“ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS”

Resultados ChileCompra – Compradores y Proveedores (2021)

AGENDA

I. OBJETIVOS

II. METODOLOGÍA

III. CARACTERIZACIÓN DE LOS/AS USUARIOS/AS ENCUESTADOS

IV. DEFINICIONES RELEVANTES

V. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN - ÚLTIMA EXPERIENCIA

VI. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN – EVALUACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

VII. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN – HABILITACIÓN Y PRESENCIA DE PROBLEMAS

VIII. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN – ANÁLISIS

IX. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN – PREGUNTAS ESPECIFICAS DE LA INSTITUCIÓN

X. LEVANTAMIENTO CUALITATIVO

XI. RECOMENDACIONES

XII. ANEXO MULTIVARIADO

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Institución Ejecutora:
Dirección de Estudios Sociales – Instituto de Sociología – Pontificia Universidad Católica de Chile

Jefe de Proyecto:
Daniella Leal

Equipo Consultor:
Claudia Yañez
Vicky Rojas
Cristián Ayala
Andrés Jaime
Sebastián Daza
Cristina Marchant
Alejandra Aravena

Contraparte Institucional:
David Escobar

Red de Expertos y Asesoría:
Secretaría de Modernización

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

I. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Caracterizar y medir los niveles de satisfacción y de la calidad de servicio percibido de los usuarios de los servicios públicos de Chile

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Medir el nivel de satisfacción global neta de la experiencia de los usuarios con el servicio ofrecido y según los diferentes productos y canales de atención de las instituciones participantes.

Medir el nivel de satisfacción global neta según los distintos tipos de usuarios, grupos etarios y otras desagregaciones relevantes para la construcción de la medición de seguimiento de las instituciones participantes.

Determinar y cuantificar los factores y “drivers” más relevantes para la satisfacción de los diferentes tipos de usuarios, según servicio/producto y canal de atención.

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

II. METODOLOGÍA

ANTECEDENTES Y MODELO DE ANÁLISIS

La Secretaría de Modernización, que tiene como objetivo el "aportar en la mejora de la satisfacción de los ciudadanos a partir de diversas iniciativas", toma la metodología desarrollada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para caracterizar y medir la satisfacción de la última experiencia de los usuarios con instituciones públicas y cada uno de sus canales de atención.

El modelo de evaluación de la experiencia busca medir los siguientes aspectos:



FICHA METODOLÓGICA GENERAL

Técnica	:	Encuestas Telefónicas con CATI y Encuestas Web con CAWI.
Universo	:	Usuarios compradores y proveedores de ChileCompra.
Muestreo	:	Para las encuestas telefónicas y web es probabilístico en la selección de usuarios 2021 perfilados como respondentes en ChileCompra de acuerdo a variables de segmentación (Trámite y Canal).
Marco Muestral	:	Registro de trámites realizados en el ChileCompra entre los meses de enero y mayo del 2021.
Muestra	:	3.123 casos totales.
Error	:	+/- 2,5% bajo supuesto M.A.S., a un 95% de nivel de confianza y asumiendo varianza máxima.
Ponderación	:	Los datos fueron ponderados de acuerdo a la variable trámite.
Fecha de Terreno	:	Lunes 04 de octubre al lunes 18 de octubre 2021.

MUESTRA EFECTIVA PARA LA INSTITUCIÓN

Tabla 1.
Muestra efectiva según Trámite

	Universo de Usuarios	Proporción de Usuarios	Muestra Efectiva	Error Estimado
Mercado Público Comprador	52.907	68%	1.445	3,7%
Capacitación Comprador	2.515	3,2%	698	4,9%
Soporte Comprador	8.521	10,9%	140	3,6%
Mercado Público Proveedor	8.164	10,5%	421	4,8%
Capacitación Proveedor	4.344	5,6%	337	4,9%
Soporte Proveedor	13.974	1,8%	82	4,8%
Total	77.848	100%	3.123	1,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados Encuesta 2021.

TASA DE CONTACTABILIDAD Y PARTICIPACIÓN - PROVEEDORES

Rendimiento Telefónico

Tasa	Abreviación	Valor
Tasa de Respuesta (TRR)	TRR1	19,4%
	TRR2	20,3%
	TRR3	23,4%
	TRR4	24,4%
Tasa de Cooperación (TCoop)	TCoop1	72,8%
	TCoop2	76,0%
	TCoop3	72,8%
	TCoop4	76,0%
Tasa de Rechazo (TR)	TR1	6,4%
	TR2	7,7%
	TR3	18,1%
Tasa de Contacto (TC)	TC1	26,7%
	TC2	32,1%
	TC3	75,4%

Rendimiento Web

Tasa	Abreviación	Valor
Tasa de Respuesta (TRR)	TRR1	10,5%
	TRR2	11,7%
	TRR3	14,2%
	TRR4	15,7%
Tasa de Cooperación (TCoop)	TCoop1	45,8%
	TCoop2	50,7%
	TCoop3	45,8%
	TCoop4	50,7%
Tasa de Rechazo (TR)	TR1	11,3%
	TR2	15,3%
	TR3	32,6%
Tasa de Contacto (TC)	TC1	23,0%
	TC2	31,0%
	TC3	66,0%

TASA DE CONTACTABILIDAD Y PARTICIPACIÓN - COMPRADORES

Rendimiento Telefónico

Tasa	Abreviación	Valor
Tasa de Respuesta (TRR)	TRR1	7,1%
	TRR2	7,8%
	TRR3	7,2%
	TRR4	7,9%
Tasa de Cooperación (TCoop)	TCoop1	75,6%
	TCoop2	83,4%
	TCoop3	75,6%
	TCoop4	83,4%
Tasa de Rechazo (TR)	TR1	1,6%
	TR2	1,6%
	TR3	5,1%
Tasa de Contacto (TC)	TC1	9,4%
	TC2	9,5%
	TC3	30,4%

Rendimiento Web

Tasa	Abreviación	Valor
Tasa de Respuesta (TRR)	TRR1	3,3%
	TRR2	3,6%
	TRR3	3,3%
	TRR4	3,6%
Tasa de Cooperación (TCoop)	TCoop1	78,5%
	TCoop2	86,4%
	TCoop3	78,5%
	TCoop4	86,4%
Tasa de Rechazo (TR)	TR1	0,6%
	TR2	0,6%
	TR3	2,0%
Tasa de Contacto (TC)	TC1	4,2%
	TC2	4,2%
	TC3	14,9%

OBSERVACIONES A LA BASE DE REGISTRO DE USUARIOS

- Bases de datos de contacto de usuarios de calidad, bien organizadas y bien identificados los usuarios y los trámites.
- Cantidad importante de registros considerando el volumen de usuarios de la institución. Esto es un desafío al momento de generar un marco consolidado de datos.
- Se sugiere, en la medida de lo posible, incorporar más variables administrativas para segmentar e indicar el uso que se requiere dar a estas variables.

Ministerio de Hacienda

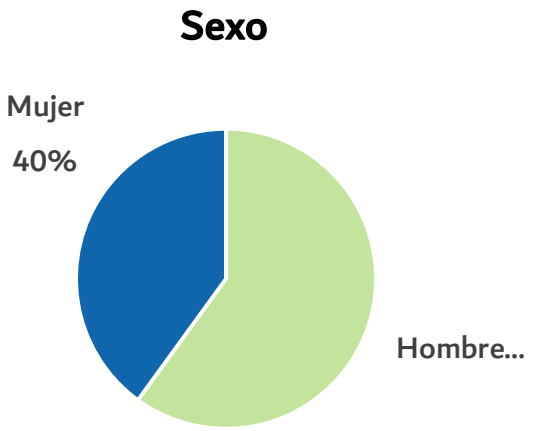
Gobierno de Chile

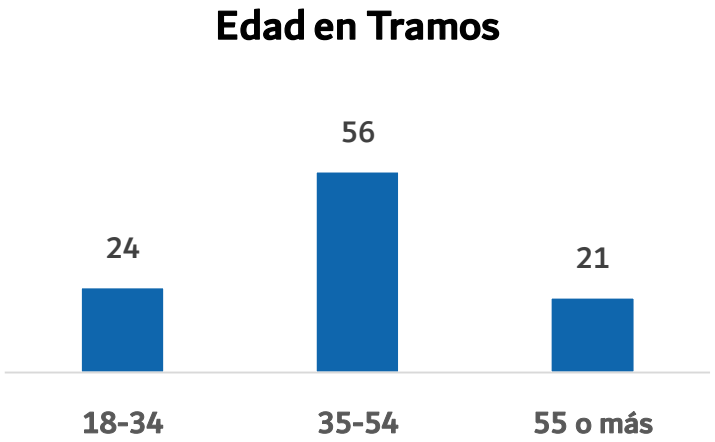
DESUC

Dirección de Estudios Sociales

III. CARACTERIZACIÓN DE LOS/AS USUARIOS/AS ENCUESTADOS

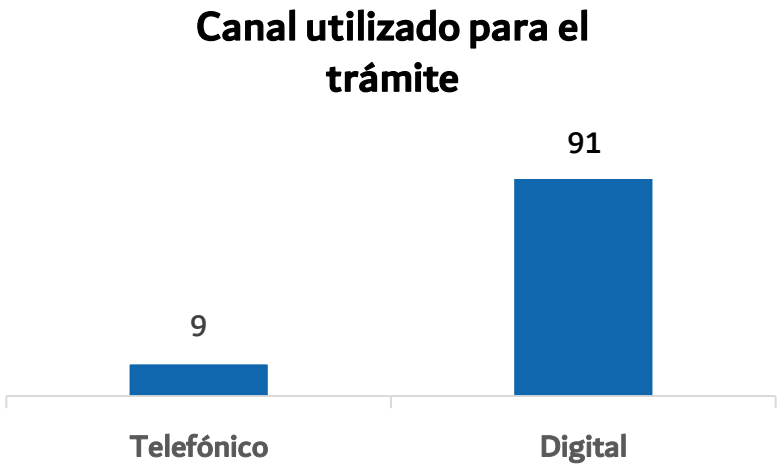
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS/AS USUARIOS/AS ENCUESTADOS (%)

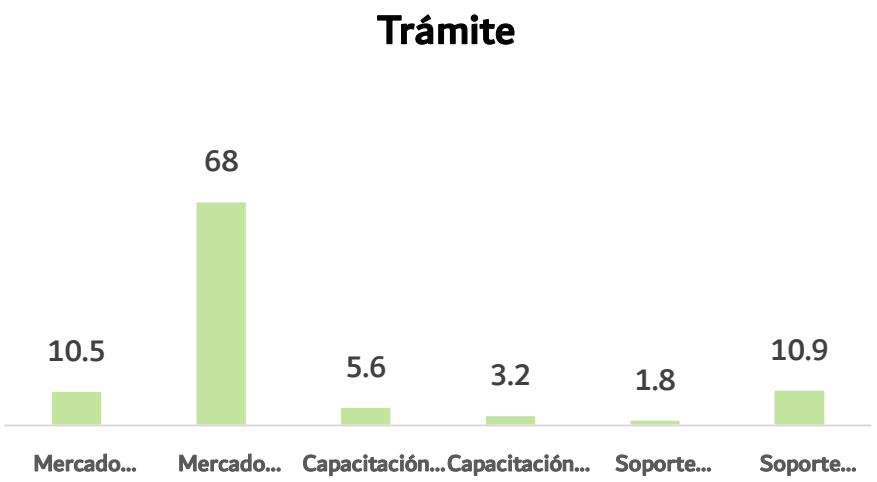


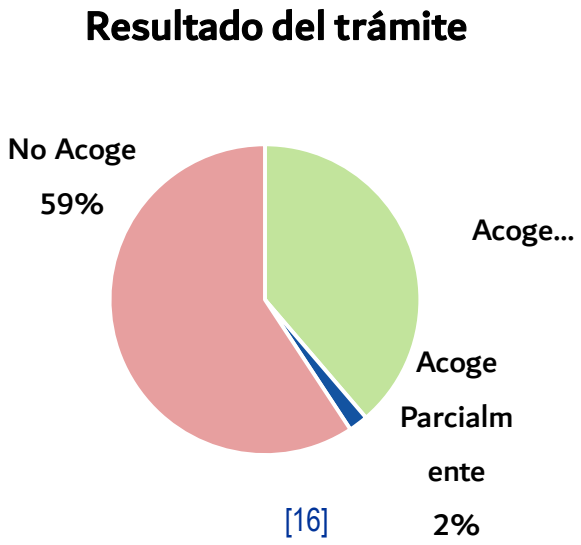




CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS/AS USUARIOS/AS ENCUESTADOS (%)

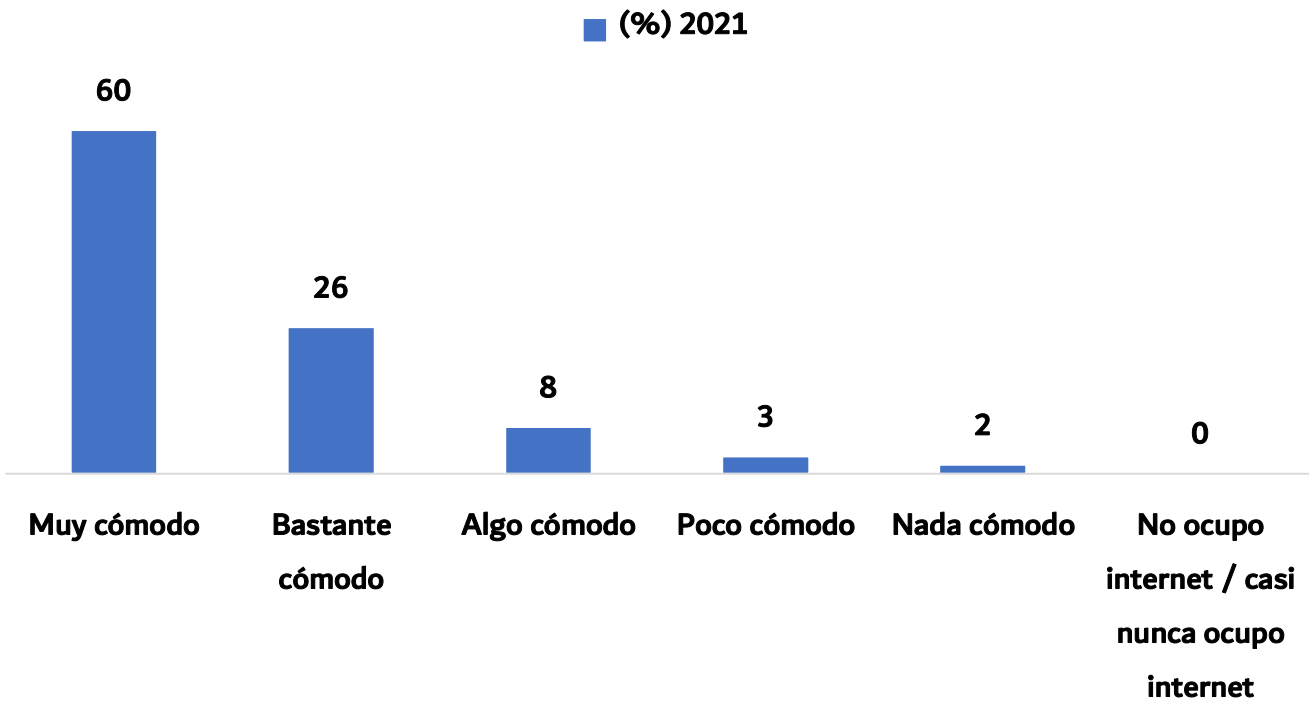






EXPERIENCIA DIGITAL – COMODIDAD USO DE INTERNET (%)

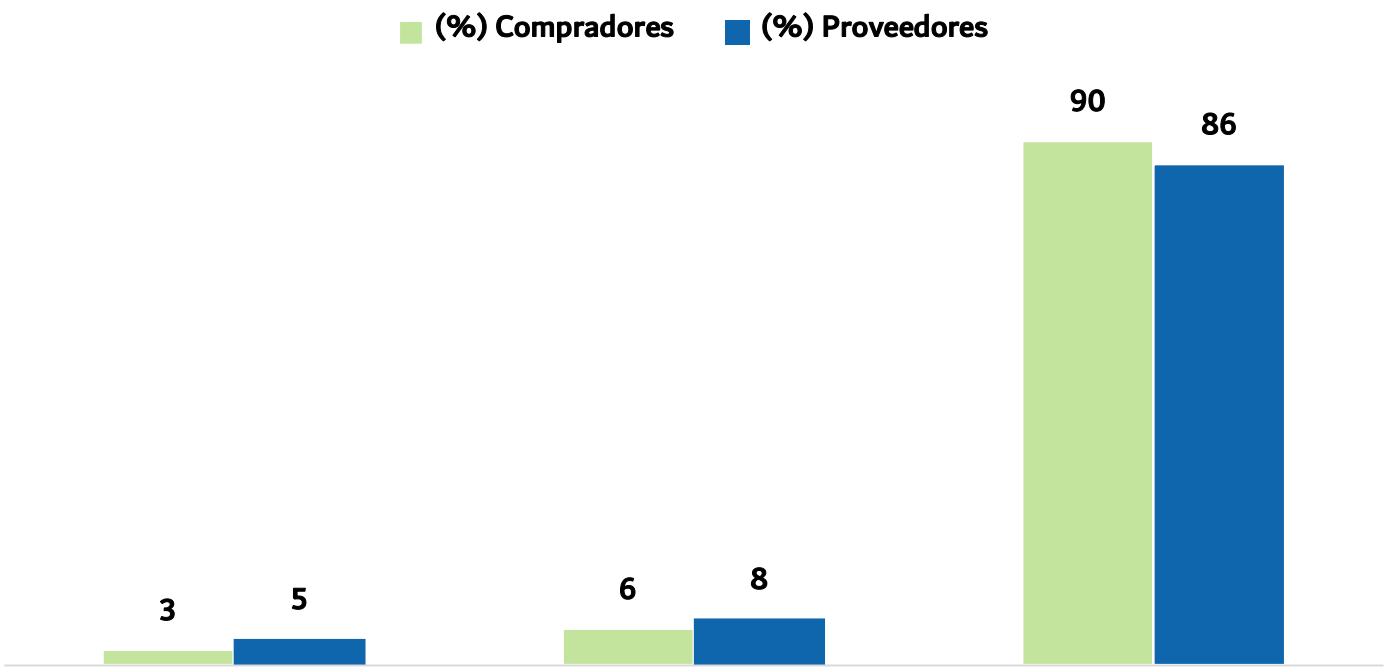
Respecto al uso de internet, ¿qué tan cómodo se siente al momento de utilizar internet?



N = 3.123
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

EXPERIENCIA DIGITAL – FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA TRÁMITES (%)

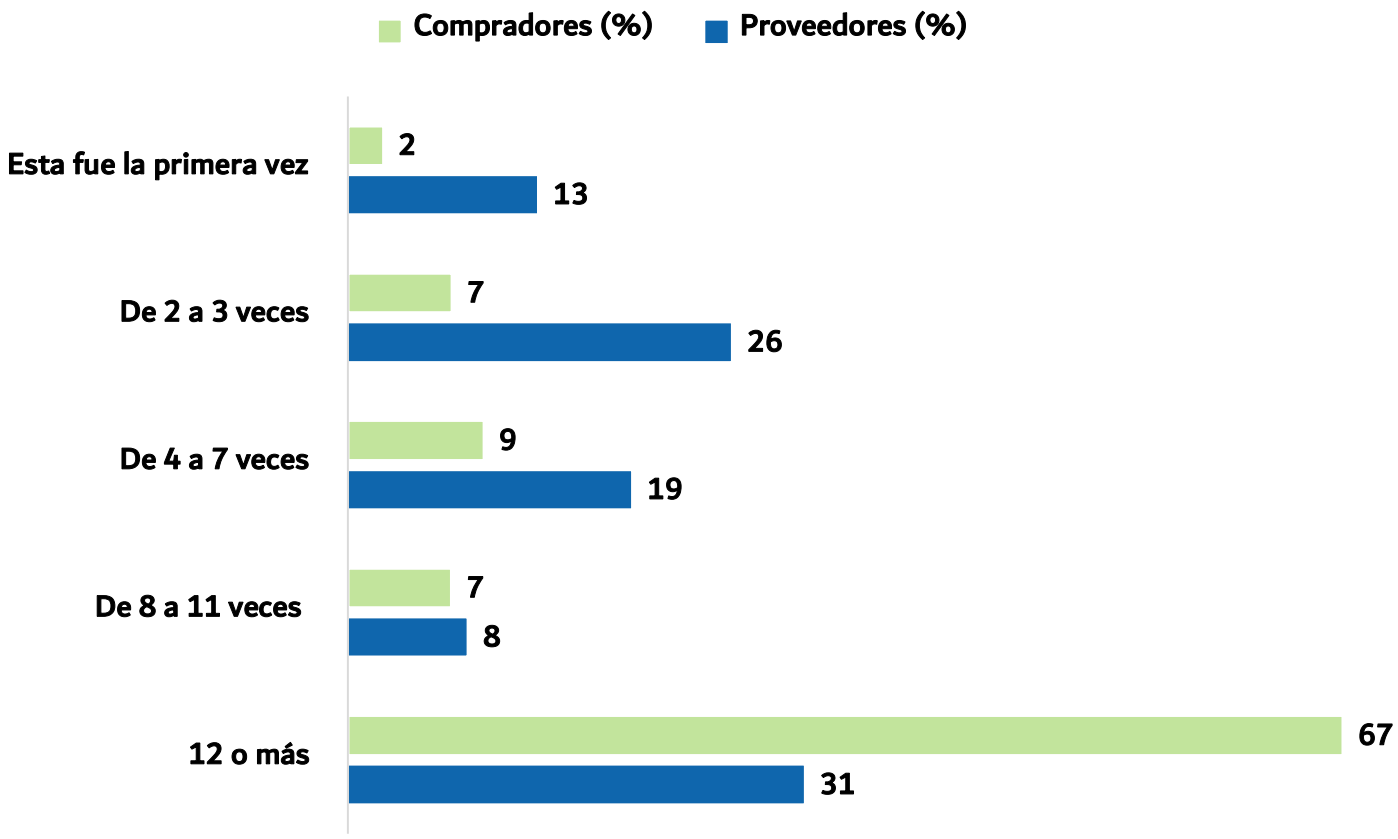
Pensando antes de la pandemia ¿Con qué frecuencia había usado Internet para realizar este tipo de trámites?



N compradores = 177
N proveedores = 194
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

INTENSIDAD DEL USUARIO (%) CHILECOMPRA

En el último año, ¿cuántas veces, incluyendo ésta, ha realizado algún requerimiento o trámite en la Institución?



N compradores= 1.201
N proveedores=1.922
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

IV. DEFINICIONES RELEVANTES

¿QUÉ MEDIMOS?

- Los/as usuarios/as incluidos en esta medición han realizado un trámite o recibido un servicio de la Institución en los **3 meses anteriores** al momento en que son encuestados.

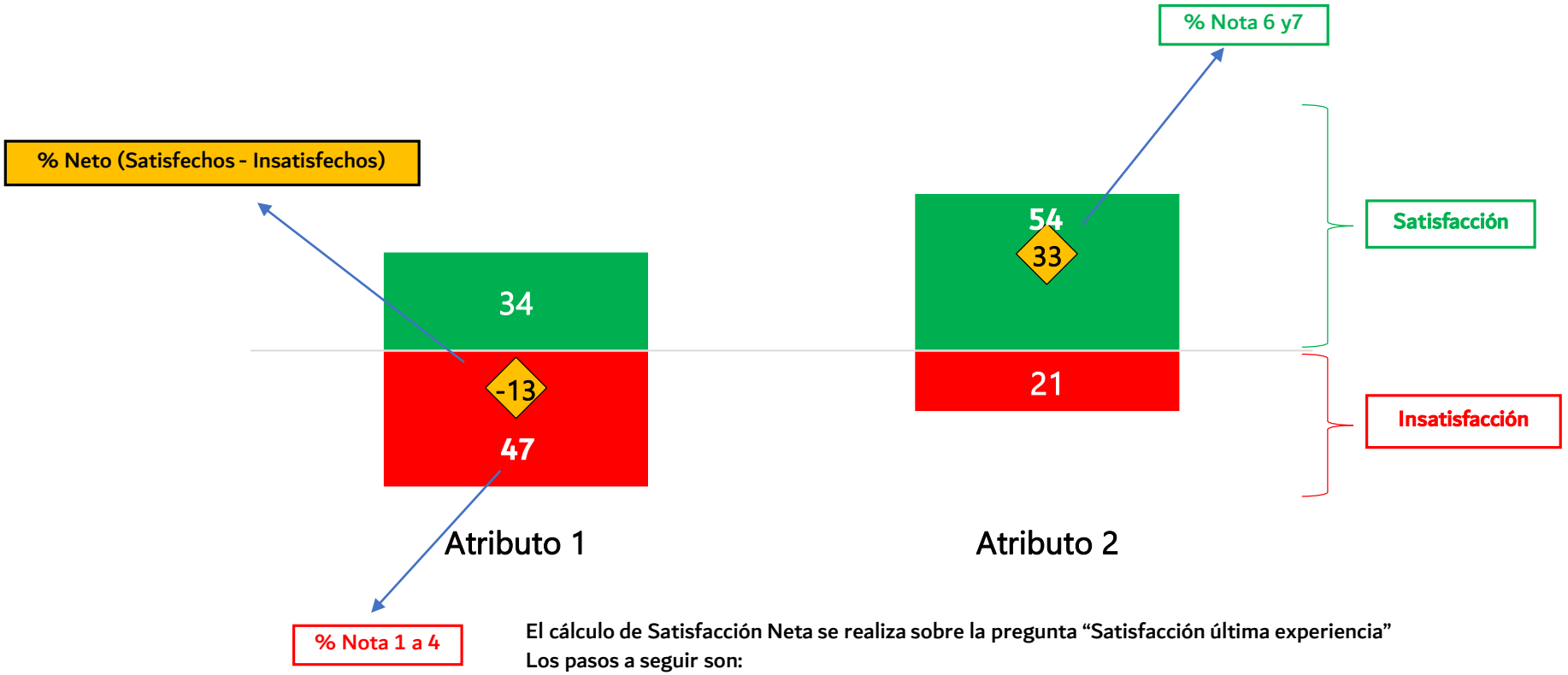
- La medición se concentra en el **viaje de usuario**: conjunto de interacciones por uno o más canales que buscan resolver un propósito para el/la usuario/a. Se intenta incluir a usuarios que hubieran vivido la experiencia usuaria con la institución (el "viaje") de principio a fin.

- La medición entrega dos indicadores principales:
  - **Satisfacción con la última experiencia**: Y si piensa en la última vez que utilizó el servicio de [...], ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?

  - **Evaluación general de la institución**: ¿Cómo evalúa en general a la institución, independiente de la última experiencia que tuvo con esta institución?

LECTURA DE DATOS E INDICADORES DE SATISFACCIÓN

Nomenclatura e Indicadores



El cálculo de Satisfacción Neta se realiza sobre la pregunta "Satisfacción última experiencia"
Los pasos a seguir son:

- Calcular % de satisfechos y % insatisfechos **aproximados sin decimales.**
- **Realizar la resta de %satisfechos - %insatisfechos**

* La diferencia de los gráficos para llegar a 100% se debe al porcentaje de Nota 5

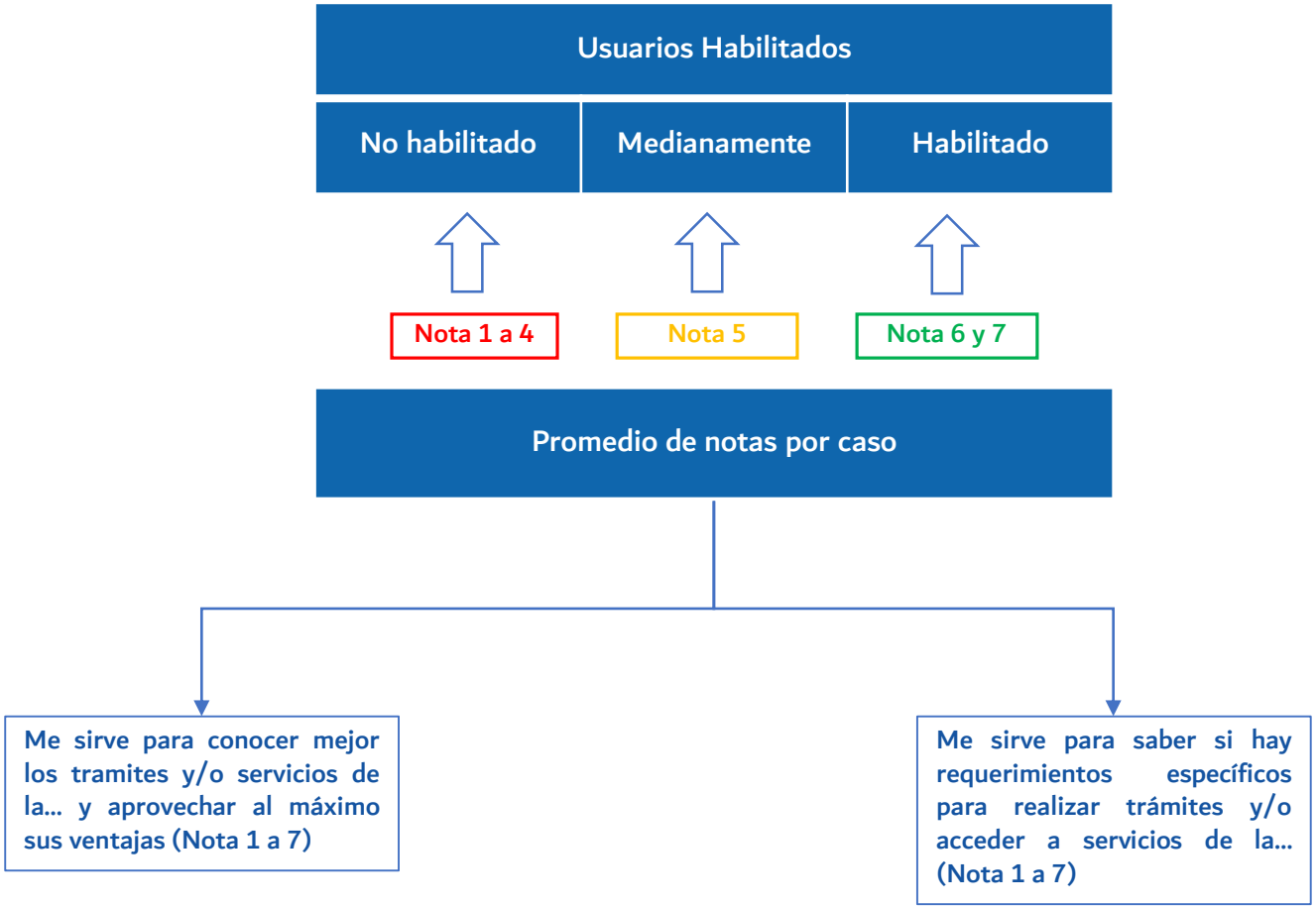
HABILITACIÓN

- El nivel de habilitación indica el **grado de conocimiento de los productos y servicios institucionales.**

- Diversos estudios en el sector público y privado han mostrado que los/as **usuarios/as habilitados están mucho más satisfechos** y tienen menos problemas al realizar un trámite o acceder a un servicio.

- Las instituciones pueden mejorar el nivel de habilitación con una **mejor comunicación**, logrando que los/as usuarios/as entiendan en qué consiste el servicio que están obteniendo, comprendan cómo funciona y se usa, conozcan los requerimientos específicos para acceder a éste, y que estén enterados de las actualizaciones y novedades que la institución tiene para ellos

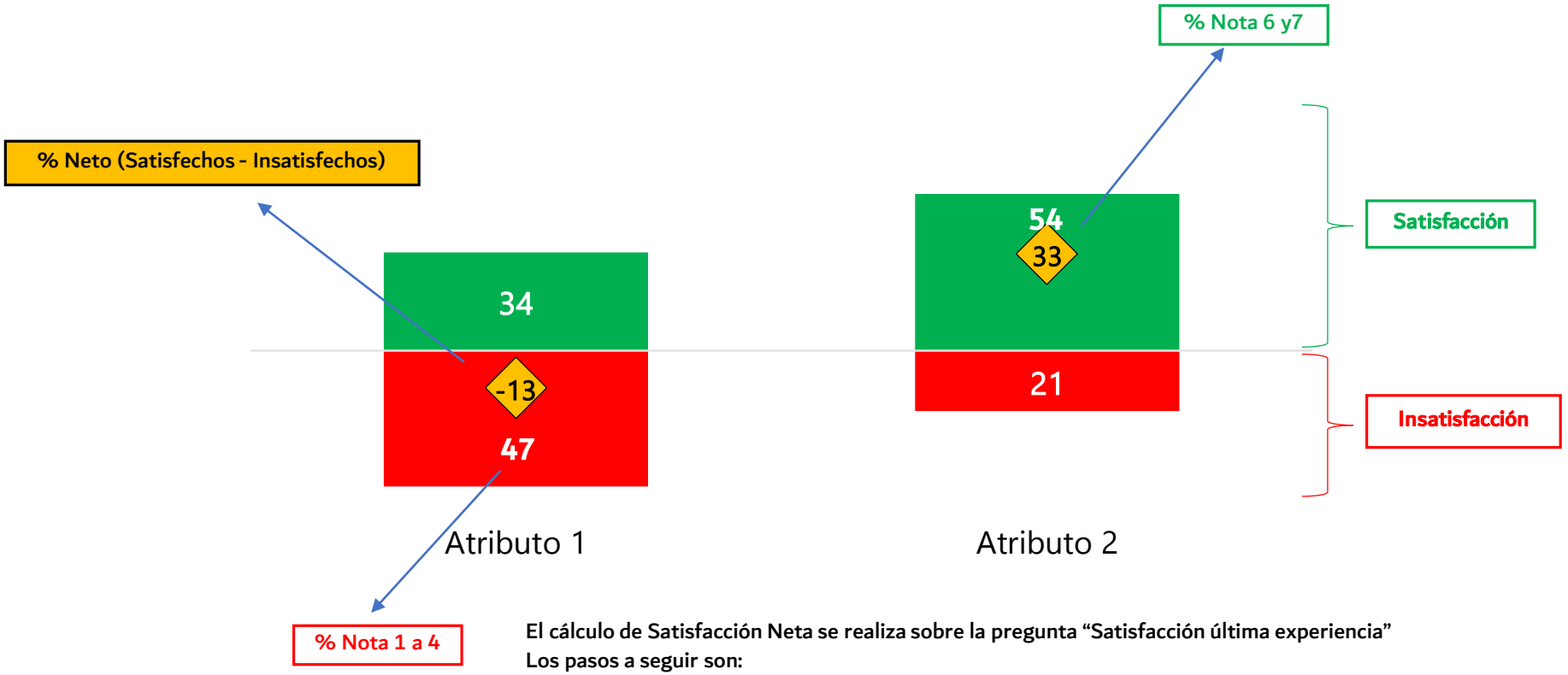
CONSTRUCCIÓN INDICADOR HABILITACIÓN



V. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN - ÚLTIMA EXPERIENCIA

LECTURA DE DATOS E INDICADORES DE SATISFACCIÓN

Nomenclatura e Indicadores



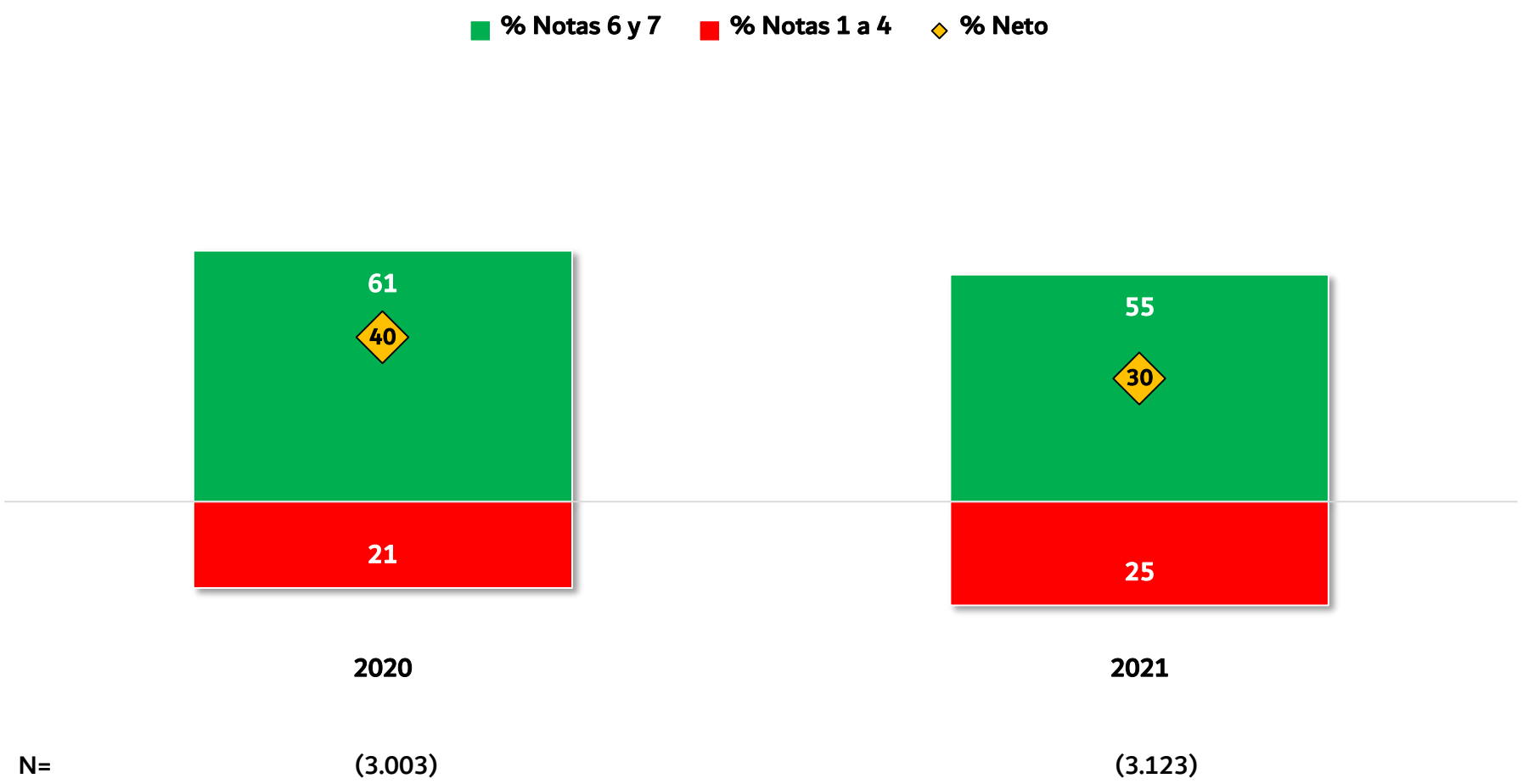
El cálculo de Satisfacción Neta se realiza sobre la pregunta "Satisfacción última experiencia"
Los pasos a seguir son:

- Calcular % de satisfechos y % insatisfechos **aproximados sin decimales.**
- **Realizar la resta de %satisfechos - %insatisfechos**

* La diferencia de los gráficos para llegar a 100% se debe al porcentaje de Nota 5

SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) CHILECOMPRA 2020 - 2021

Y si piensa en la última vez que realizó este trámite o requerimiento en la institución, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



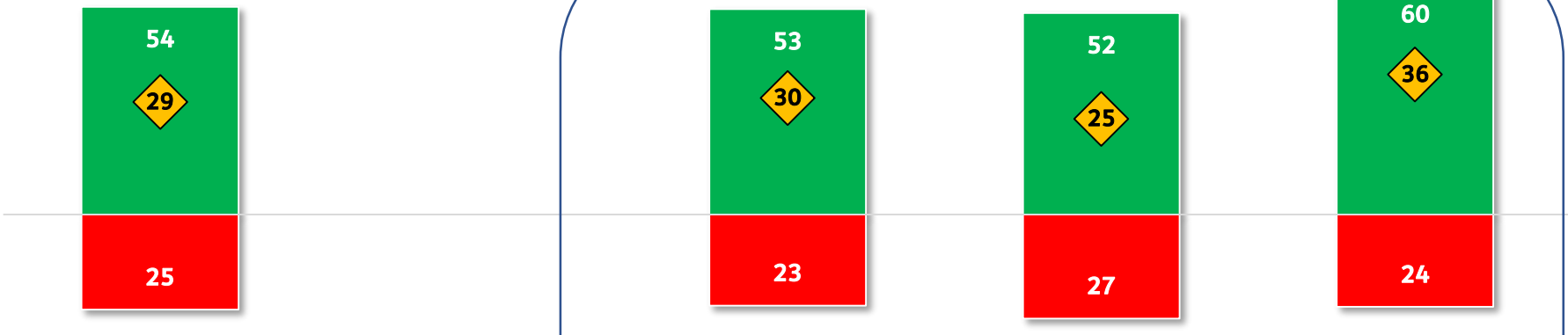
	2020	2021
N=	(3.003)	(3.123)

SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) POR TRÁMITE - COMPRADOR

Y si piensa en la última vez que realizó este trámite o requerimiento en la institución, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?

% Notas 6 y 7 | % Notas 1 a 4 | % Neto

Netos:				
2019	45	NA	NA	NA
2020	48	50	59	72

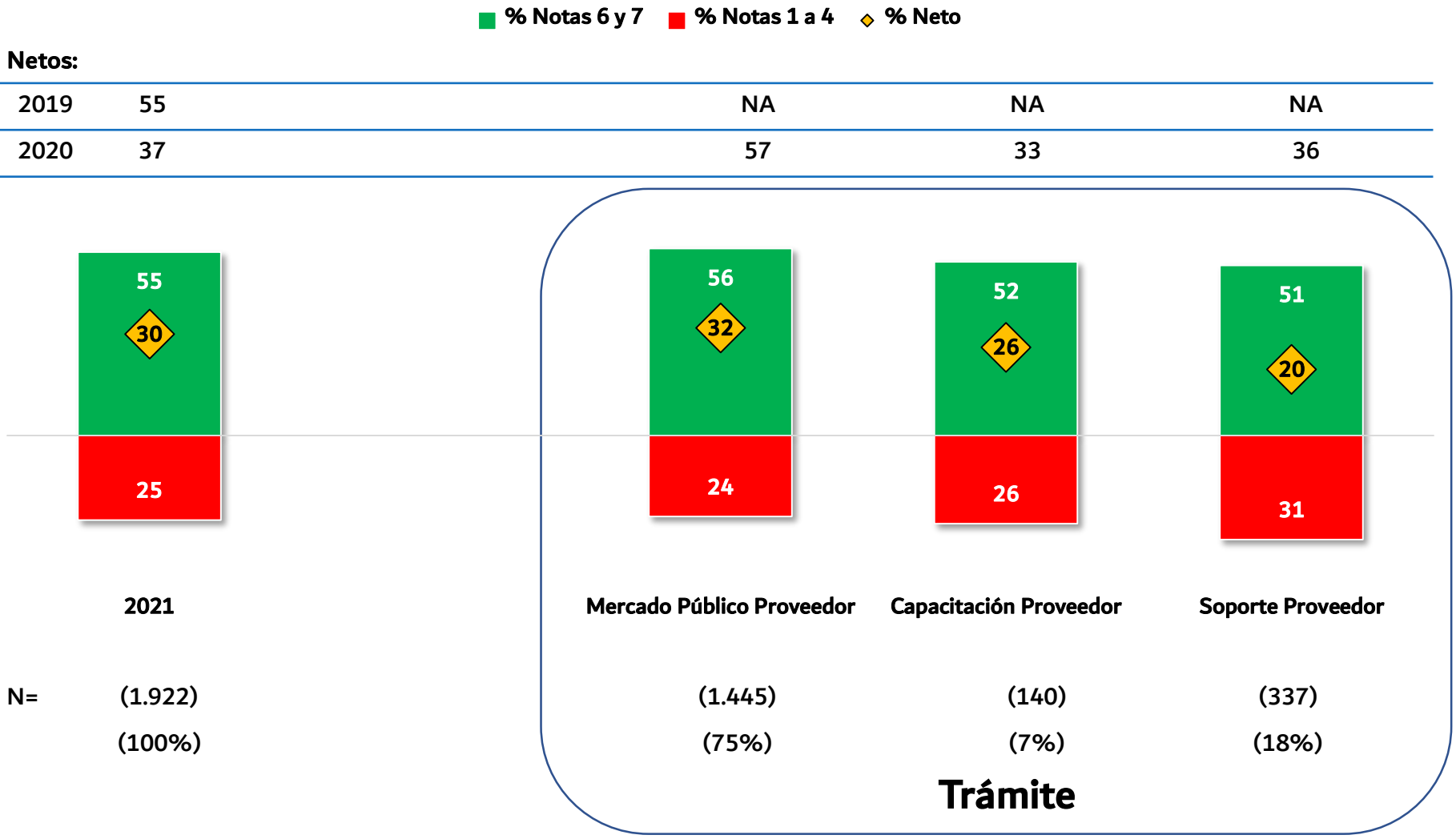


	2021	Mercado Público Comprador	Capacitación Comprador	Soporte Comprador
N=	(1.201)	(698)	(421)	(82)
	(100%)	(58%)	(35%)	(7%)

Trámite

SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) POR TRÁMITE - PROVEEDOR

Y si piensa en la última vez que realizó este trámite o requerimiento en la institución, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?

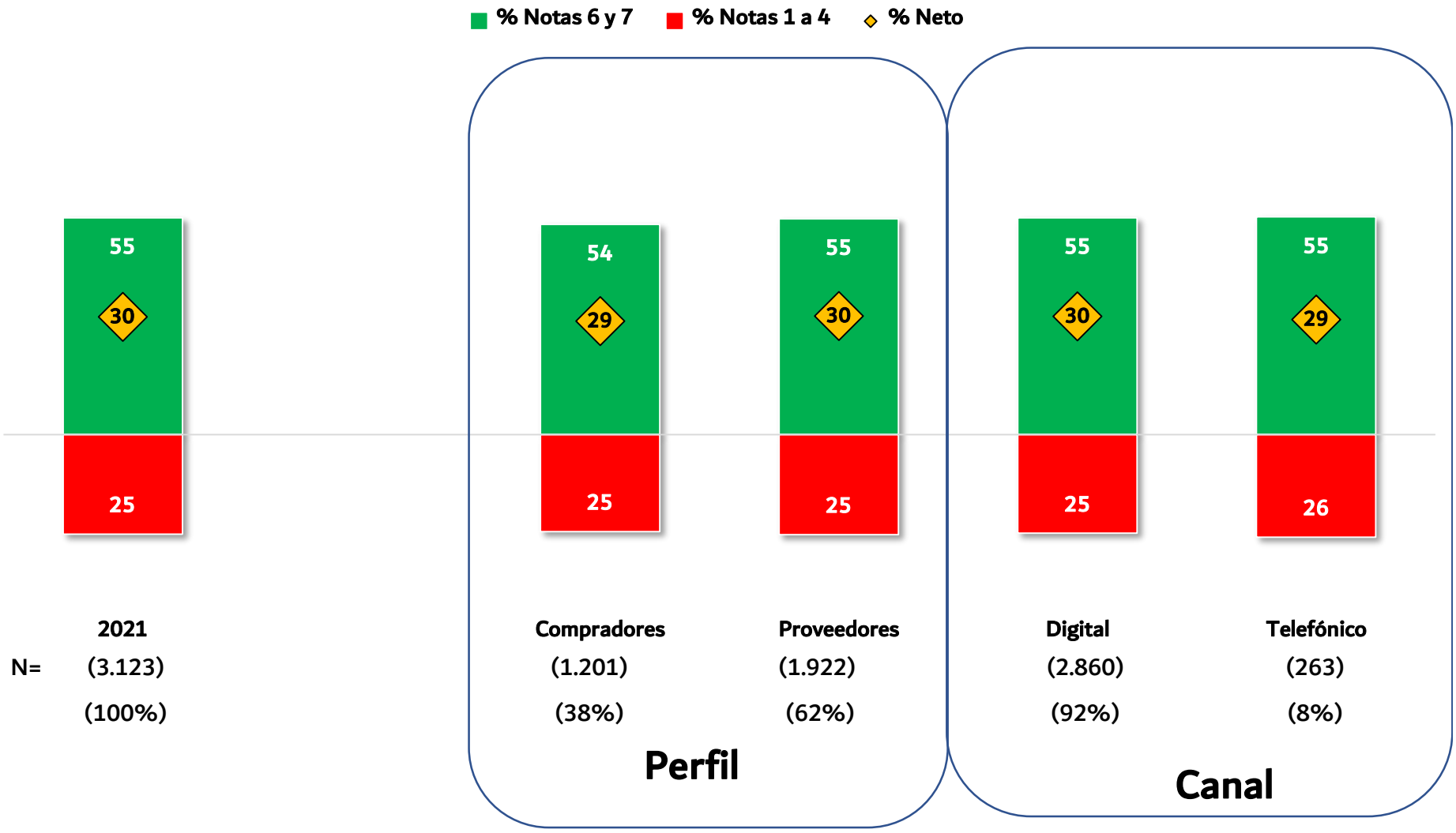


Netos:				
2019	55	NA	NA	NA
2020	37	57	33	36

	2021	Mercado Público Proveedor	Capacitación Proveedor	Soporte Proveedor
N=	(1.922)	(1.445)	(140)	(337)
	(100%)	(75%)	(7%)	(18%)

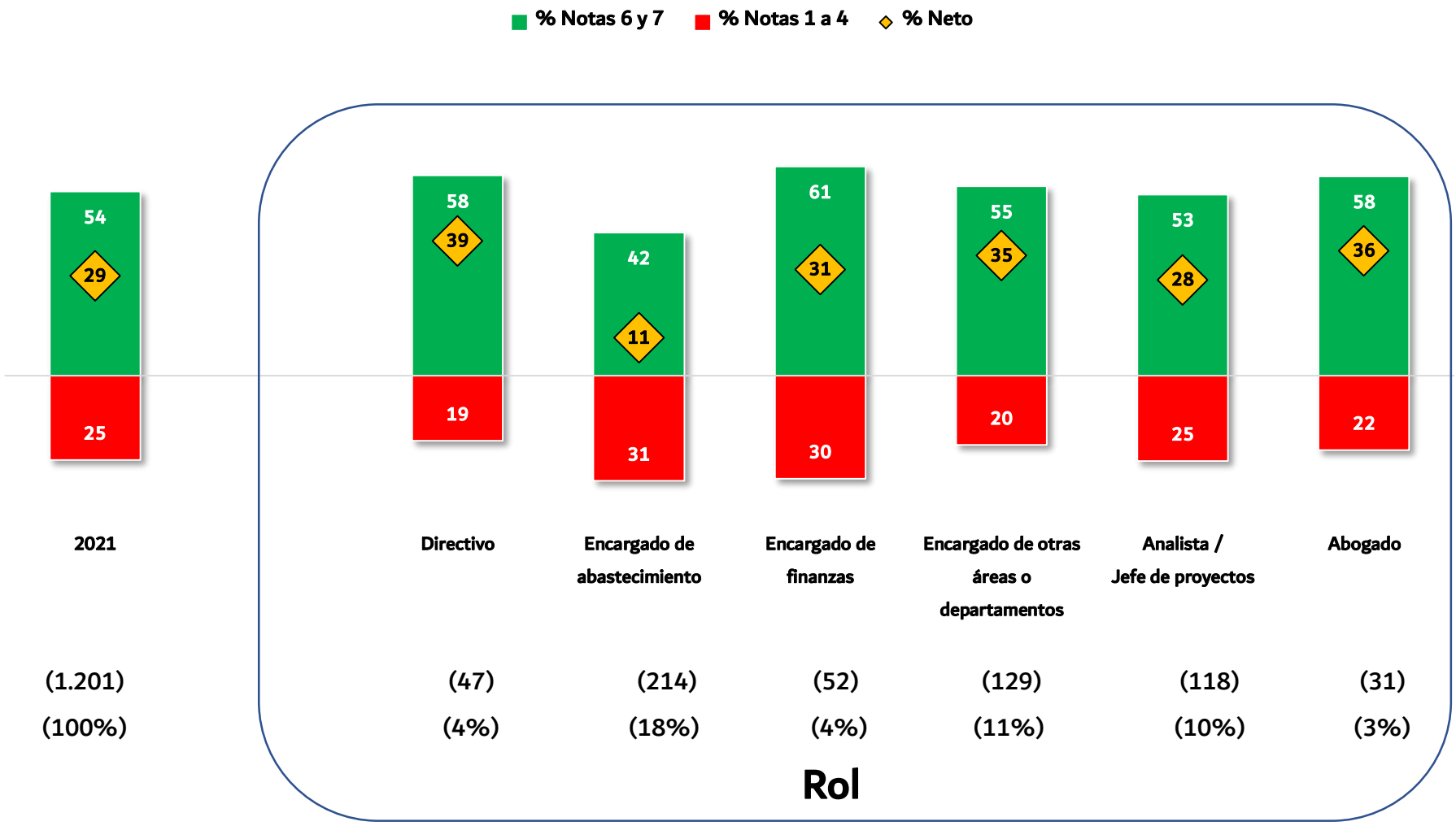
SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) POR PERFIL Y CANAL

Y si piensa en la última vez que utilizó el servicio de ChileCompra, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



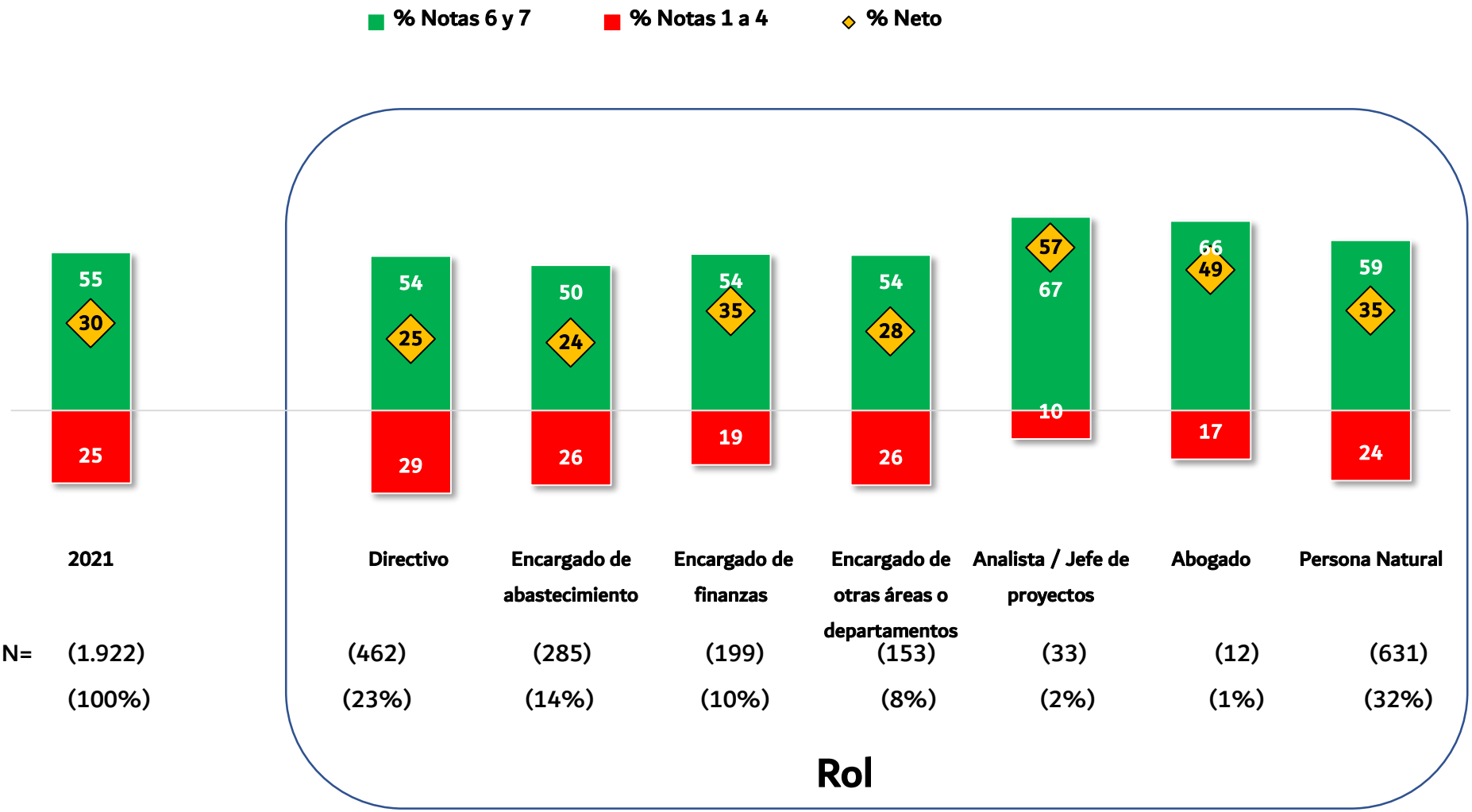
SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA(%) POR ROL DENTRO DE LA INSTITUCIÓN - COMPRADOR

Y si piensa en la última vez que utilizó el servicio de ChileCompra, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



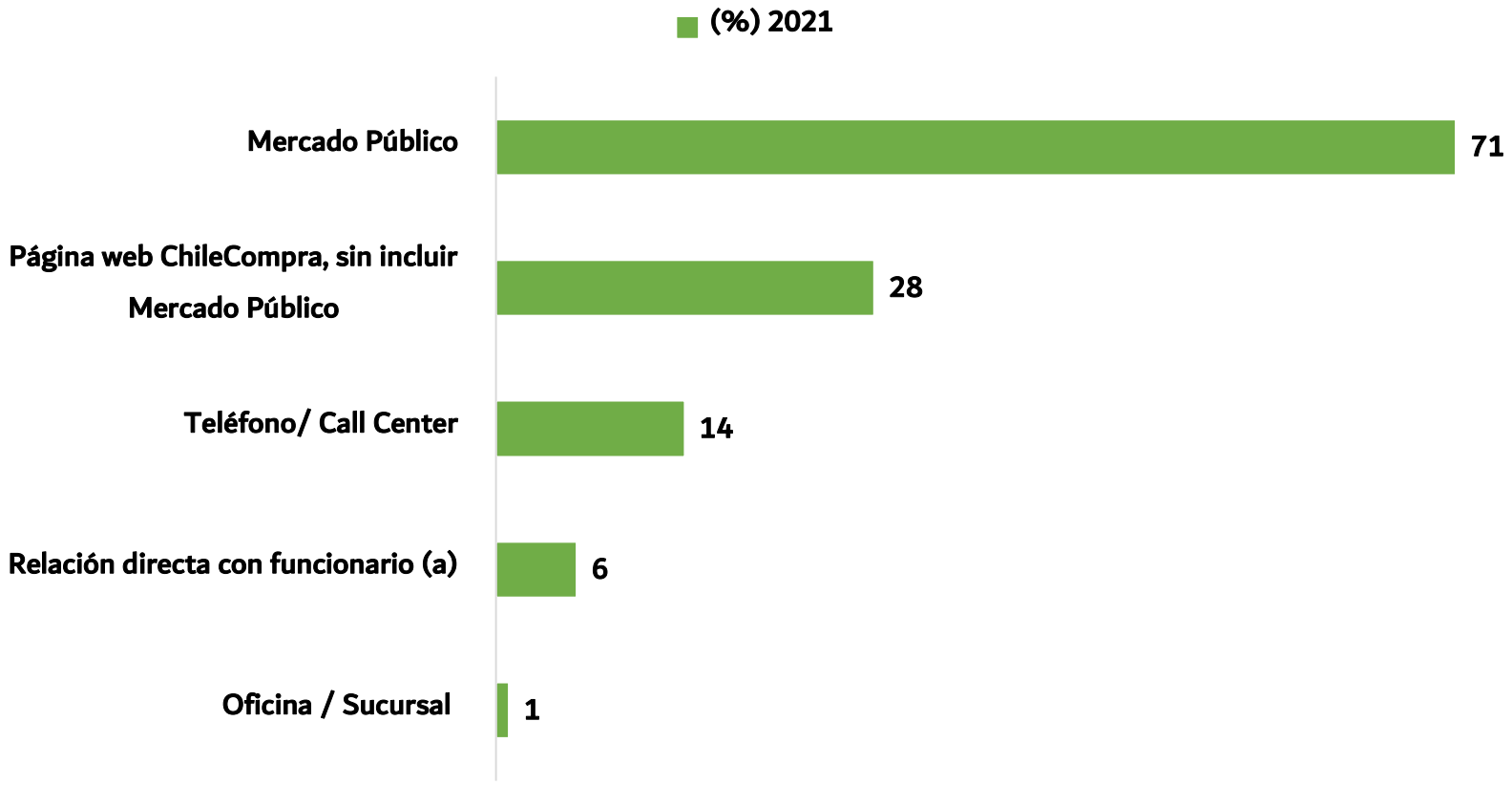
SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA(%) POR ROL DENTRO DE LA INSTITUCIÓN - PROVEEDOR

Y si piensa en la última vez que utilizó el servicio de ChileCompra, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



CONTACTO CON INSTITUCIÓN – MEDIOS DE CONTACTO (%)

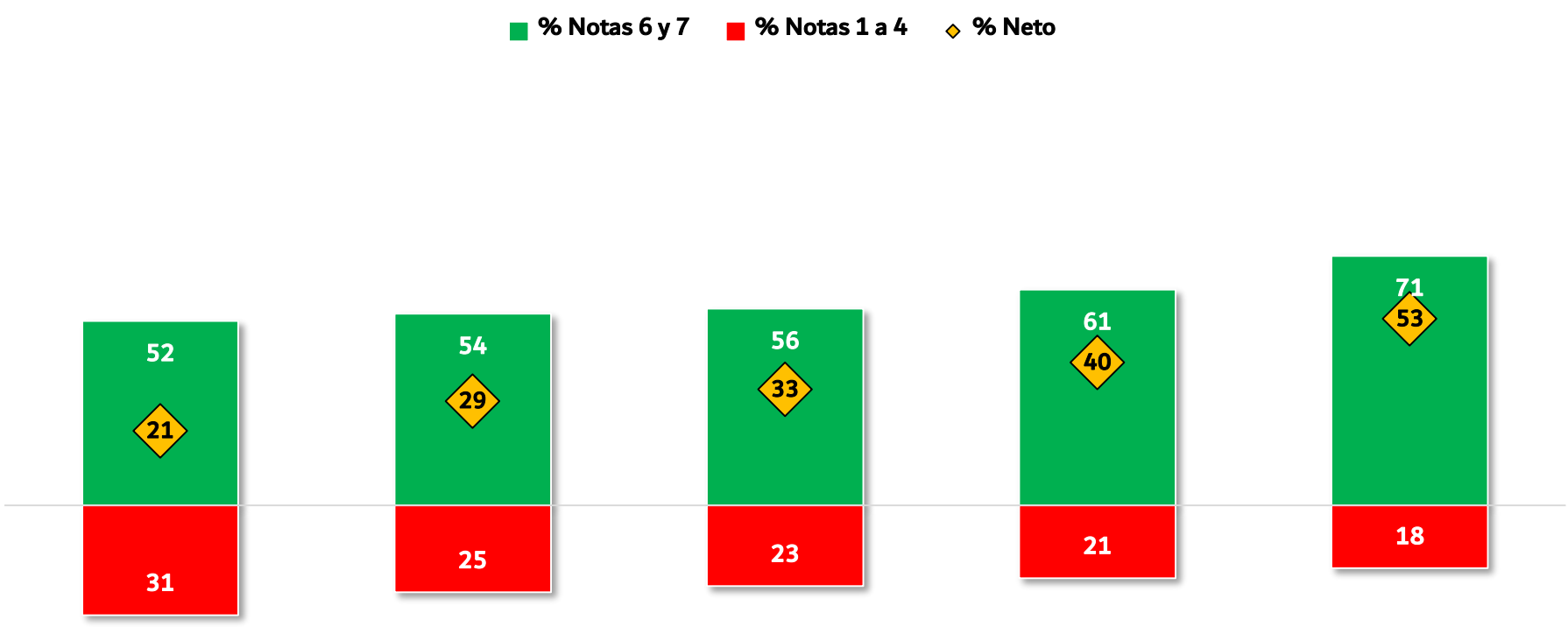
Pensando en los últimos 3 meses, ¿a través de qué medios se ha contactado con la Institución?



N = 3.123

SATISFACCIÓN SERVICIO POR CANAL (%)
2021

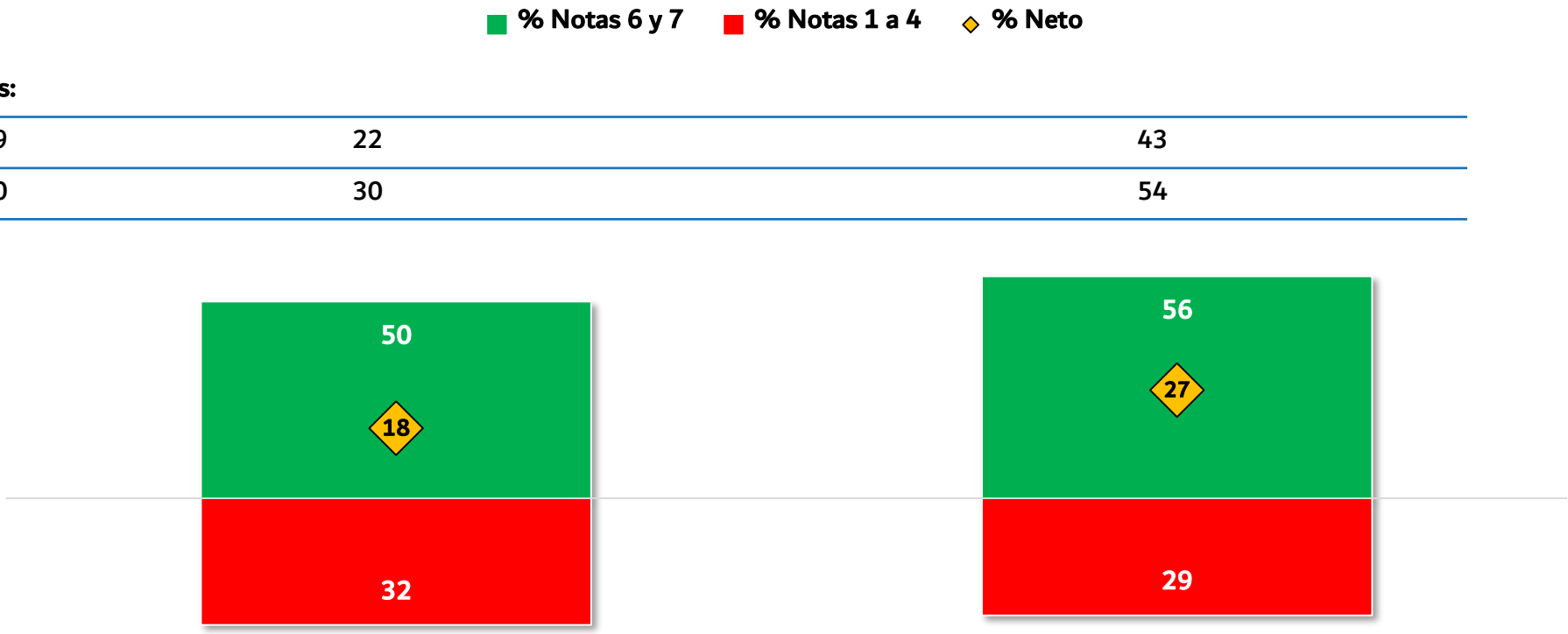
Si tuviera que ponerle una nota de 1 a 7 a su satisfacción con el servicio recibido en..¿qué nota le pondría?



	Teléfono/ Call Center	Página web ChileCompra, sin incluir Mercado Público	Oficina / Sucursal	Mercado Público	Relación directa con funcionario (a)
N=	(710)	(968)	(32)	(2.051)	(157)
	(23%)	(31%)	(1%)	(66%)	(5%)

SATISFACCIÓN CON SERVICIO EN CANALES (%) 2019 - 2021

Si tuviera que ponerle una nota de 1 a 7 a su satisfacción con el servicio recibido en TELÉFONO/ CALL CENTER ¿qué nota le pondría?



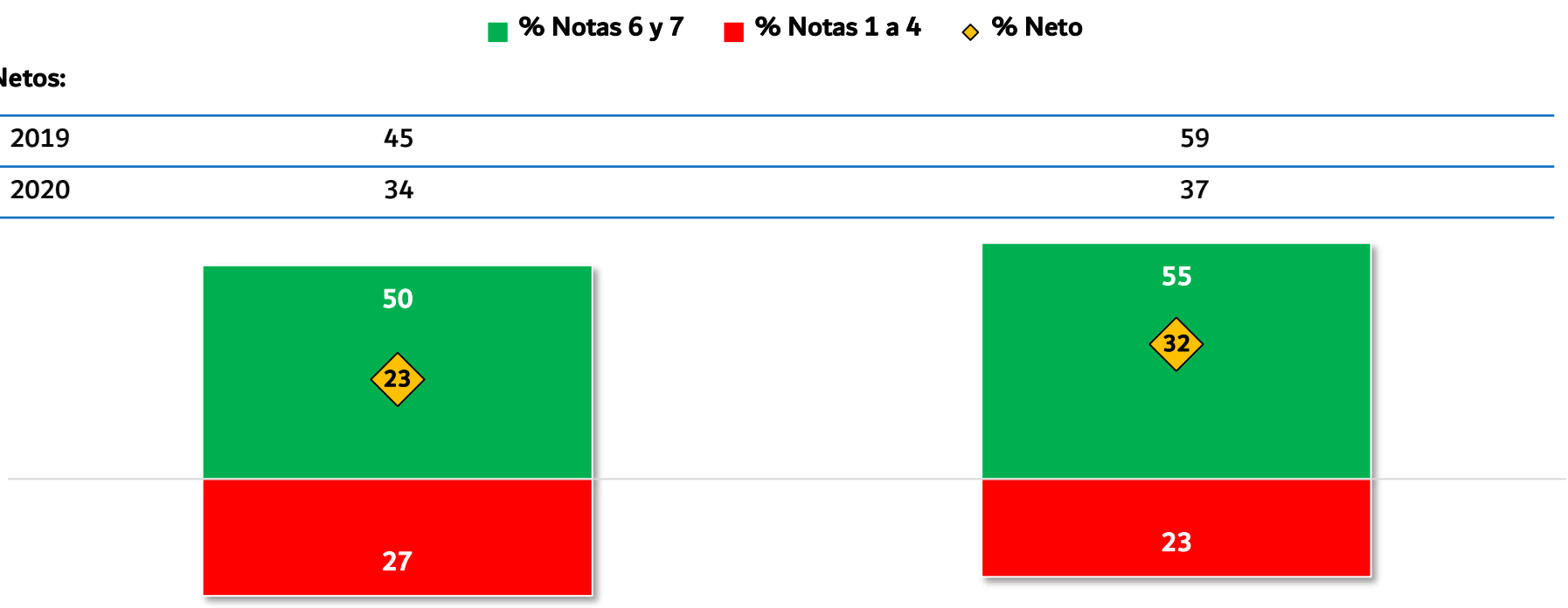
Netos:		
2019	22	43
2020	30	54

	Compradores	Provedores
N=	(595)	(115)
	(50%)	(6%)

*Porcentajes del total de compradores o proveedores
N compradores= 1.201
N proveedores= 1.922

SATISFACCIÓN CON SERVICIO EN CANALES (%) 2019 - 2021

Si tuviera que ponerle una nota de 1 a 7 a su satisfacción con el servicio recibido en PÁGINA WEB CHILECOMPRA, ¿qué nota le pondría?



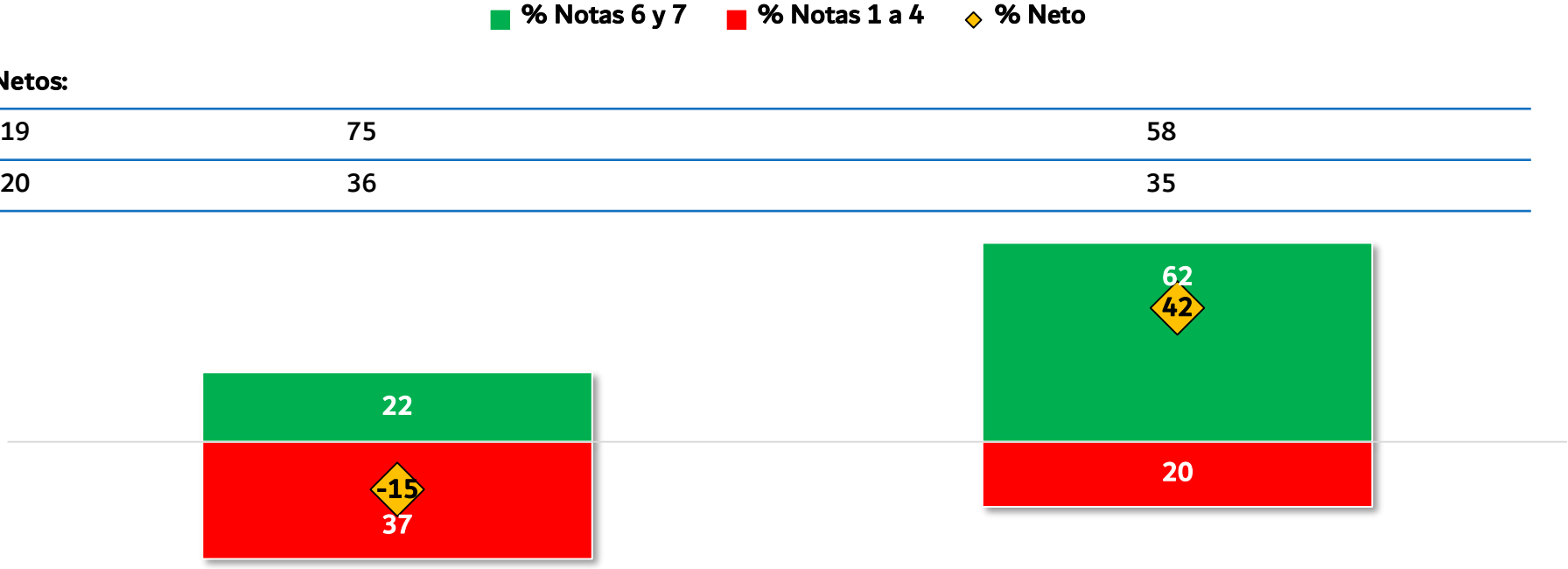
Netos:	Compradores	Proveedores
2019	45	59
2020	34	37

N=	Compradores	Proveedores
	(477)	(491)
	(40%)	(26%)

*Porcentajes del total de compradores o proveedores
N compradores= 1.201
N proveedores= 1.922

SATISFACCIÓN CON SERVICIO EN CANALES (%) 2019 - 2021

Si tuviera que ponerle una nota de 1 a 7 a su satisfacción con el servicio recibido en OFICINA / SUCURSAL, ¿qué nota le pondría?



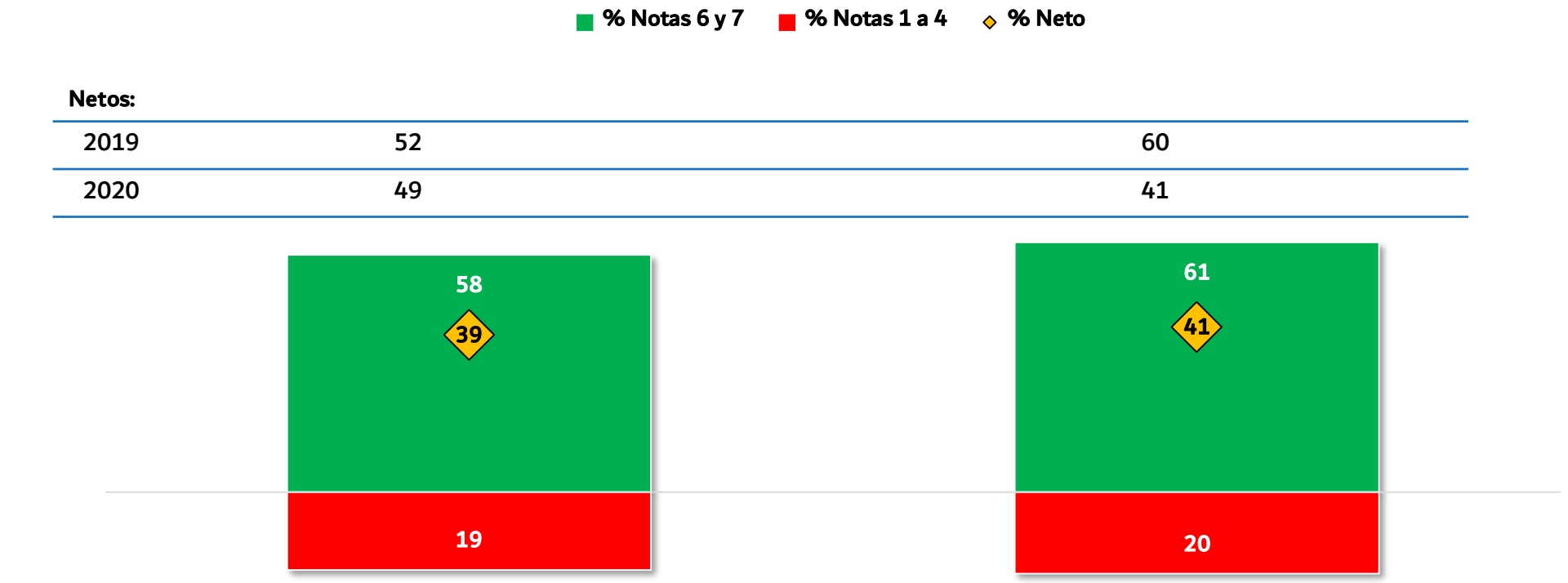
Netos:		
2019	75	58
2020	36	35

	Compradores	Proveedores
N=	(11)	(21)
	(1%)	(1%)

*Porcentajes del total de compradores o proveedores
N compradores= 1.201
N proveedores= 1.922

SATISFACCIÓN CON SERVICIO EN CANALES (%) 2019 - 2021

Si tuviera que ponerle una nota de 1 a 7 a su satisfacción con el servicio recibido en MERCADO PÚBLICO, ¿qué nota le pondría?



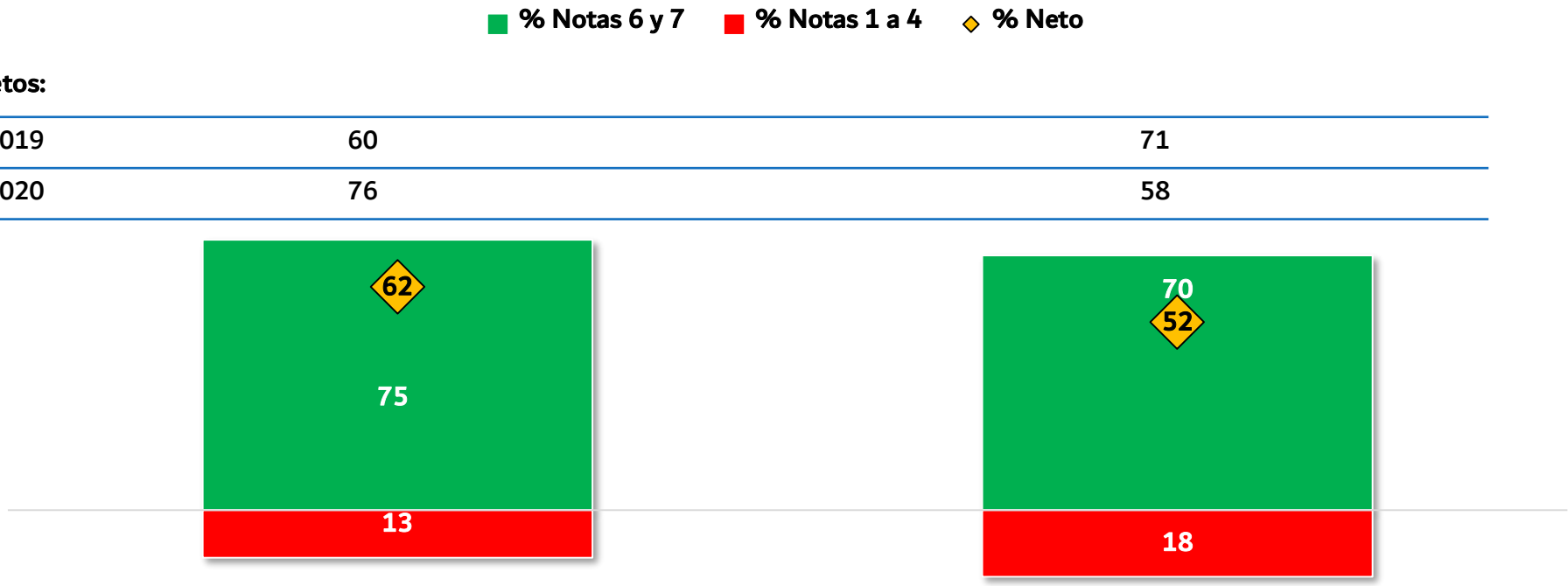
Netos:	Compradores	Proveedores
2019	52	60
2020	49	41

N=	Compradores	Proveedores
	(603)	(1.448)
	(50%)	(75%)

*Porcentajes del total de compradores o proveedores
N compradores= 1.201
N proveedores= 1.922

SATISFACCIÓN CON SERVICIO EN CANALES (%) 2019 - 2021

Si tuviera que ponerle una nota de 1 a 7 a su satisfacción con el servicio recibido en RELACIÓN DIRECTA CON FUNCIONARIO(A), ¿qué nota le pondría?



Netos:	Compradores	Proveedores
2019	60	71
2020	76	58

N=	Compradores	Proveedores
	(36)	(121)
	(3%)	(6%)

*Porcentajes del total de compradores o proveedores
N compradores= 1.201
N proveedores= 1.922

Ministerio de Hacienda

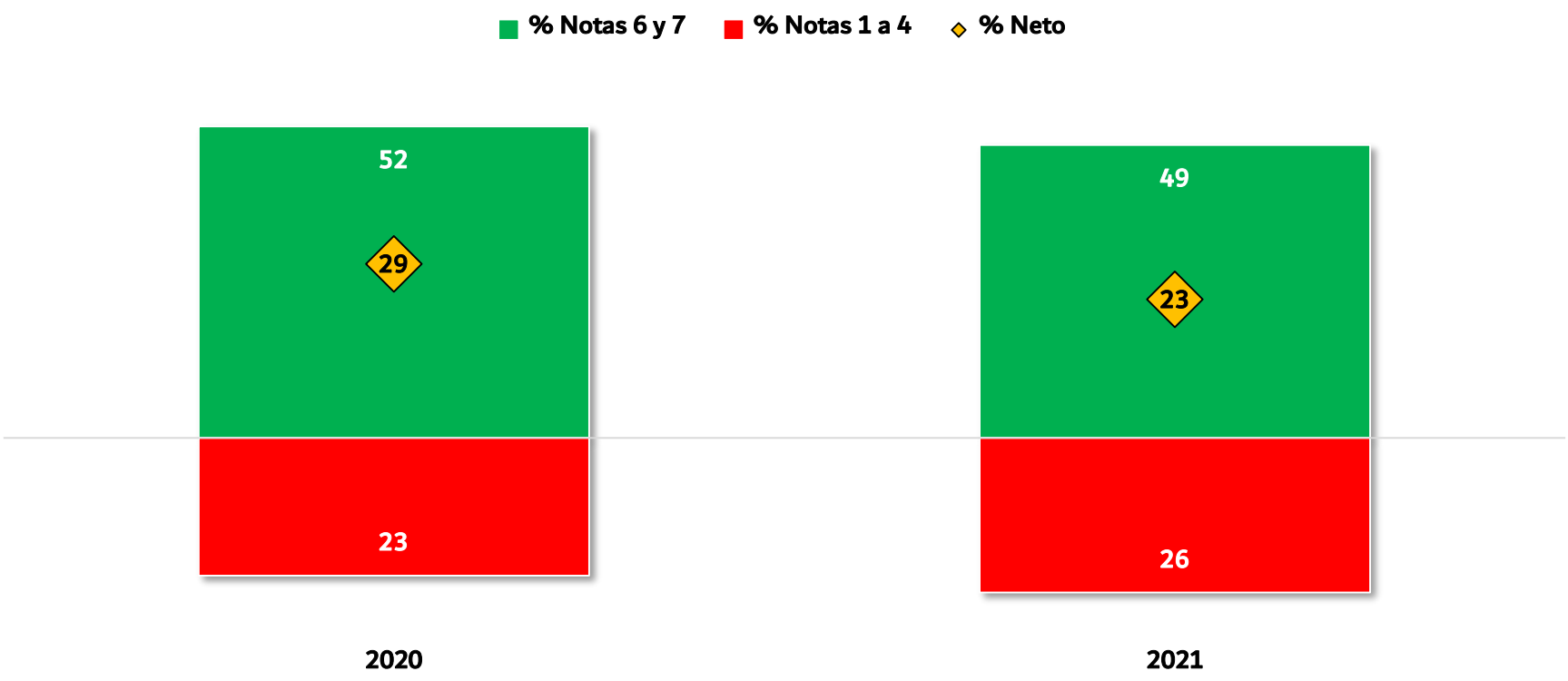
Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

VI. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN - EVALUACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

EVALUACIÓN GENERAL (%) CHILECOMPRA
2020 - 2021

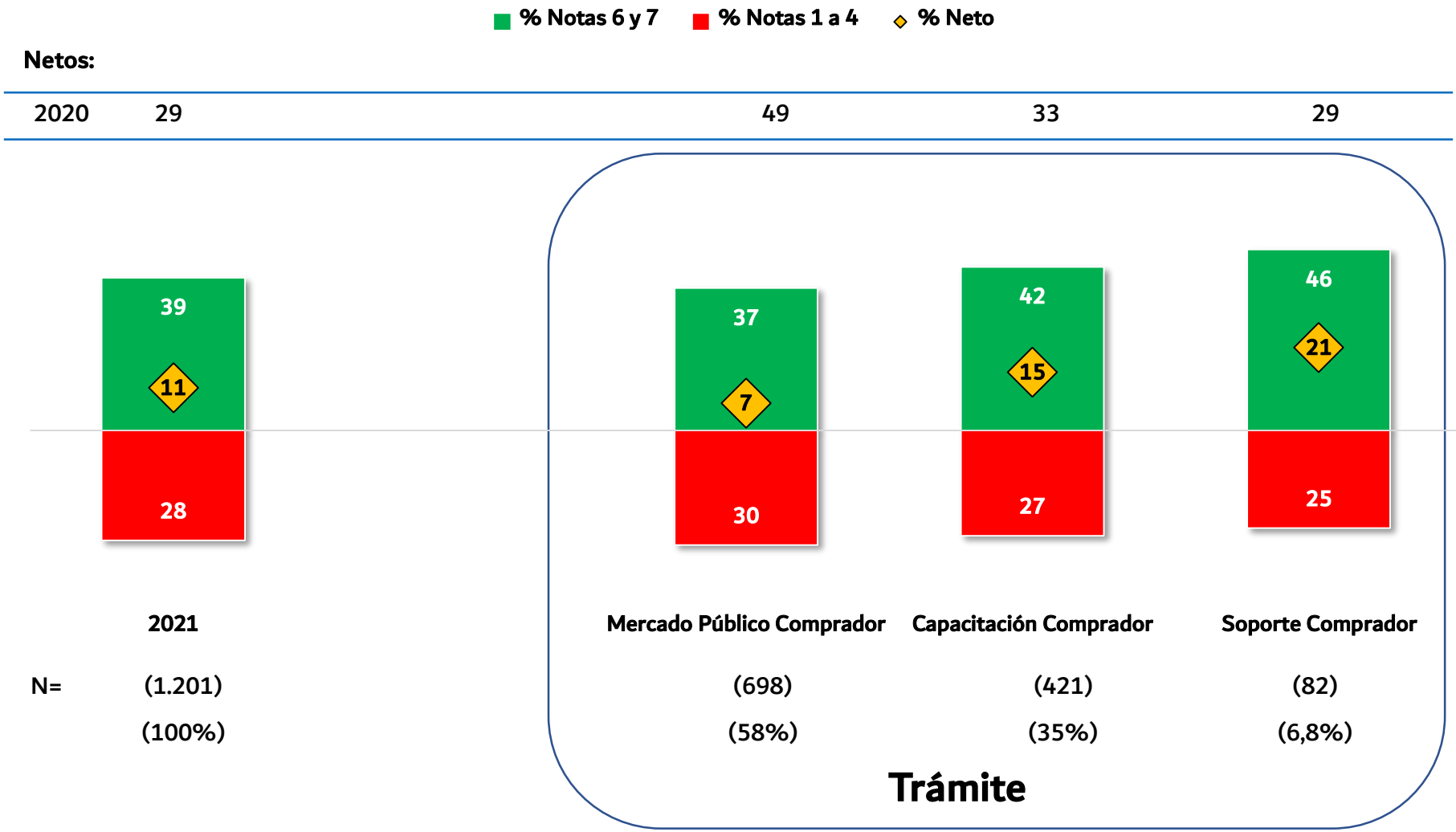
Con una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es Excelente, ¿cómo evalúa en general a la institución, independiente de la última experiencia que tuvo con esta institución?



N 2020= 3.007
N 2021= 3.123

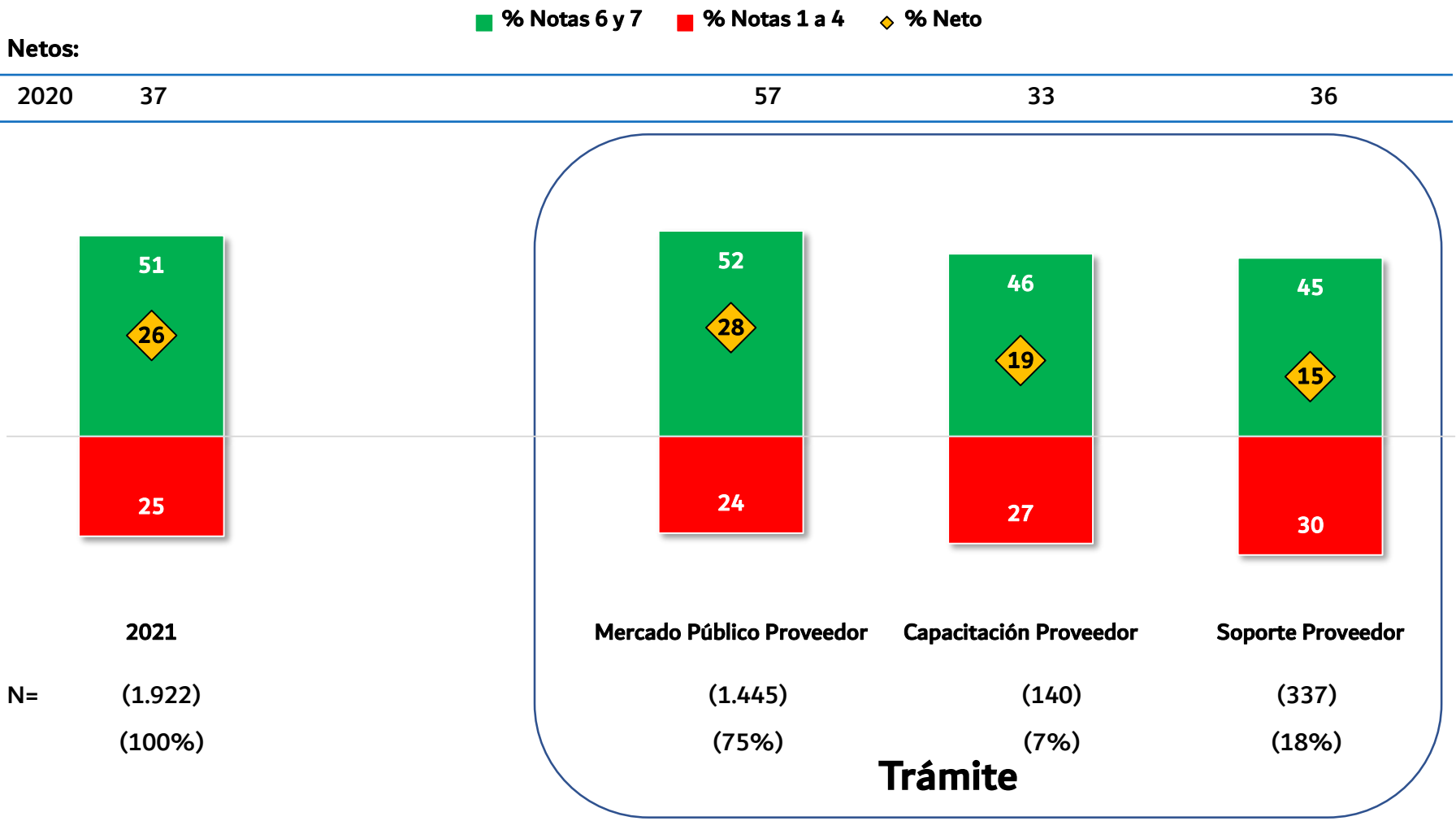
EVALUACIÓN GENERAL (%) POR TRÁMITE - COMPRADOR

Con una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es Excelente, ¿cómo evalúa en general a la institución, independiente de la última experiencia que tuvo con esta institución?



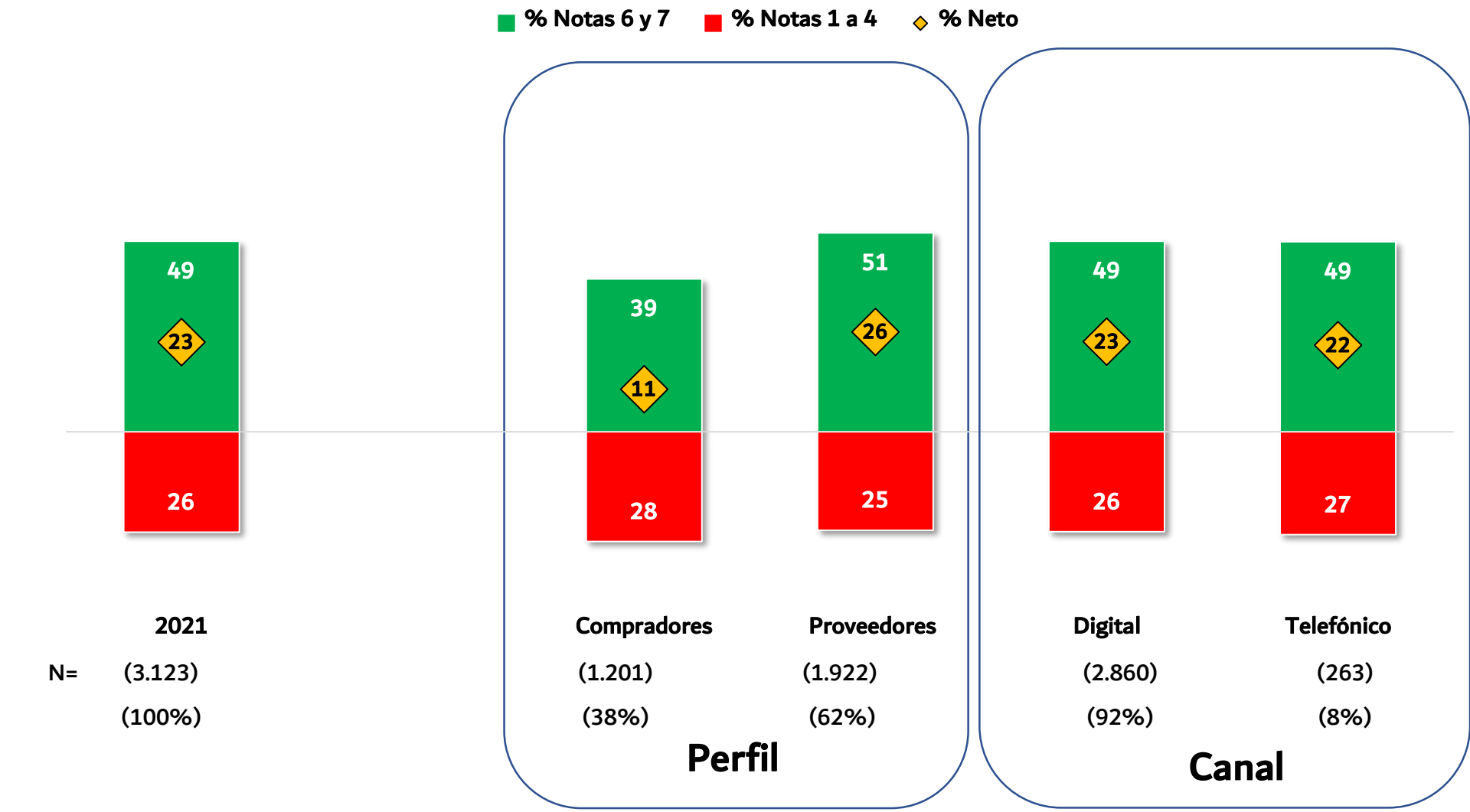
EVALUACIÓN GENERAL (%) POR TRÁMITE – PROVEEDOR

Con una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es Excelente, ¿cómo evalúa en general a la institución, independiente de la última experiencia que tuvo con esta institución?



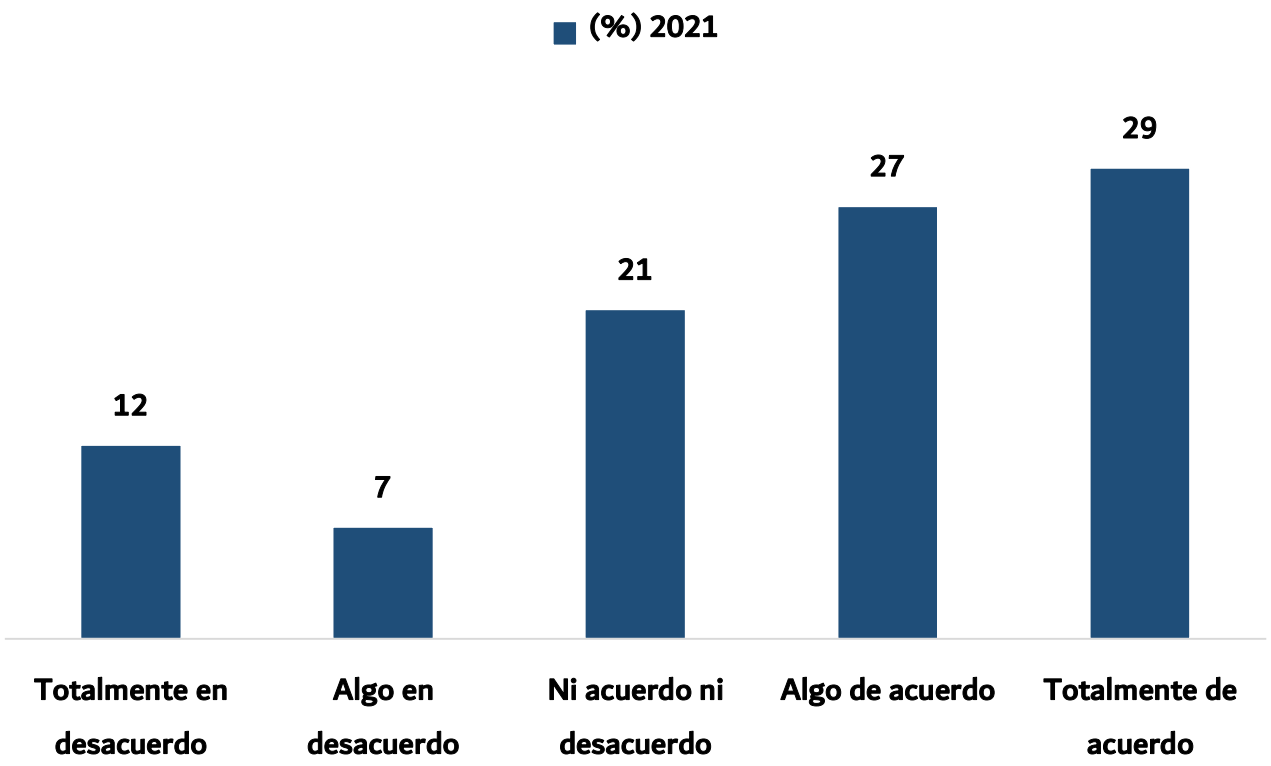
EVALUACIÓN GENERAL (%) POR PERFIL Y CANAL

Y si piensa en la última vez que utilizó el servicio de ChileCompra, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



EXPERIENCIA DE SERVICIO (%) CHILECOMPRA

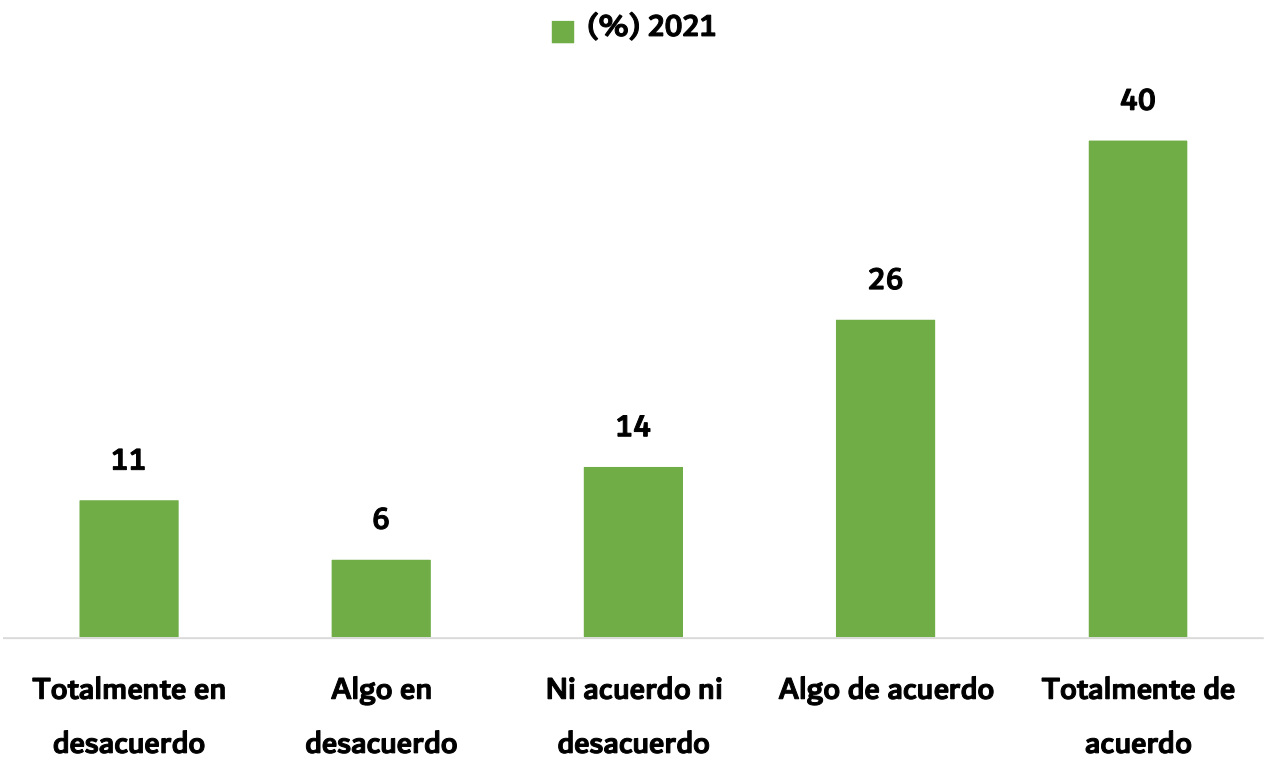
Esta experiencia de servicio en ChileCompra aumentó mi confianza en el servicio público:



N = 3.123
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

EXPERIENCIA DE SERVICIO (%) CHILECOMPRA

Hablaría positivamente a otros de mi experiencia de servicio en ChileCompra:



N = 3.123
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

VII. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN - HABILITACIÓN Y PRESENCIA DE PROBLEMAS

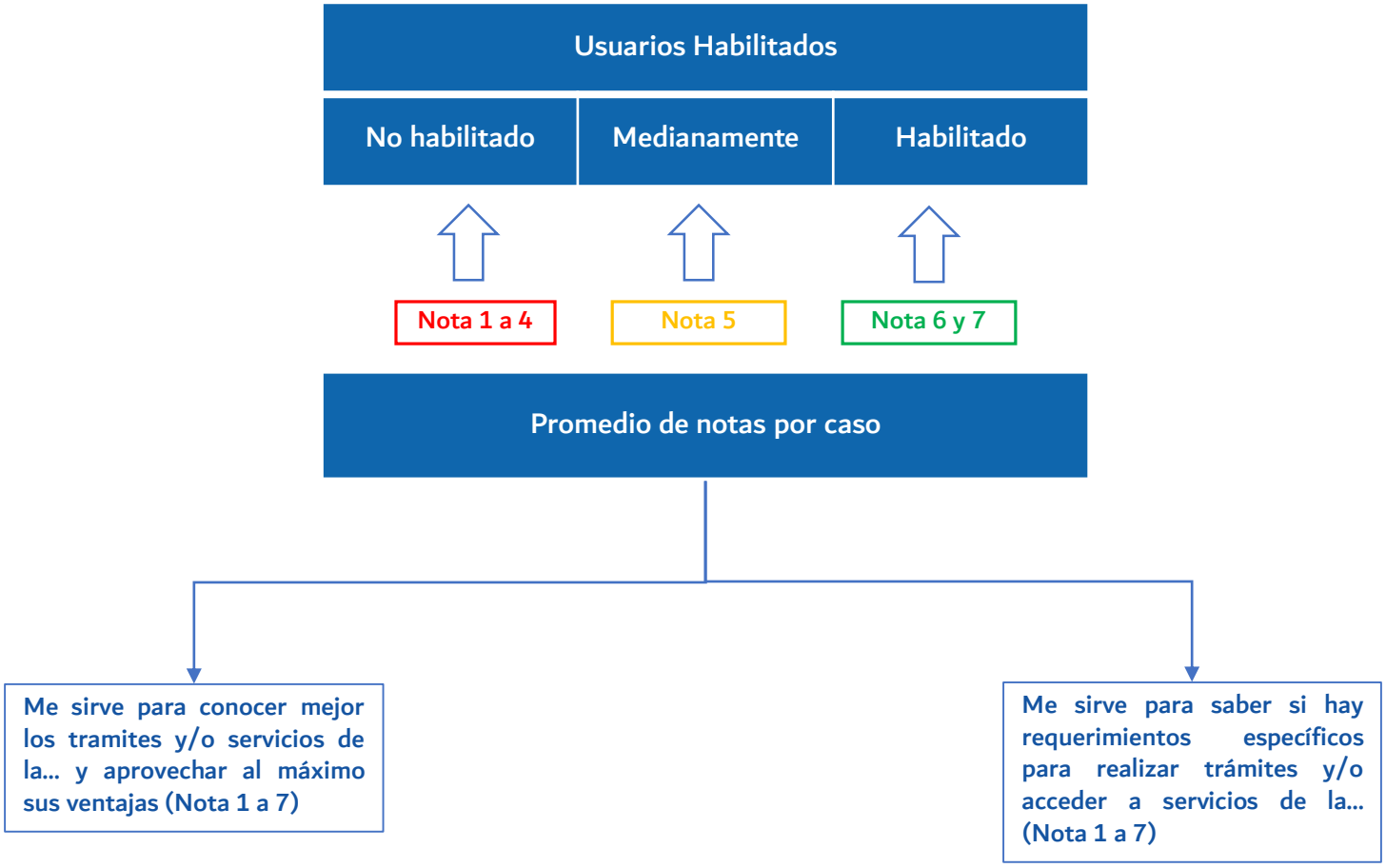
HABILITACIÓN

- El nivel de habilitación indica el **grado de conocimiento de los productos y servicios institucionales.**

- Diversos estudios en el sector público y privado han mostrado que los/as **usuarios/as habilitados están mucho más satisfechos** y tienen menos problemas al realizar un trámite o acceder a un servicio.

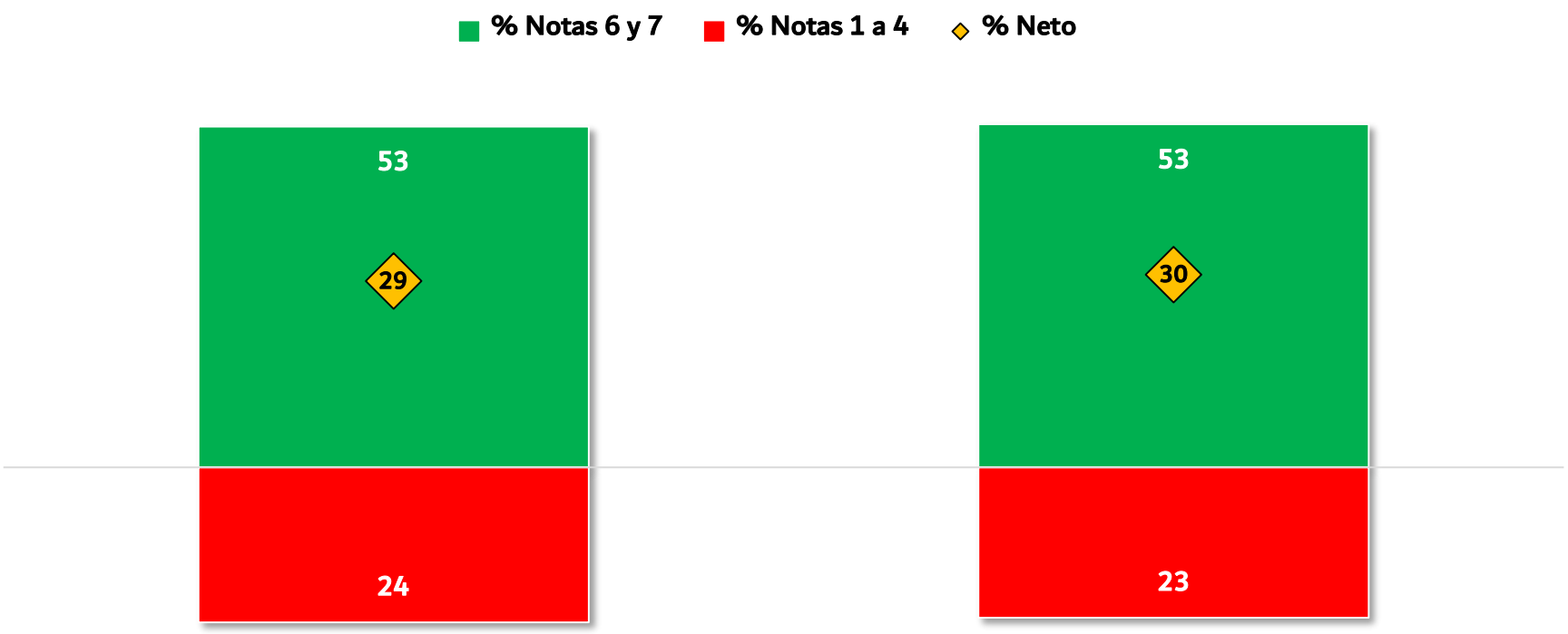
- Las instituciones pueden mejorar el nivel de habilitación con una **mejor comunicación**, logrando que los/as usuarios/as entiendan en qué consiste el servicio que están obteniendo, comprendan cómo funciona y se usa, conozcan los requerimientos específicos para acceder a éste, y que estén enterados de las actualizaciones y novedades que la institución tiene para ellos

CONSTRUCCIÓN INDICADOR HABILITACIÓN



HABILITACIÓN (%) CHILECOMPRA

Respecto a la INFORMACIÓN que usted ha recibido de la institución en distintos medios y usando una escala de 1 a 7 donde 1 es muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo, ¿Cuál es su nivel de acuerdo con que esta información...?



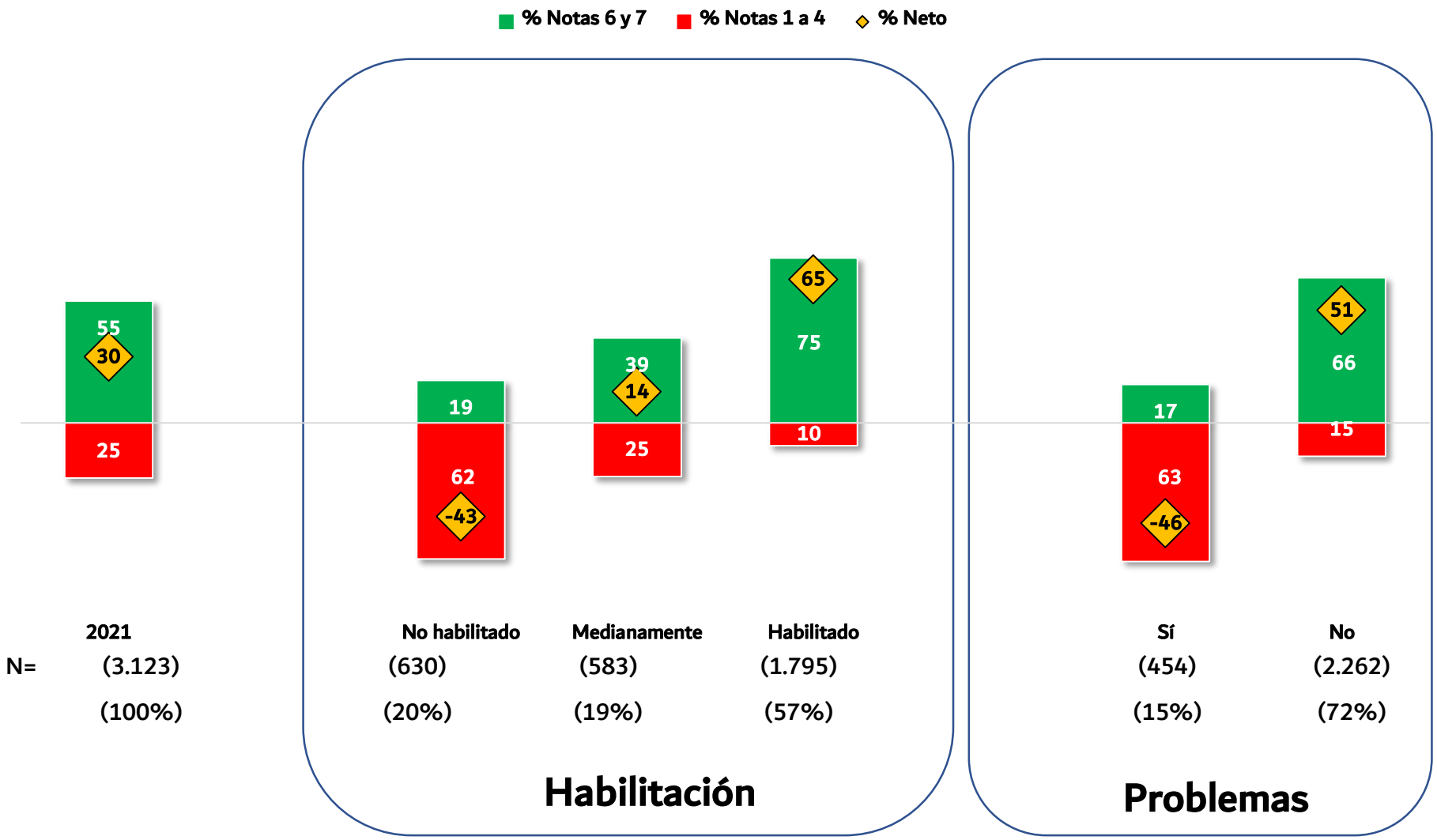
Me sirve para conocer mejor los trámites y/o servicios de ChileCompra y aprovechar al máximo sus ventajas

Me sirve para saber si hay condiciones específicas para realizar trámites y/o acceder a servicios de ChileCompra

N = 3.123

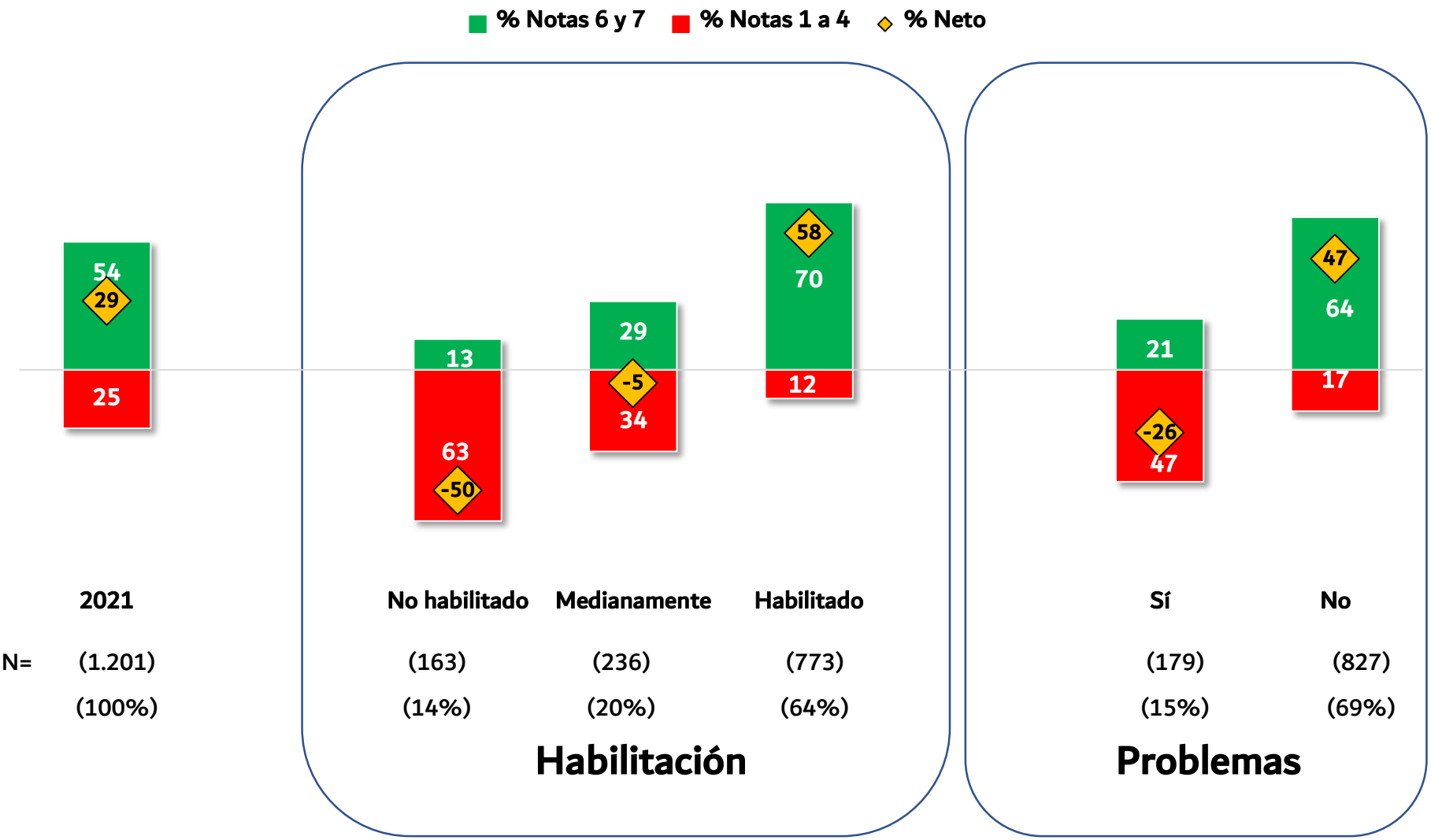
SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) POR NIVEL DE HABILITACIÓN Y VARIABLE PROBLEMAS EN EL PROCESO

Y si piensa en la última vez que realizó este trámite o requerimiento en la institución, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



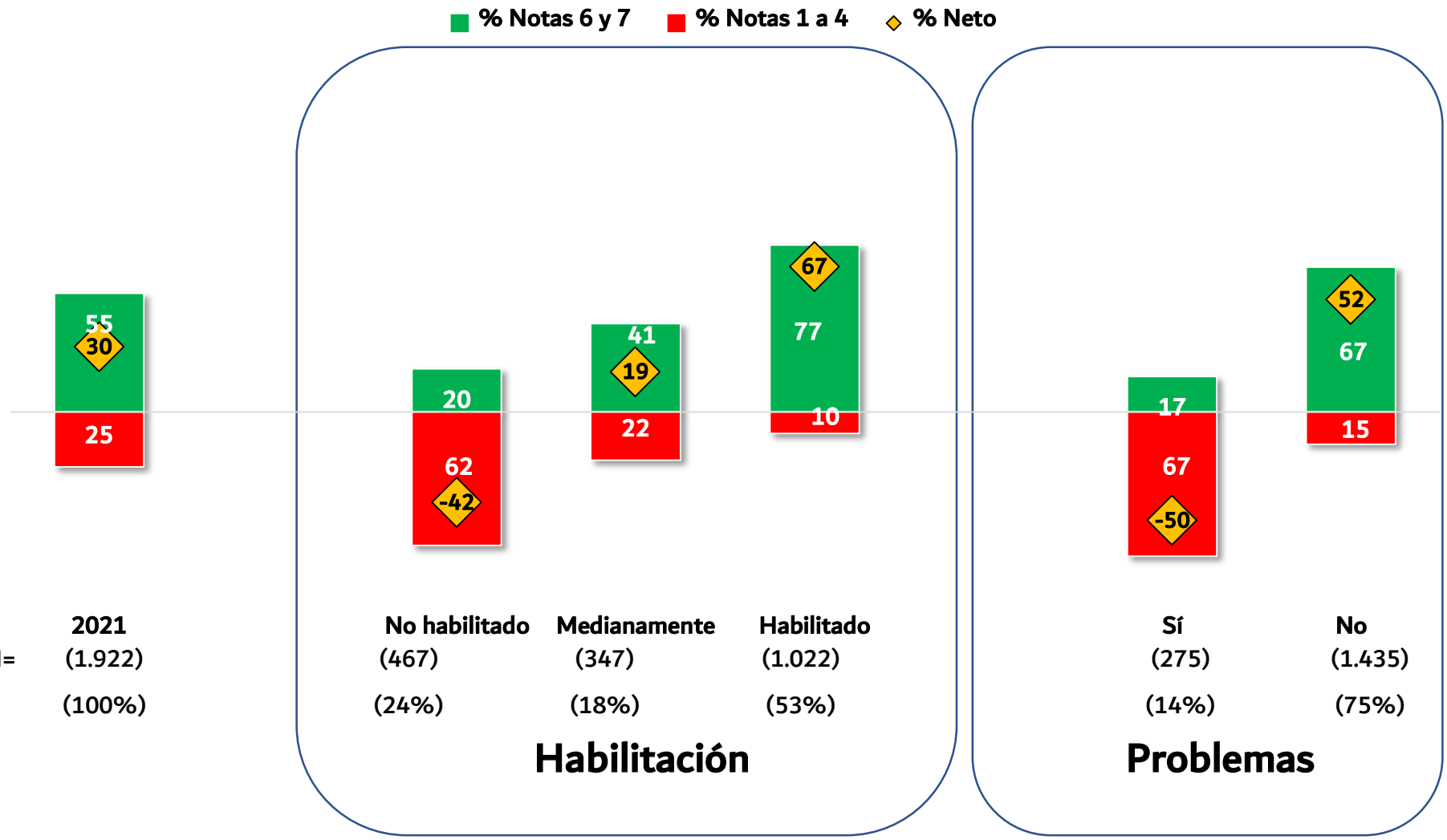
SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) POR NIVEL DE HABILITACIÓN Y VARIABLE PROBLEMAS EN EL PROCESO - COMPRADOR

Y si piensa en la última vez que realizó este trámite o requerimiento en la institución, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



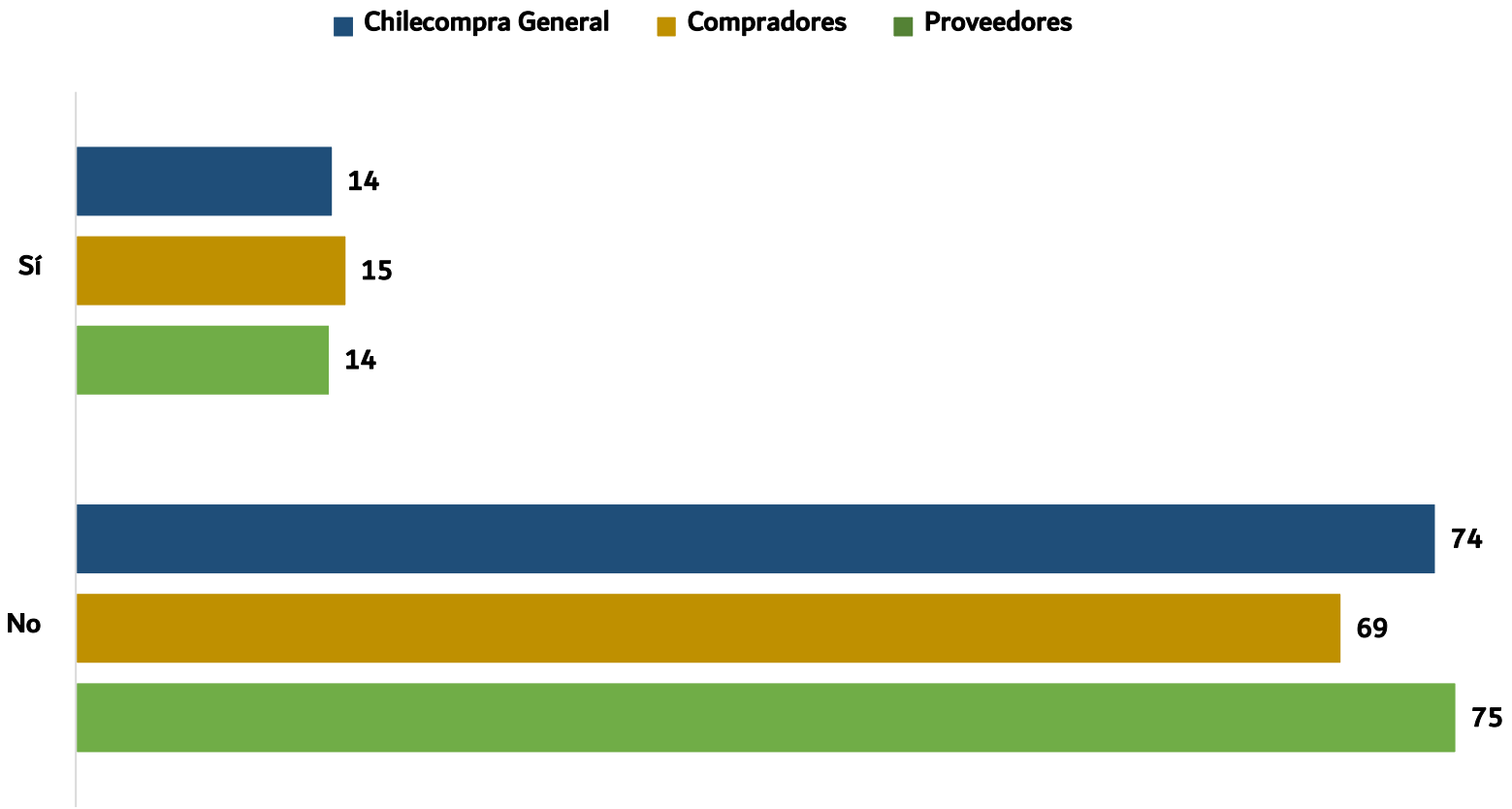
SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) POR NIVEL DE HABILITACIÓN Y VARIABLE PROBLEMAS EN EL PROCESO - PROVEEDOR

Y si piensa en la última vez que realizó este trámite o requerimiento en la institución, ¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio que recibió en esa oportunidad?



PROBLEMAS – OCURRENCIA (%)
2021

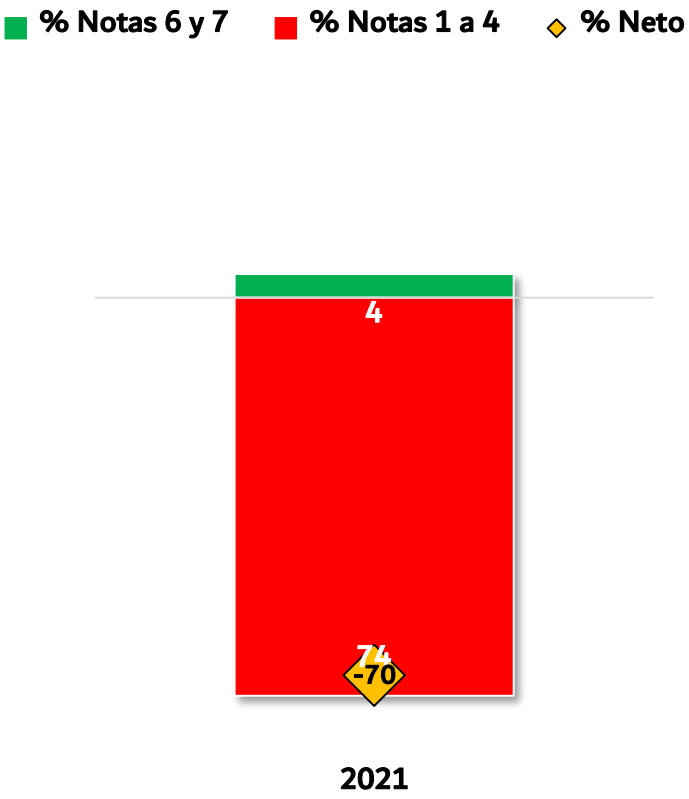
¿Tuvo algún problema desde el momento en que se contactó con la institución hasta que respondieron a su requerimiento?



N= 3.123
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

PROBLEMAS – SATISFACCIÓN CON RESPUESTA (%)
2021

En una escala de 1 a 7, ¿qué tan satisfecho quedó usted con la respuesta a este problema por parte de la institución?



N=	(454)

PROBLEMAS – TIPO(%)

¿Qué problema tuvo?

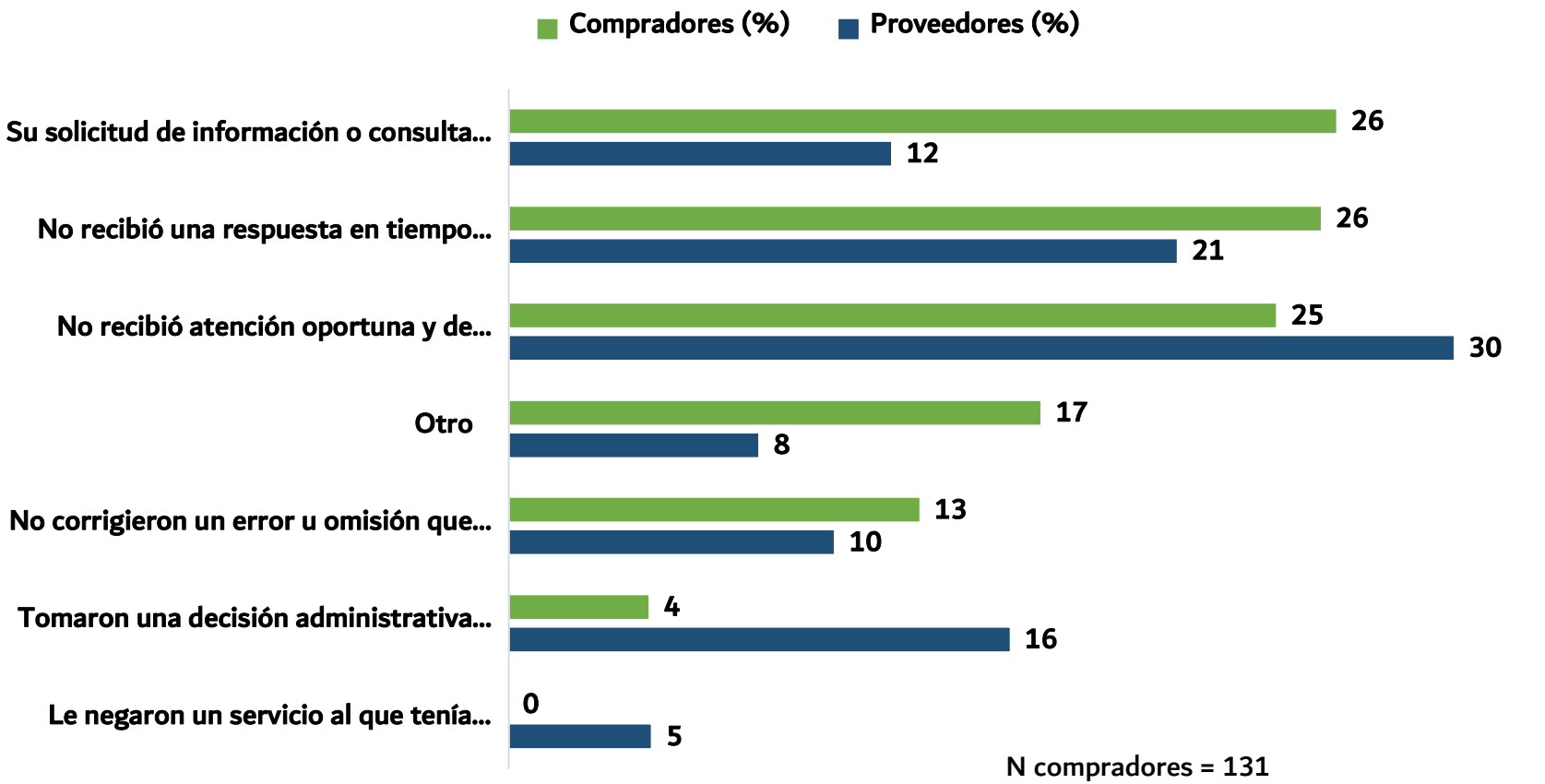


N= 348

Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

PROBLEMAS – TIPO(%)

¿Qué problema tuvo?



N compradores = 131
N proveedores = 217
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

VIII. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN - ANÁLISIS

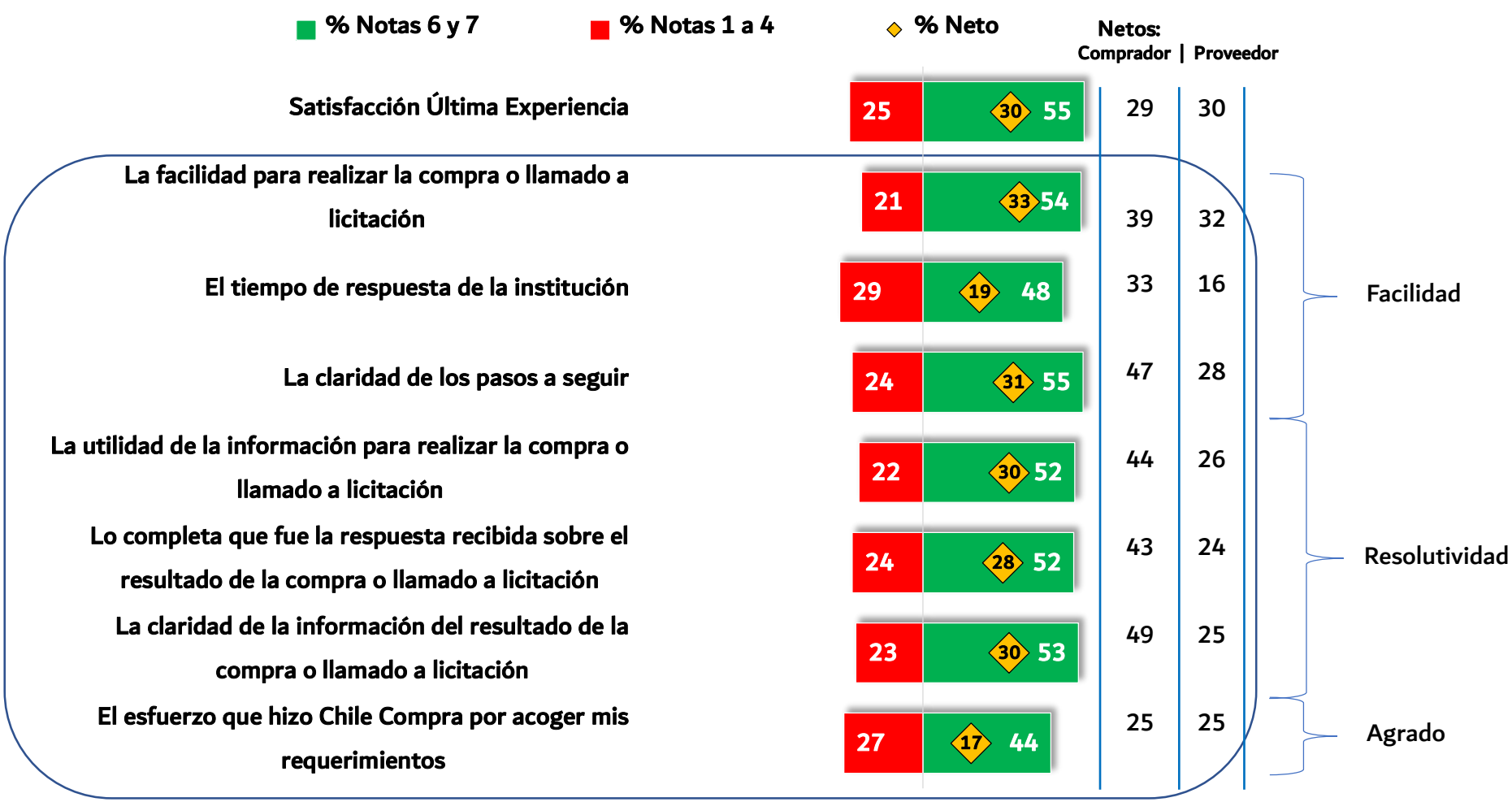
MODELO DE ANÁLISIS

El modelo de evaluación de la experiencia busca medir los siguientes aspectos:



SATISFACCIÓN ÚLTIMA EXPERIENCIA (%) : ATRIBUTOS DE EXPERIENCIA

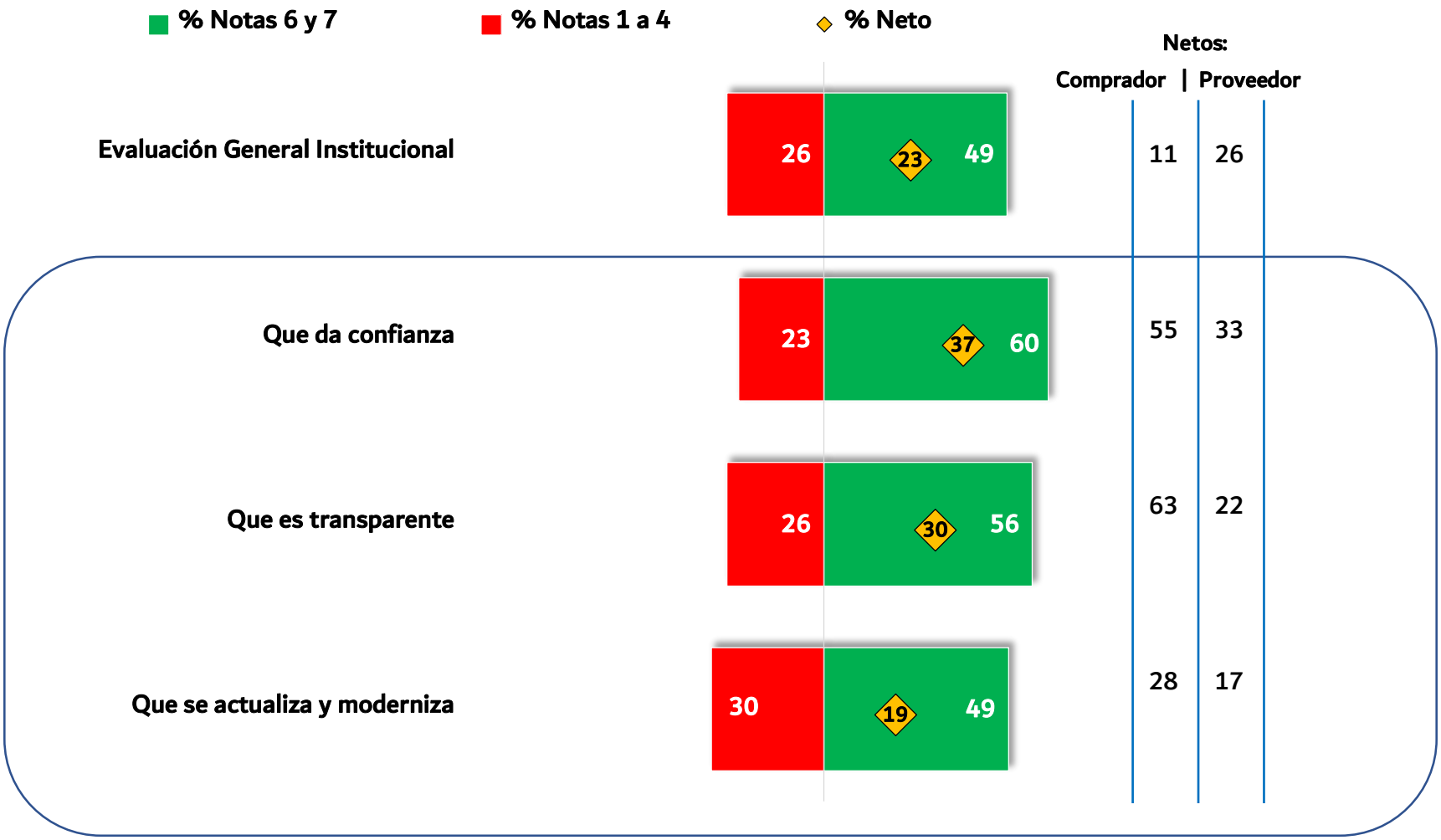
Considerando la última experiencia haciendo un trámite en CHILECOMPRA, evalúe cada aspecto de la siguiente lista. Use notas de 1 a 7 siendo 1 "Pésimo" y 7 "Excelente"



N = 3.123

IMAGEN INSTITUCIONAL (%)

Ahora pensando en la institución en general, ¿cuán de acuerdo o en desacuerdo está usted con que es una institución...?

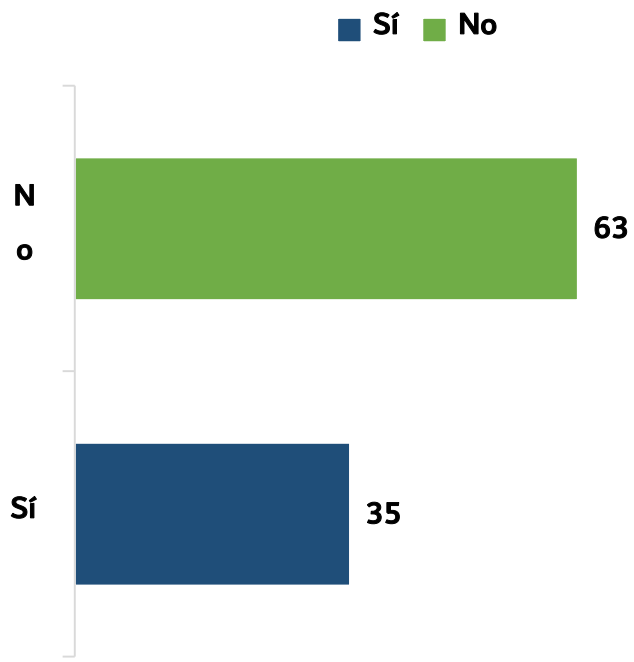


IX. RESULTADOS DE LA MEDICIÓN - PREGUNTAS ESPECIFICAS DE LA INSTITUCIÓN

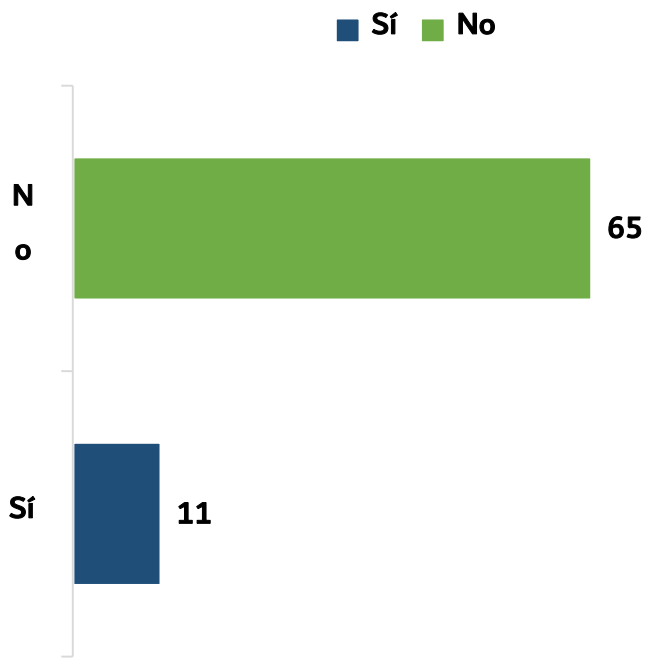
ÚLTIMO TRÁMITE (%)

El trámite ¿Fue realizada mediante la nueva tienda de Convenios Marco?

Compradores



Proveedores



N compradores = 517
N proveedores = 849
Se excluye de las barras la categoría 'Ns-Nr'.

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC

Dirección de Estudios Sociales

X. LEVANTAMIENTO CUALITATIVO

LEVANTAMIENTO CUALITATIVO

La etapa cualitativa, constó de la realización de **4 entrevistas** semi-estructuradas a funcionarios, donde se recogieron sus principales percepciones de la experiencia usuaria que desarrolla ChileCompra, según el área en que se desempeñaban.

Las áreas que abarcaron dichos participantes fueron: Adopción y gestión de usuarios, Atención a usuarios y Gestión de estrategia institucional.

Las entrevistas fueron realizadas entre el mes de agosto y septiembre del año 2021.

Por otro lado, se realizó un **grupo focal** que reunió a 6 usuarios, compradores y proveedores del servicio el día 30 de agosto, con una duración de 74 minutos.

PRINCIPALES HALLAZGOS DEL LEVANTAMIENTO CUALITATIVO

- Hallazgo 1: La expectativa del servicio es generar procesos más efectivos y económicos, prevaleciendo la autoatención de usuarios en la plataforma y la automatización en los procesos que se requiera. Los usuarios reconocen una mejora continua del Servicio, más consideran que aún es complejo poder habituarse en primera instancia a la modalidad de compra y venta.

- Hallazgo 2: Proveedores no se encuentran adecuadamente informados sobre convenio marco y se inclinan por otras modalidades. Compradores, conocen más la modalidad, sin embargo, consideran que no ha facilitado la competencia adecuada para acceder a mejores precios. Aseguran también que el buscador del catálogo no es adecuado para encontrar bienes y servicios que buscan.

- Hallazgo 3: La satisfacción usuaria es afectada por la capacidad de resolución de consultas y reclamos por parte de CHILECOMPRA, considerando lo acotado de sus funciones cuando ya se efectúa la compra. Además, se evidencia una crítica al Call center y su capacidad de resolución, además del tiempo de demora en la entrega de información y/o validación de datos.

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

XI. RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

- La recomendación en dicho caso es que, mientras se avanza en la modernización de equipos para mejorar los portales de manera pertinente a los problemas que presentan hoy sus usuarios, también se puedan fortalecer los canales de soporte. Sobre todo, en el tiempo destinado para la resolución de dudas y actualización de datos.

Ministerio de Hacienda

Gobierno de Chile

DESUC
Dirección de Estudios Sociales

XII. ANEXO MULTIVARIADO

Metodología

A continuación se presentan los Análisis Multivariados que se realizaron a partir de los datos levantados para ChileCompra. Se presentan 3 tipos de resultados.

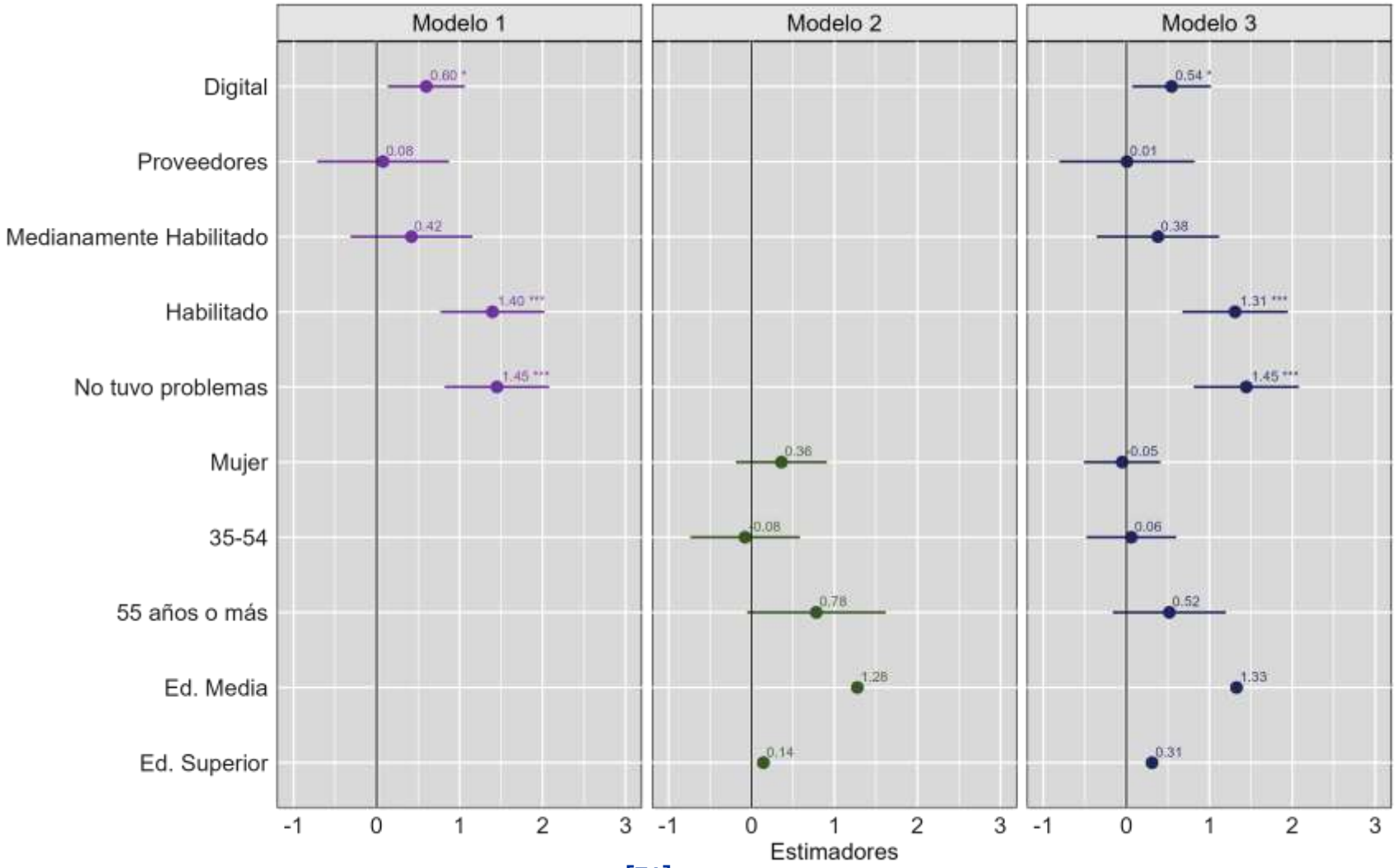
En primer lugar se presentan Modelos de Regresión Lineal (OLS) tanto para última experiencia como para la evaluación institucional. Se realizaron 3 modelos, el primero con covariables del cuestionario y el marco muestral, el segundo con covariables de la muestra obtenida (características sociodemográficas), y un tercer modelo que aúna estos dos últimos. Para realizar el ejercicio, se consideraron como "NA" las categorías de respuesta Ns-Nr (8-9).

En segundo lugar se dan a conocer Regresiones Logísticas, donde la variable dependiente es la satisfacción con la última experiencia o la satisfacción con la institución, esto es, notas 6-7. Para crear la variable dependiente binaria, se consideraron las categorías "nota 5" y "Ns-Nr (8-9)" como "NA", de manera de comparar la satisfacción con la insatisfacción (categoría de referencia). Tal como en el primer ejercicio, se muestran 3 modelos. Los estimadores corresponden a las chances (Odds) de estar satisfecho.

En tercer lugar, se presentan Modelos de Regresión Logística y Diagramaciones respecto a los atributos de la experiencia y la imagen institucional. Para realizar las diagramaciones, se doble estandarizaron los estimadores de las regresiones logísticas de las variables independientes de los modelos. La primera estandarización se realizó en base a puntaje Z, y la segunda como peso relativo dentro del modelo.

Satisfacción Última Experiencia 2021

Modelos de Regresión Lineal



Variable Dependiente: Satisfacción Última Experiencia.
Estimadores con su significancia estadística.

Satisfacción Última Experiencia 2021

Modelos de Regresión Lineal

En el gráfico anterior se presentan los Modelos de Regresión realizados para conocer en qué medida distintas variables afectan **la Evaluación de la Satisfacción con la Última Experiencia** por parte de los usuarios de ChileCompra. En el Modelo 1 se incluyen las variables respecto al Perfil, Trámite, Nivel de Habilitación y Tenencia de Problemas en el proceso, en el Modelo 2 se incluyen características personales de los usuarios encuestados (Sexo, Tramo Etario y Nivel Educativo), y en el Modelo 3 se incluyen todas estas variables.

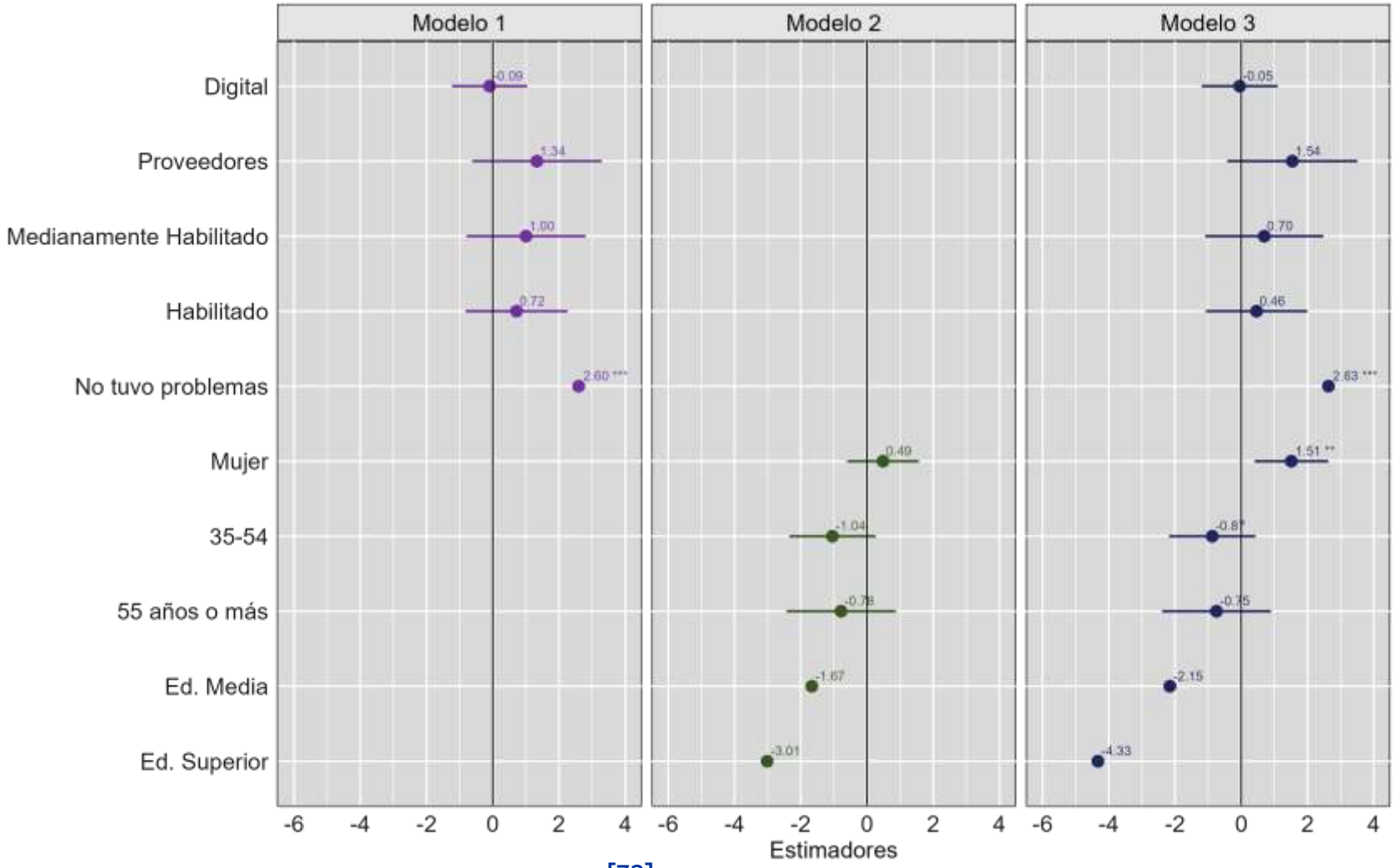
Se observa que las variables más importantes en este caso son la Tenencia de Problemas y la Habilitación. Específicamente, el Modelo 3 muestra que no tener problemas aumenta la Evaluación de la Satisfacción con la Última Experiencia en **1,45** puntos en comparación a sí tener problemas, manteniendo el resto de las variables independientes constantes, lo que es significativo a un 99,9%.

En el caso de la habilitación, estar habilitado aumenta en **1,31** puntos la Evaluación de la Satisfacción con la Última Experiencia en comparación con no estar habilitado, manteniendo el resto de las variables independientes constantes, lo que es significativo a un 99,9%. Mientras que estar medianamente habilitado aumenta en **0,38** puntos la Evaluación de la Satisfacción con la Última Experiencia en comparación con no estar habilitado, ceteris paribus, sin embargo, esto no es significativo.

Al observar perfil se puede observar que tampoco existen una diferencia significativa entre compradores y proveedores.

Evaluación General Institución 2021

Modelos de Regresión



Variable Dependiente: Evaluación General Institución.
Estimadores con su significancia estadística.

Evaluación General Institución 2021

Modelos de Regresión

También se realizaron 3 modelos para conocer en qué medida distintas variables afectan la **Evaluación de la Satisfacción General con la Institución** por parte de los usuarios de ChileCompra. En cada uno de estos modelos se incluyen las mismas variables mencionadas anteriormente.

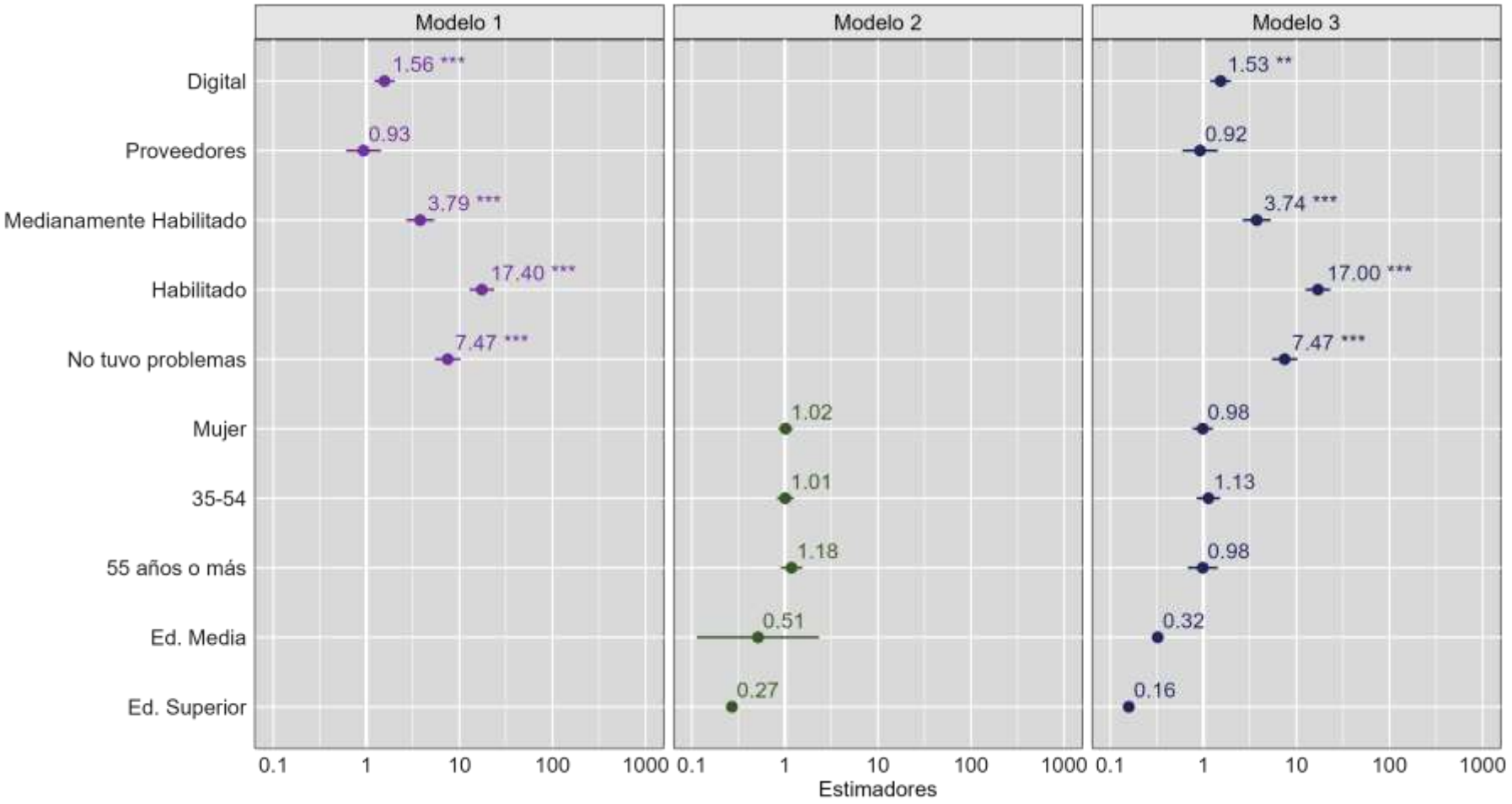
En este caso, las variables más importantes son la Tenencia de Problemas y el sexo. Específicamente, según el Modelo 3 no haber tenido un problema durante el proceso aumenta en **2,63** puntos la Evaluación de la Satisfacción General con la Institución en comparación a sí haber tenido un problema, manteniendo el resto de las variables independientes constantes, lo que es significativo a un 99,9%.

Mientras que ser mujer aumenta la Evaluación de la Satisfacción General con la Institución en **1,51** puntos al ser comparado a con ser hombre, manteniendo el resto de las variables independientes constantes, lo que es significativo a un 99%.

Al observar perfil nuevamente no existe una diferencia significativa entre proveedores y compradores de ChileCompra.

Satisfacción Última Experiencia 2021

Modelos de Regresión Logística (Odds ratio)



Variable Dependiente Binaria: Satisfacción con la última experiencia.
Estimadores con su significancia estadística.

Satisfacción Última Experiencia 2021

Modelos de Regresión Logística

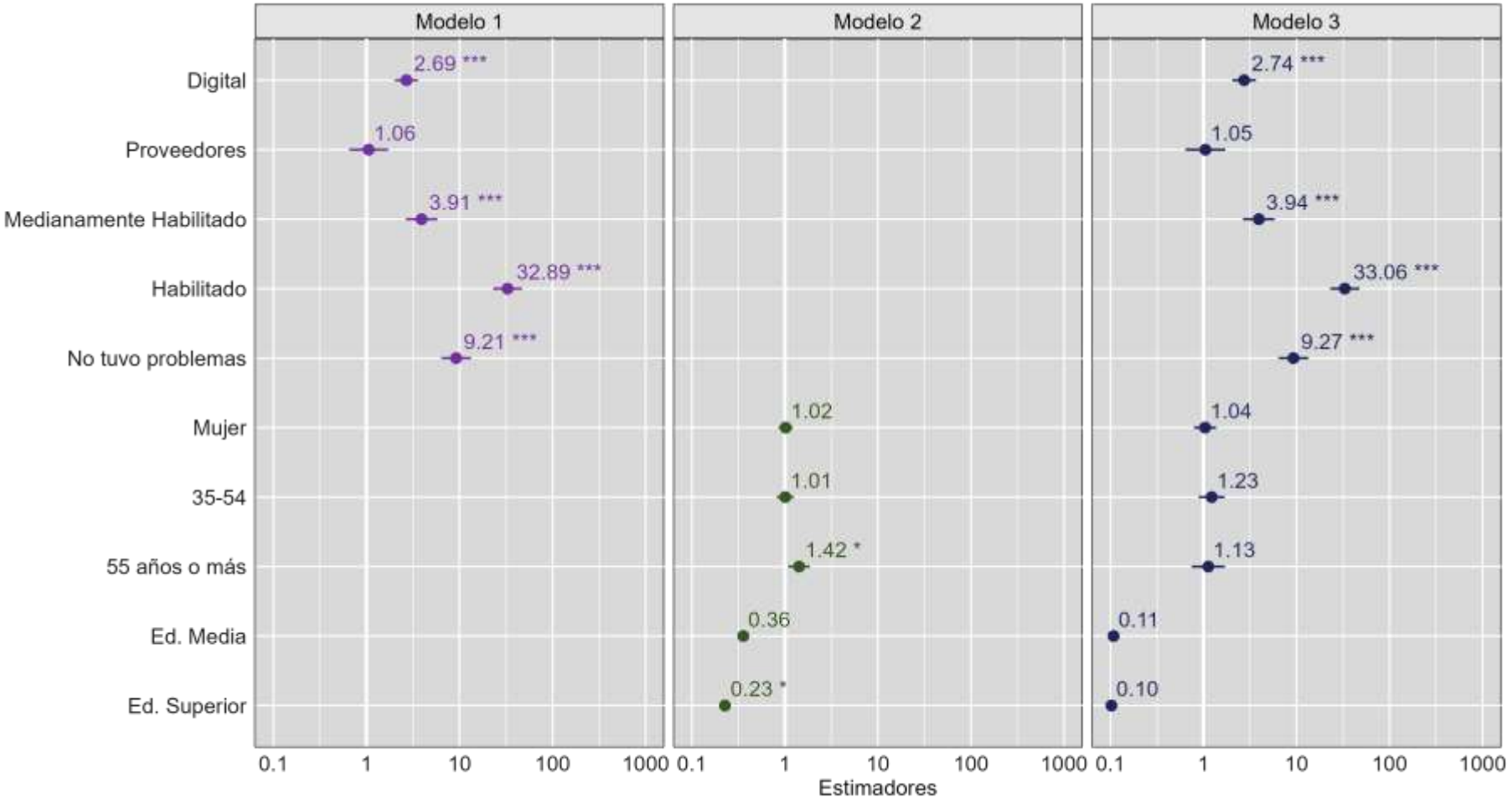
En el gráfico anterior se presentan los **Modelos de Regresión Logística** estimados para conocer en qué medida distintas variables afectan la ***Evaluación de la Satisfacción con la Última Experiencia*** por parte de los usuarios de ChileCompra. En el Modelo 1 se incluyen las variables respecto al Trámite, Canal, Nivel de Habilitación y Tenencia de Problemas en el proceso, en el Modelo 2 se incluyen características personales de los usuarios encuestados (Sexo, Tramo Etario y Nivel Educativo), y en el Modelo 3 se incluyen todas estas variables.

Se observa que –a un 99,9% de nivel de confianza- las variables más importantes son la Habilitación y la Tenencia de Problemas. Específicamente, el modelo 3 muestra que estar habilitado aumenta las chances (odds) de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **17,00** -en referencia a no estar habilitado-, ceteris paribus. Además, estar medianamente habilitado–en referencia a no estarlo- aumenta los odds de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **3,74**, ceteris paribus. Mientras que no tener problemas aumenta los odds de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **7,47** -en referencia a sí tener problemas-, dejando el resto de las variables constantes.

También se observan resultados significativos respecto a Canal, a un 99% de nivel de confianza. En específico, utilizar el canal digital aumenta los odds de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **1,53** –en referencia a utilizar el canal telefónico, dejando las otras variables constantes.

Evaluación General Institución 2021

Modelos de Regresión Logística (Odds ratio)



Variable Dependiente Binaria: Satisfacción con la Institución.
Estimadores con su significancia estadística.

Evaluación General Institución 2021

Modelos de Regresión Logística

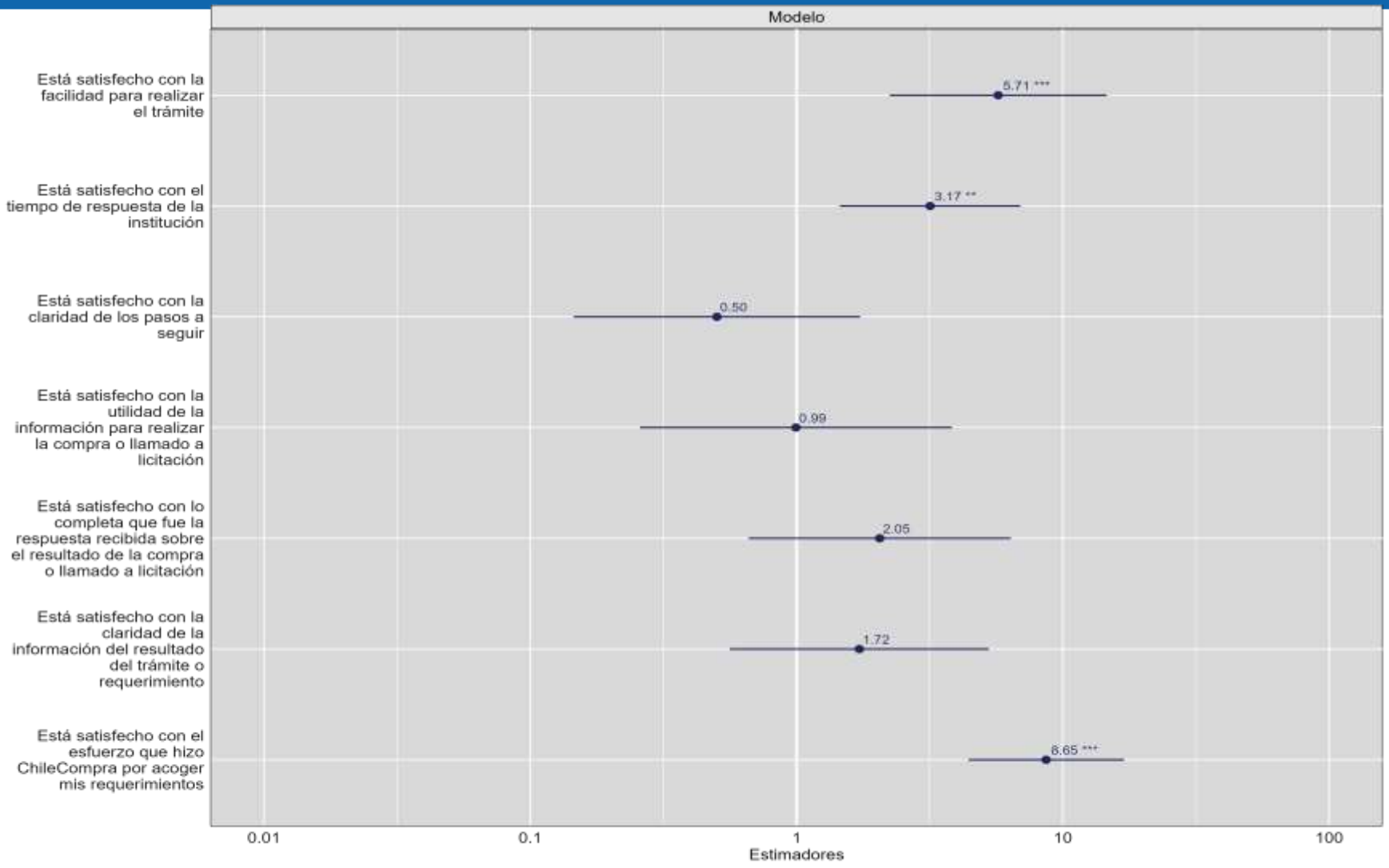
También se estimaron 3 **Modelos Logísticos** para conocer en qué medida distintas variables afectan la ***Evaluación General de la Institución*** por parte de los usuarios de ChileCompra. En cada uno de estos modelos se incluyen las mismas variables mencionadas anteriormente.

En este caso, las variables más importantes son la Habilitación y la Tenencia de Problemas. En específico, según el modelo 3 estar habilitado aumenta los odds de estar satisfecho con la institución por un factor de **33,06**, ceteris paribus, en referencia a no estar habilitado, lo que es significativo a un 99,9% de nivel de confianza. Asimismo, a un 99,9% de nivel de confianza, se observa que estar medianamente habilitado –en referencia a no estar habilitado- aumenta los odds de estar satisfecho con la institución por un factor de **3,94**, dejando el resto de las variables constantes.

Además, a un 99,9% de nivel de confianza, se puede decir que no tener problemas aumenta los odds de estar satisfecho con la institución por un factor de **9,27**, dejando las otras variables constantes, en referencia a sí tener problemas.

Atributos de la experiencia 2021

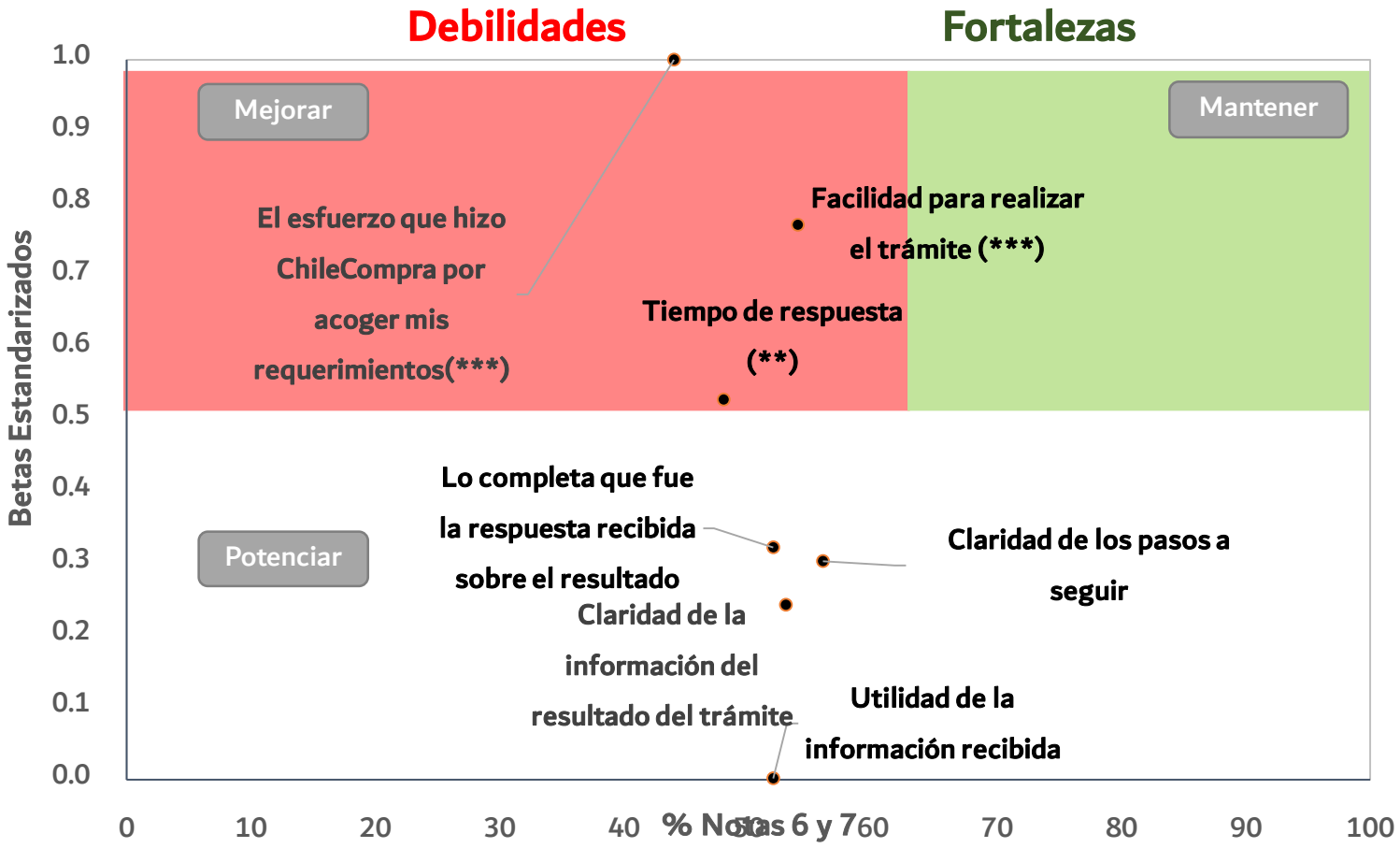
Modelos de Regresión Logística (Odds ratio)



Variable Dependiente Binaria: Satisfaccion ultima Experiencia.
Estimadores con su significancia estadistica.

Atributos de la Última Experiencia 2021

Mapa de Fortalezas y Debilidades



Atributos de la Última Experiencia 2021

Modelo de Regresión Logística y Mapa de Fortalezas y Debilidades

Anteriormente se presentan los **Modelos de Regresión Logística** estimados para conocer en qué medida los atributos de la última experiencia afectan la ***Evaluación de la Satisfacción con la Última Experiencia*** por parte de los usuarios de ChileCompra. En primer lugar se presenta un modelo que incluye todos los atributos de la última experiencia a través de un gráfico, que incluye las preguntas relacionadas a la facilidad, la resolutividad y al agrado.

En base al primer modelo se puede decir que estar satisfecho con la facilidad para realizar el trámite –en referencia a no estar satisfecho- aumenta las chances de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **5,71**, ceteris paribus, lo que es significativo a un 99,9% de nivel de confianza. Mientras que estar satisfecho con el esfuerzo que hizo ChileCompra por acogerme –en referencia a no estarlo- aumenta las chances de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **8,65**, ceteris paribus, lo que es significativo a un 99,9% de nivel de confianza. Por su parte, estar satisfecho con el tiempo de respuesta–en referencia a no estar satisfecho- aumenta las chances de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **3,17**, dejando el resto de las variables constante es significativo a un 99% de nivel de confianza.

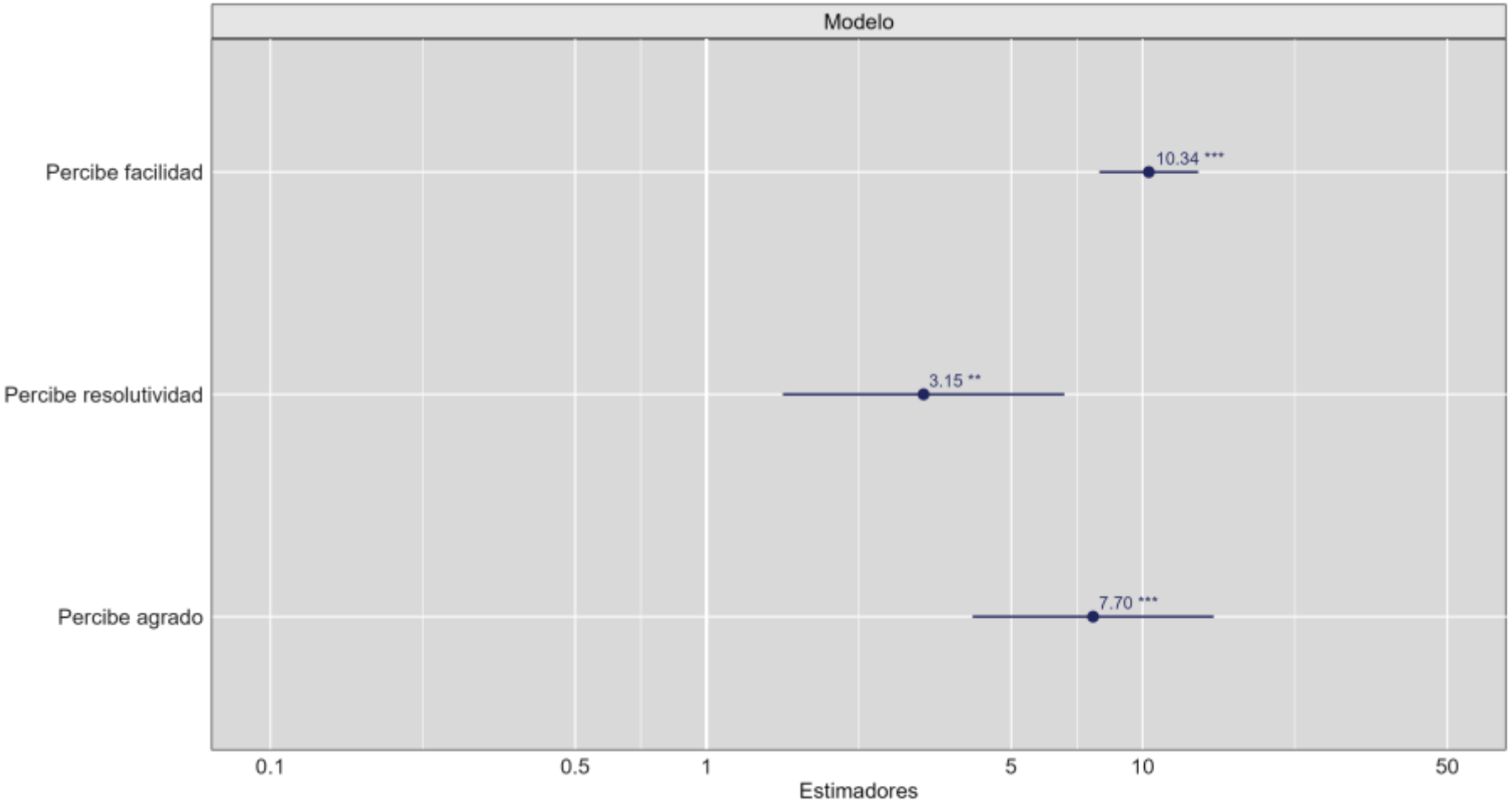
Atributos de la Última Experiencia 2021

Modelo de Regresión Logística y Mapa de Fortalezas y Debilidades

A partir del modelo de regresión que incluye todos los atributos de la última experiencia, se diseñó un **Mapa de Fortalezas y Debilidades**, donde se ubican los atributos de la última experiencia en cuadrantes según su porcentaje de evaluación 6 y 7 y su beta doblemente estandarizado. Los datos indican que se debe mejorar el esfuerzo que hizo ChileCompra por acoger mis requerimientos y la facilidad para realizar el trámite, el tiempo de respuesta y la facilidad para hacer el trámite. Además, se debe potenciar la claridad de los pasos a seguir, el tiempo de respuesta, la utilidad de la información recibida, la claridad de la información sobre el resultado y lo completa que fue la respuesta recibida sobre la respuesta. Mientras que no hay atributos que se deben mantener.

Atributos de la experiencia 2021

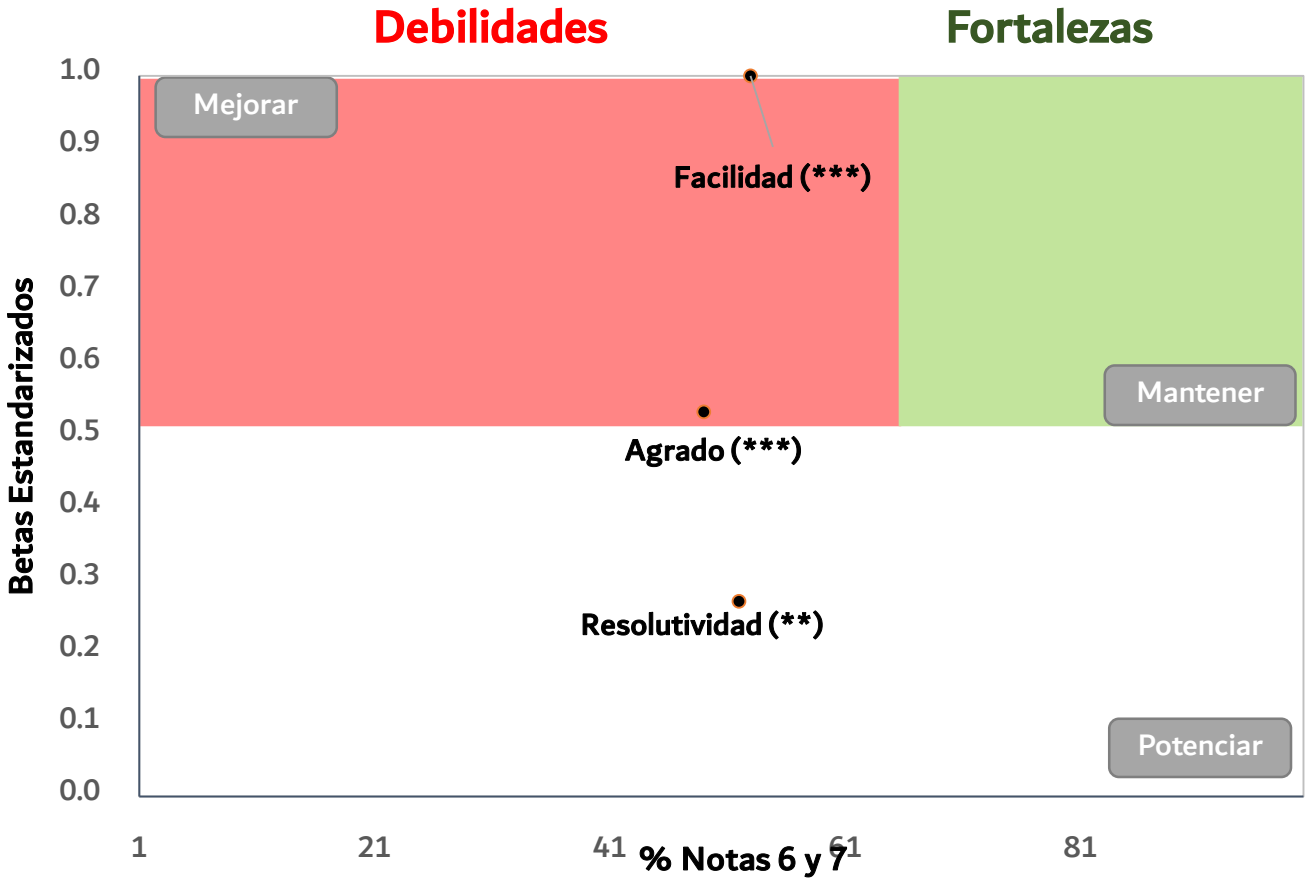
Modelos de Regresión Logística (Odds ratio)



Variable Dependiente Binaria: Satisfacción con la Ultima Experiencia.
Estimadores con su significancia estadistica.

Atributos de la Última Experiencia 2021

Mapa de Fortalezas y Debilidades



Atributos de la Última Experiencia 2021

Modelo de Regresión Logística y Mapa de Fortalezas y Debilidades

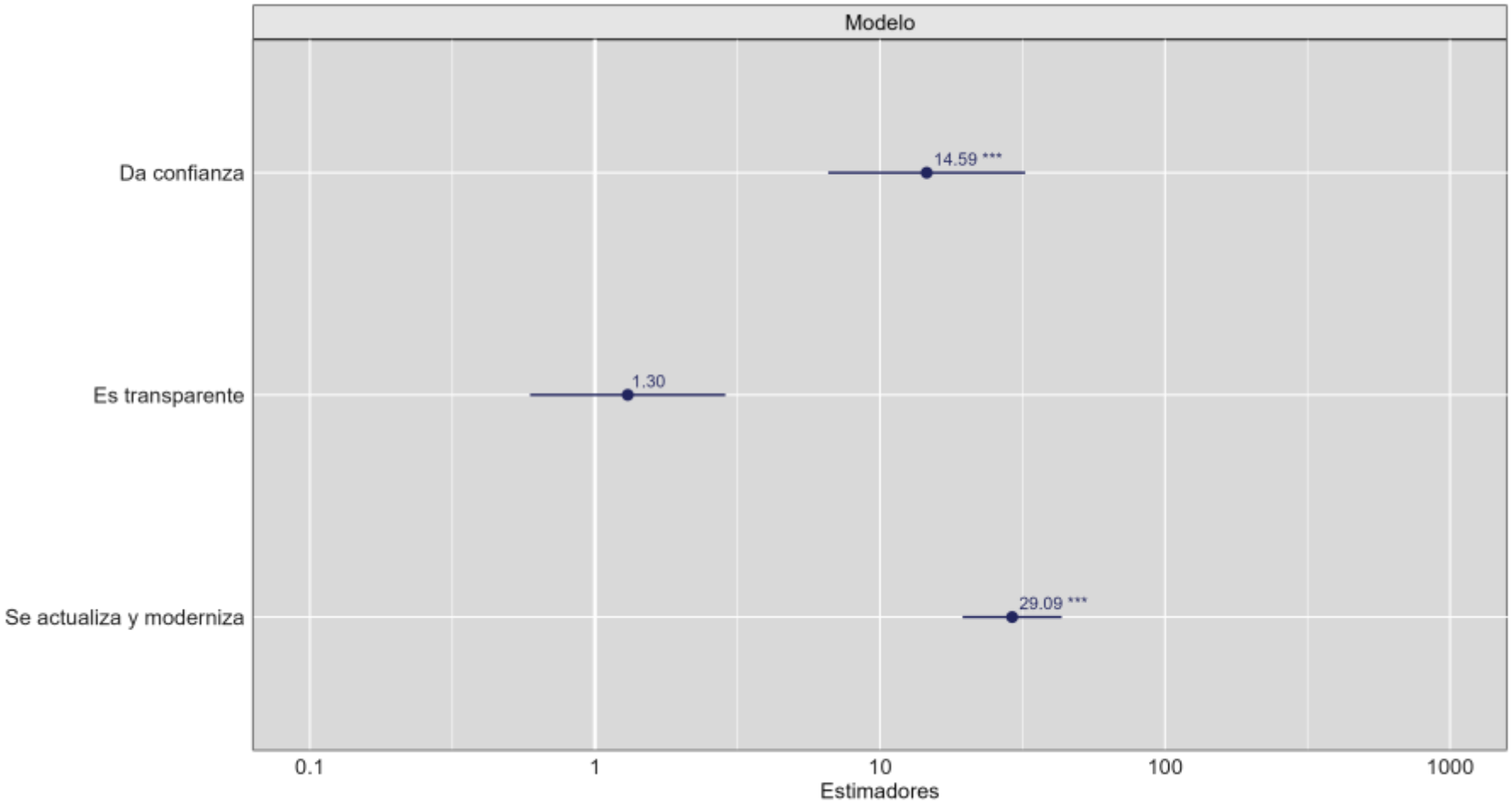
También se estimó un **Modelo de Regresión Logística** agrupando los atributos de la última experiencia en base a los tres atributos del modelo teórico de la experiencia: Facilidad, Resolutividad y Agrado.

En base a dicho modelo se puede decir que los atributos más importantes son la Facilidad y el Agrado. Específicamente, percibir la facilidad –en referencia a no percibirla- aumenta los odds de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **10,34**, ceteris paribus, lo que es significativo a un 99,9% de nivel de confianza. Mientras que percibir agrado –en referencia a no percibirla- aumenta las chances (odds) de estar satisfecho con la última experiencia por un factor de **7,70**, ceteris paribus, lo que también es significativo a un 99,9% de nivel de confianza.

El **Mapa de Fortalezas y Debilidades**, por su parte, indica que el agrado y la facilidad son atributos que deben mejorar, además de potenciar la resolutividad . Mientras que no hay atributos que se deben mantener.

Imagen Institucional 2021

Modelos de Regresión Logística (Odds ratio)



Variable Dependiente Binaria: Evaluación General Institución.
Estimadores con su significancia estadística.

Imagen Institucional 2021

Mapa de Fortalezas y Debilidades

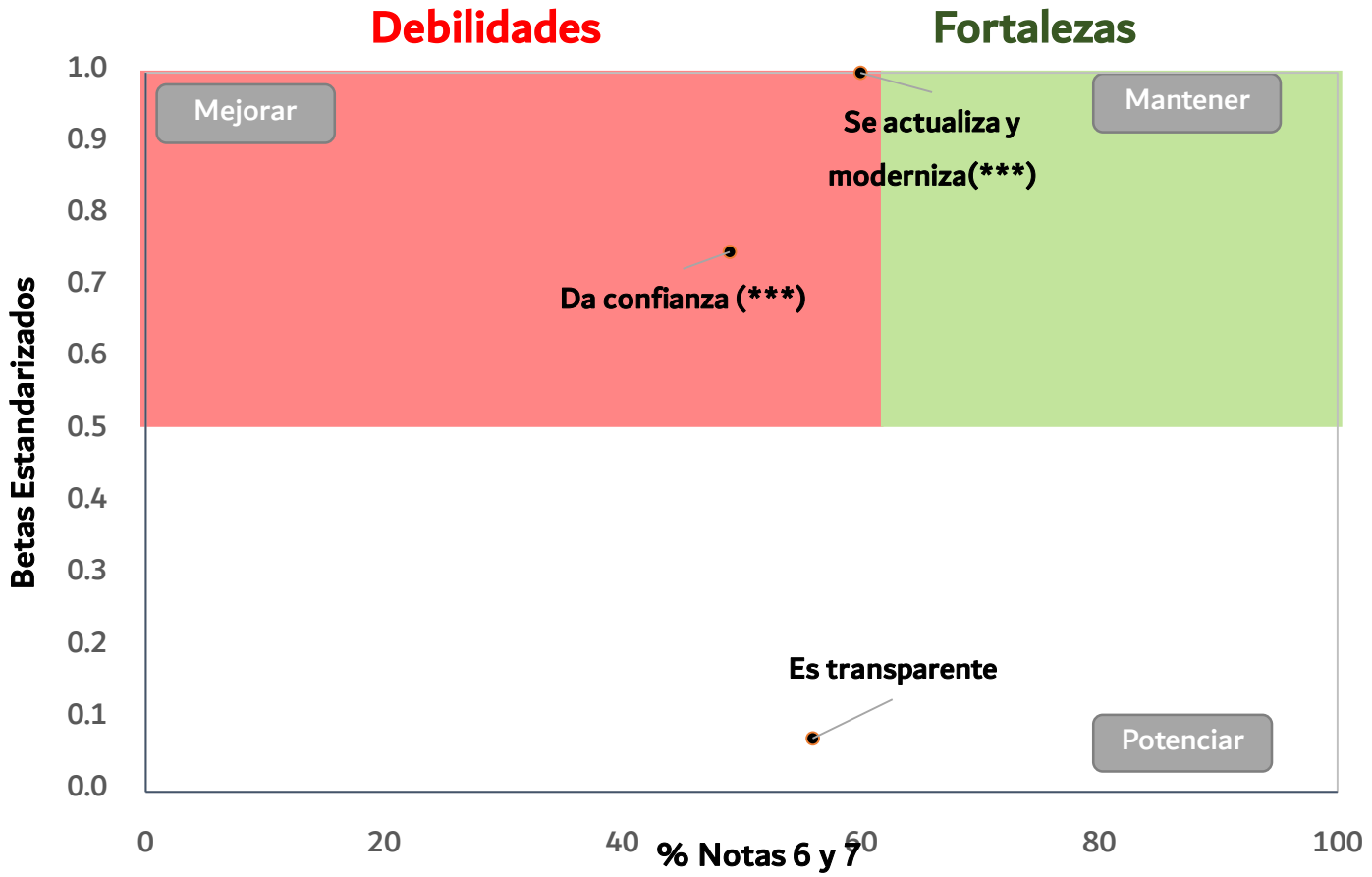


Imagen Institucional 2021

Modelos de Regresión Logística y Mapa de Fortalezas y Debilidades

Finalmente, se presenta el **Modelo de Regresión Logística** estimado para conocer en qué medida los atributos de la imagen institucional afectan la ***Evaluación de la Satisfacción General con la Institucional*** por parte de los usuarios de ChileCompra.

En base a dicho modelo se puede decir que percibir que da confianza –en referencia a no percibirlo- aumenta las chances de estar satisfecho con la institución por un factor de **14,59**, ceteris paribus, lo que es significativo a un 99,9% de nivel de confianza. Además, percibir que la institución se actualiza y moderniza –en referencia a no percibirlo- aumenta los odds de estar satisfecho con la institución por un factor de **29,09**, dejando el resto de las variables constantes, es significativo a un 99,9% nivel de confianza.

Finalmente, se presenta el **Modelo de Regresión Logística** estimado para conocer en qué a partir del modelo de regresión, además, se diseñó un **Mapa de Fortalezas y Debilidades**, donde se ubican los atributos de imagen institucional en cuadrantes según su porcentaje de evaluación 6 y 7 y su beta doblemente estandarizado. Los datos indican que existe un atributo por mejorar, este es da confianza, y la actualización y modernización. Además, debe potenciar la transparencia.

“ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS”

Línea 1

MINVU, DIPRES, ADUANAS, CHILECOMPRA, CMF, SERVICIO CIVIL, AN, SII, SCJ y TGR