	96,1	95,2	31
	Melipilla	94,6	97,1	96,3	99,0	96,8	30
	Buín	95,7	96,1	98,3	91,0	94,9	30
	Lo Prado	99,5	94,3	98,2	92,5	96,1	30
	Las Condes	87,2	95,7	95,5	90,5	91,5	30
	Santiago	93,1	99,2	98,4	94,5	95,8	30
	Colina	99,8	98,7	100,0	96,5	98,6	30
	Curacaví	85,1	95,8	94,5	91,0	90,9	10
	La Granja	88,2	80,2	91,5	76,0	83,6	10
Lampa	85,5	67,8	88,5	79,0	80,6	10	
El Bosque	92,0	87,9	91,2	91,0	90,7	10	
Peñalolén	97,3	93,8	96,7	98,5	96,9	10	
Quilicura	94,8	96,9	98,2	100,0	97,4	10	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		96,0	96,1	96,3	96,3	96,2	3.818
XIV Los Ríos	Valdivia	96,4	97,8	97,8	97,5	97,3	30
	La Unión	95,6	97,4	94,4	89,5	93,9	30
	Rio Bueno	95,3	90,3	93,6	93,0	93,3	30
	Lanco	97,5	99,3	97,5	98,5	98,1	10
	San José De La Mariquina	98,8	100,0	100,0	98,5	99,2	10
	Panguipulli	94,1	90,8	90,6	92,5	92,3	10
	Los Lagos	97,7	93,2	99,0	88,0	94,1	10
	Paillaco	98,2	98,3	95,6	98,5	97,8	10
	Futrono	98,5	95,0	90,0	94,0	94,8	10
	Lago Ranco	86,1	89,3	90,4	89,5	88,6	10
	Mafil	99,9	96,4	97,0	97,0	97,7	10
XV Arica y Parinacota	Arica	98,0	97,7	98,5	97,8	98,0	34
	Putre	76,8	86,7	95,0	85,0	84,9	6

Anexo 3: Umbral de satisfacción general y dimensiones por centro de atención (CAPRI)

% 75 o más

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
I Tarapacá	Iquique	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	36
	Alto Hospicio	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Pozo Almonte	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11
II Antofagasta	Antofagasta	92,1	100,0	94,7	89,5	89,5	38
	Calama	93,3	100,0	96,7	90,0	96,7	30
	Tocopilla	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Mejillones	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Taltal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
III Atacama	Copiapó	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Vallenar	90,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Chañaral	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Caldera	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	12
IV Coquimbo	La Serena	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	50
	Coquimbo	100,0	96,9	100,0	100,0	100,0	32
	Ovalle	96,9	100,0	100,0	96,9	100,0	32
	Illapel	96,7	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Salamanca	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Los Vilos	96,7	100,0	93,3	93,3	96,7	30
	Vicuña	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	31
	Combarbalá	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11
Andacollo	100,0	100,0	90,9	100,0	100,0	11	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
V Valparaíso	Valparaíso	97,7	95,3	100,0	97,7	97,7	43
	Viña Del Mar	89,7	94,9	94,9	97,4	97,4	39
	Quillota	93,3	100,0	100,0	96,7	100,0	30
	Quilpué	100,0	100,0	96,7	100,0	100,0	30
	San Antonio	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	San Felipe	93,3	100,0	100,0	96,7	96,7	30
	Villa Alemana	100,0	80,0	100,0	100,0	100,0	30
	Quintero	100,0	96,7	93,3	96,7	100,0	30
	Concón	96,7	96,7	96,7	96,7	100,0	30
	Los Andes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	La Ligua	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	32
	La Calera	90,3	100,0	83,9	93,5	90,3	31
	Limache	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Casablanca	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Cabildo	100,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10
	El Quisco	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Puchuncavi	100,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10
	LlayLlay	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
Isla De Pascua	80,0	100,0	90,0	80,0	80,0	10	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
VI O'Higgins	Rancagua	97,7	100,0	100,0	100,0	100,0	43
	San Fernando	90,3	100,0	100,0	100,0	100,0	31
	Santa Cruz	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	32
	Rengo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	San Vicente de Tagua Tagua	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	29
	Pichilemu	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Chimbarongo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11
	San Francisco De Mostazal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
VII Maule	Talca	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	46
	Linares	95,5	100,0	100,0	100,0	100,0	44
	Curicó	92,5	95,0	92,5	97,5	95,0	40
	Cauquenes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Constitución	100,0	86,7	96,7	96,7	100,0	30
	San Javier	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Parral	100,0	100,0	100,0	96,7	100,0	30
	San Clemente	97,2	97,2	100,0	100,0	100,0	36
	Chanco	100,0	92,3	100,0	100,0	100,0	13
	Hualañé	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Curepto	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Pelluhue	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
VIII Biobío	Concepción	100,0	98,2	90,9	100,0	100,0	55
	Los Ángeles	100,0	100,0	100,0	97,4	100,0	39
	Chillan	97,6	97,6	97,6	97,6	97,6	41
	Coronel	100,0	96,8	96,8	96,8	100,0	31
	Talcahuano	100,0	97,0	97,0	97,0	100,0	33
	Lota	100,0	96,7	100,0	100,0	100,0	30
	San Carlos	96,8	100,0	100,0	100,0	100,0	31
	Tome	100,0	90,3	96,8	100,0	100,0	31
	Curanilahue	100,0	96,8	100,0	96,8	100,0	31
	Mulchen	100,0	100,0	96,8	100,0	100,0	31
	Arauco	93,0	95,3	90,7	95,3	95,3	43
	Laja	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	31
	Nacimiento	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11
	Bulnes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11
	Cabrero	100,0	100,0	100,0	88,9	100,0	9
	Cañete	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11
	Lebu	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	12
	Coelemu	93,3	100,0	93,3	100,0	100,0	15
	Santa Bárbara	100,0	81,8	100,0	100,0	100,0	11
	Yungay	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	9
Yumbel	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	12	
Quirihue	85,7	100,0	100,0	100,0	100,0	7	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
IX Araucanía	Temuco	96,8	96,8	83,9	93,5	93,5	31
	Villarrica	93,3	100,0	100,0	96,7	96,7	30
	Angol	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	31
	Victoria	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Lautaro	96,7	96,7	100,0	100,0	96,7	30
	Loncoche	96,7	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Nueva Imperial	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Collipulli	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Pitrufquen	100,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10
	Carahue	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Traiguén	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Padre Las Casas	100,0	90,0	100,0	100,0	100,0	10
	Gorbea	100,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10
	Vilcún	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Cunco	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
Curacautin	100,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10	
Purén	90,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
X Los Lagos	Puerto Montt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	35
	Osorno	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Castro	96,6	100,0	100,0	86,2	100,0	29
	Ancud	100,0	100,0	93,3	100,0	100,0	30
	Purranque	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Frutillar	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	31
	Calbuco	100,0	100,0	90,0	100,0	100,0	10
	Quellón	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	9
	Los Muermos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Puerto Varas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Mauillin	100,0	80,0	90,0	70,0	100,0	10
	Llanquihue	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Chonchi	100,0	100,0	100,0	80,0	100,0	10
	Rio Negro	100,0	80,0	100,0	90,0	100,0	10
	Fresia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Quemchi	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Achao	100,0	100,0	100,0	90,0	100,0	10
	Palena	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	7
	Futaleufú	83,3	100,0	83,3	83,3	83,3	6
Chaitén	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
XI Aysén	Coyhaique	100,0	100,0	96,7	100,0	100,0	30
	Aysén	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Puerto Cisnes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Chile Chico	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Cochrane	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
XII Magallanes	Punta Arenas	100,0	100,0	96,7	100,0	100,0	30
	Puerto Williams	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Puerto Natales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Porvenir	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
XIII Metropolitana	Alameda	84,7	100,0	98,6	84,7	91,7	72
	San Bernardo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	61
	Puente Alto	98,2	100,0	100,0	100,0	100,0	56
	Ñuñoa	97,8	97,8	91,3	91,3	93,5	46
	San Miguel	92,7	97,6	82,9	85,4	92,7	41
	Maipú	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	36
	Estación	97,1	100,0	100,0	91,4	97,1	35
	Independencia	90,6	96,9	84,4	93,8	90,6	32
	Santo Domingo	94,7	100,0	89,5	92,1	94,7	38
	Talagante	94,7	100,0	100,0	100,0	100,0	38
	Providencia	93,9	100,0	93,9	93,9	93,9	33
	La Florida	100,0	96,8	96,8	100,0	100,0	31
	Melipilla	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Buín	96,7	100,0	100,0	90,0	96,7	30
	Lo Prado	100,0	100,0	100,0	96,7	100,0	30
	Las Condes	96,7	100,0	96,7	96,7	96,7	30
	Santiago	93,3	100,0	96,7	93,3	96,7	30
	Colina	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	Curacaví	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	La Granja	70,0	70,0	100,0	60,0	90,0	10
Lampa	80,0	10,0	80,0	80,0	80,0	10	
El Bosque	100,0	100,0	90,0	90,0	100,0	10	
Peñalolén	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10	
Quilicura	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10	

REGIÓN	SUCURSAL	CALIDAD Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES AMBIENTALES	IMAGEN	CALIFICACIÓN DIRECTA	UMBRALDE SATISFACCIÓN GENERAL CAPRI	MUESTRA POR SUCURSALES (n)
		97,6	98,4	97,7	97,4	98,5	3.818
XIV Los Ríos	Valdivia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	30
	La Unión	93,3	100,0	96,7	93,3	93,3	30
	Rio Bueno	96,7	93,3	96,7	96,7	96,7	30
	Lanco	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	San José de La Mariquina	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Panguipulli	90,0	80,0	90,0	90,0	90,0	10
	Los Lagos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Paillaco	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Futrono	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
	Lago Ranco	100,0	90,0	80,0	90,0	100,0	10
	Mafil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10
XV Arica y Parinacota	Arica	97,1	100,0	100,0	97,1	100,0	34
	Putre	66,7	100,0	100,0	50,0	66,7	6



MUCHAS GRACIAS

**Sismarket Inteligencia de Mercado
Evaristo Lillo 78, Oficina 21
Las Condes, Santiago de Chile
Teléfono: (56-2) 23665400
www.sismarket.cl**