



**ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS:
CANALES DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DE LA
SUPERINTENDENCIA DE SALUD**

INFORME FINAL

**Realizado por Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas**

Abril 2019



Universidad de Concepción

CONTENIDO

Ficha Técnica del Estudio

CONSOLIDADO CANAL DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS

- Satisfacción Neta
- Expectativa Del Proceso
- Recomendaría la Superintendencia de Salud

CANALES DE ATENCIÓN

- Satisfacción Neta (Canales, Zona, Evolución, Materia, Resultado)
- Expectativa en la Atención
- Comparación Atención de la Superintendencia de Salud con otros Servicios Públicos
- Recomendaría la Superintendencia de Salud
- Motivo por el cual accedió a la Superintendencia de Salud
- Canal Presencial Fortalezas y Debilidades
- Canal Call Center Fortalezas y Debilidades
- Canal Web Fortalezas y Debilidades

GESTIÓN DE RECLAMOS

- Satisfacción Neta (Intendencia, Resultado, Materia)
- Fortalezas y Debilidades
- Expectativa Del Proceso
- Recomendaría la Superintendencia de Salud

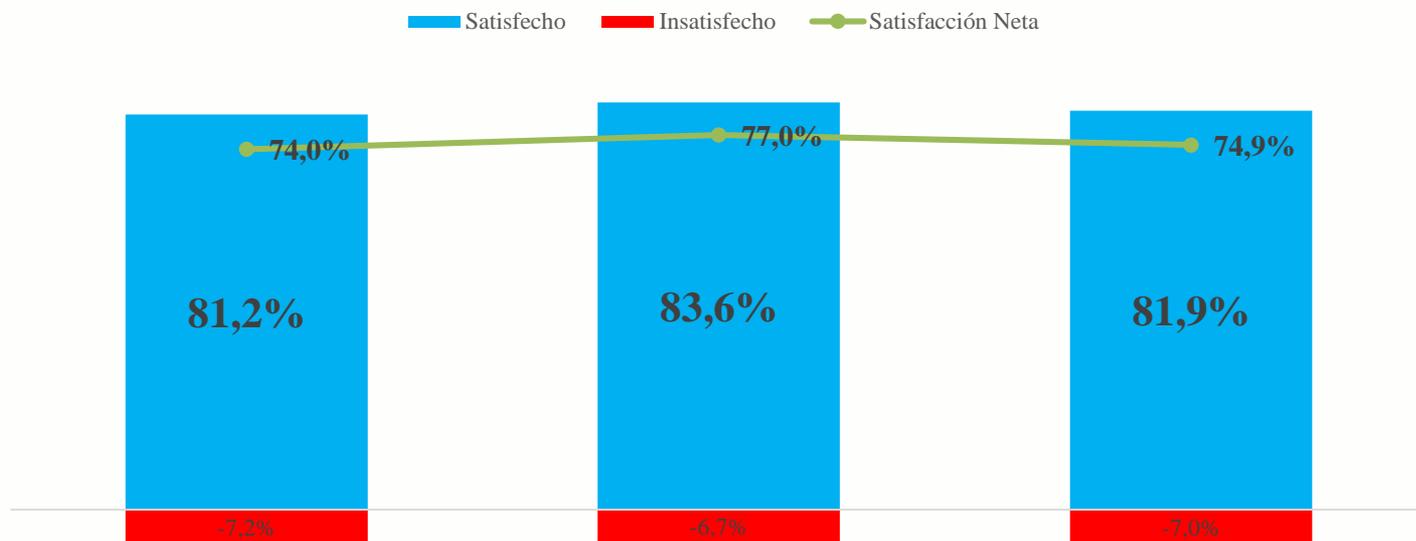
PRINCIPALES CONCLUSIONES

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Objetivo General	Conocer el grado de satisfacción, que tienen los usuarios(as) del FONASA e ISAPRES y Prestadores, que se contactan con la Superintendencia de Salud a través de sus canales de atención y/o se someten al procedimiento de gestión de reclamos que son conocidos por ambas intendencias.
Tipo de Estudio	Este estudio emplea combinadamente las técnicas cuantitativas y cualitativas.
Grupo Objetivo	Hombres y mujeres de 18 años y más, pertenecientes al FONASA e ISAPRES residentes en todas las regiones del país que hayan usado cualesquiera de los canales de atención y/o hayan presentado un reclamo en contra de FONASA, ISAPRE o un Prestador de Salud
Diseño Muestral Estudio Cuantitativo	Dos muestras independientes: una para Canales de Atención y otra para Gestión de Reclamos. Muestreo aleatorio, estratificado por Zona Geográfica.
Tamaño Muestral	Canales de Atención: 1.707, error muestral de 2,4%. Gestión de Reclamos: 697, error muestral 3,7%
Trabajo de Campo	Desde el 12 de diciembre de 2018 hasta el 25 de enero de 2019.
Técnicas Estudio Cualitativo	Focus Group: Se realizaron 4 Focus Group, dos para canales de Atención y dos para Gestión de Reclamos. Entrevistas: Se realizaron 12 entrevistas a usuarios que calificaron insatisfactoriamente la atención en Canales de Atención y Gestión de Reclamos.

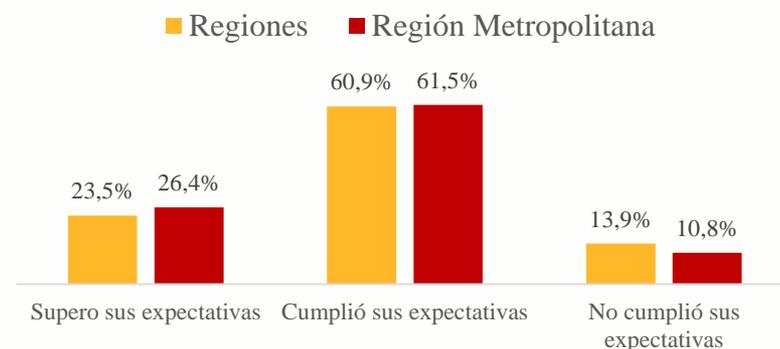
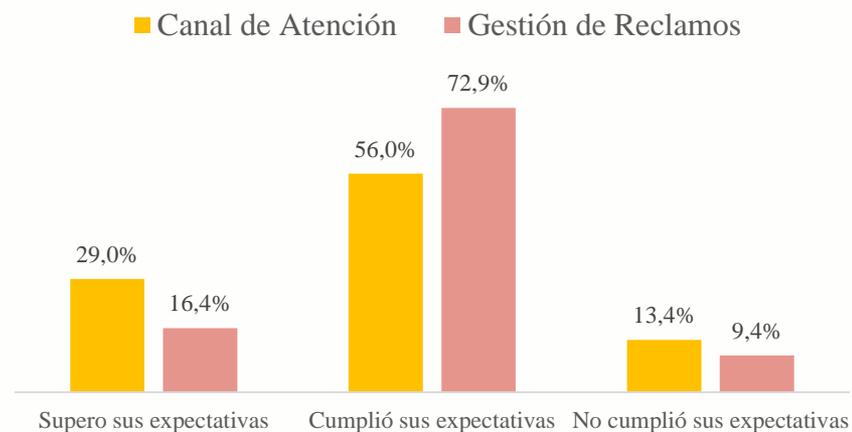
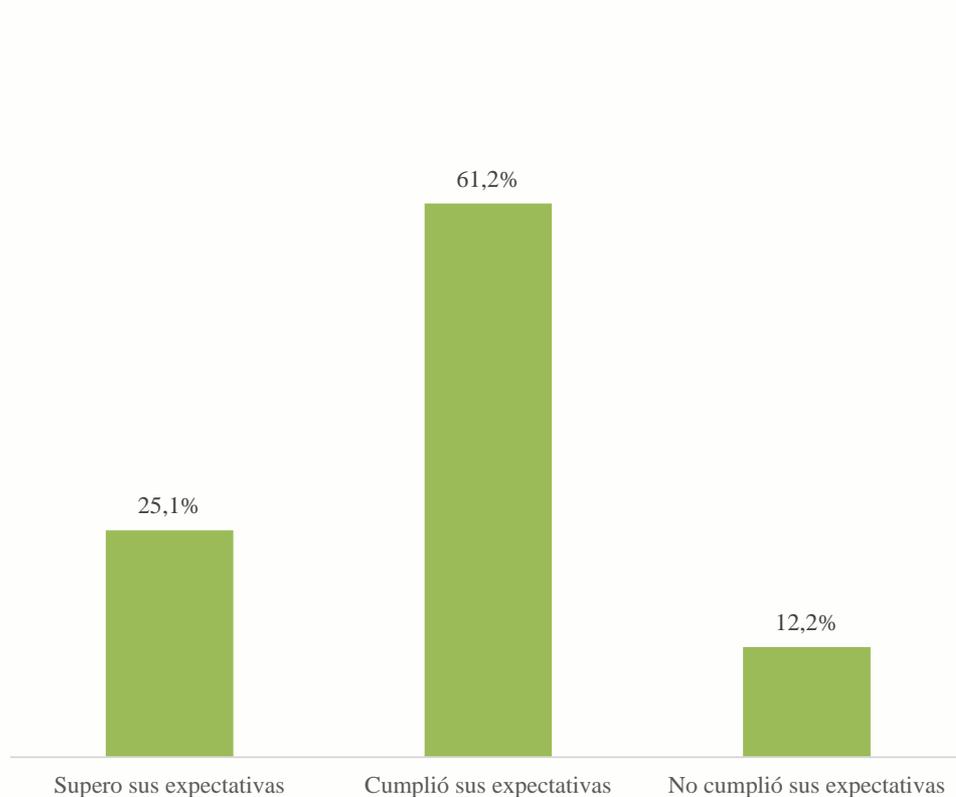
CONSOLIDADO
USUARIOS SUPERINTENDENCIA DE SALUD
CANAL DE ATENCIÓN Y
GESTIÓN DE RECLAMOS

1. Satisfacción Usuarios Superintendencia de Salud. Base:2.401



	Canal de Atención	Gestión de Reclamos	Total
Promedio:	6,1	6,2	6,1
Muestra Efectiva	1.707	694	2.401
Muestra Ponderada	1.656	745	2.401

2. Expectativas del proceso. Base: 2.401



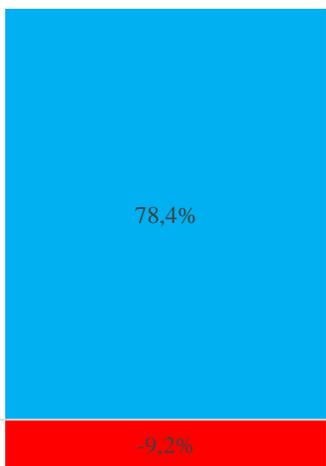
El 61,2% de los usuarios que accedieron a la Superintendencia de Salud declaran que el proceso “Cumplió sus expectativas”, y solo para el 12,2% “No cumplió sus expectativas”.

3. Qué tanto recomendaría la Superintendencia de Salud .

Base:2.401

Escala de 1 a 7

■ Recomendaría ■ No Recomendaría



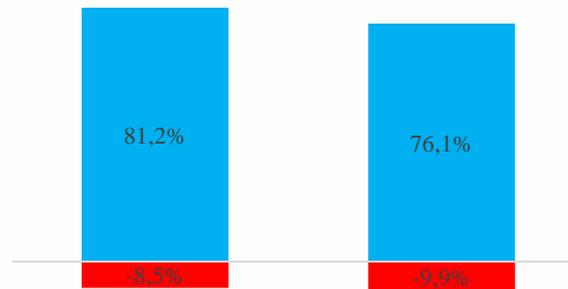
6 o 7

<= a 4

Si un familiar o amigo lo necesitara, que tanto recomendaría Ud. la atención de la Superintendencia de Salud

El 78,4% de los usuarios que han accedido a la Superintendencia de Salud lo recomendaría a otra persona.

■ Recomendaría ■ No Recomendaría



Regiones

Región Metropolitana

■ Recomendaría ■ No Recomendaría



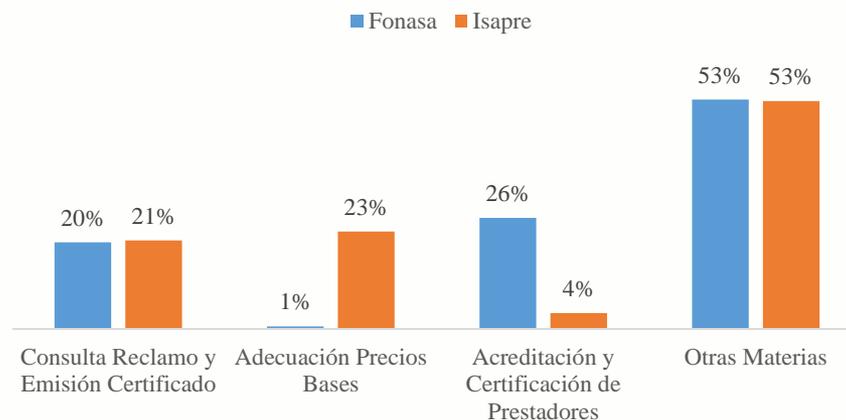
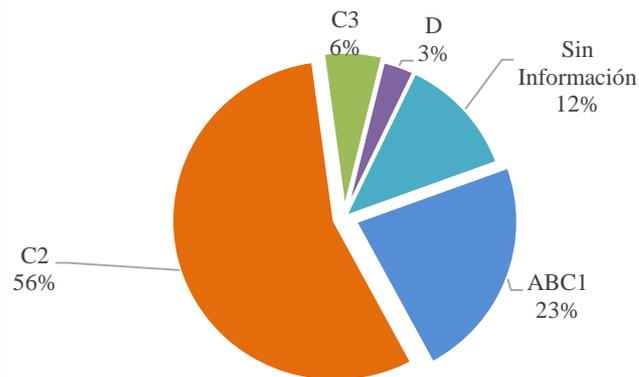
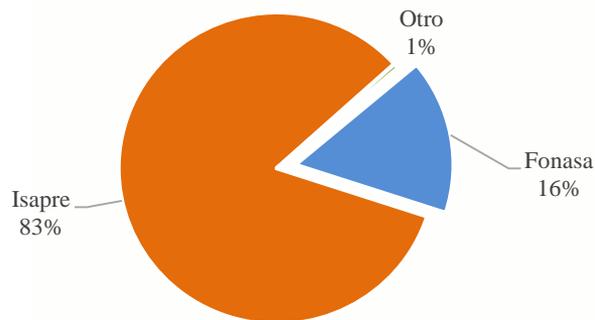
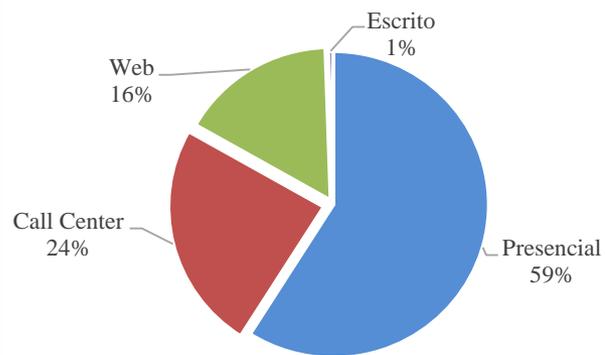
Canal de Atención

Gestión de Reclamos

CANALES DE ATENCIÓN

1. Caracterización de la Muestra.

Base Total 1.707



SATISFACCIÓN USUARIOS CANALES DE ATENCIÓN

Positivo

Presencial

*“He ido y ha sido rápido, súper cordiales, te explican los documentos...Es todo perfecto allá y después hay que esperar”
(M, Canales atención).*

Call Center

“El trato es muy bueno, es amable. Te guían. Hay diversas alternativas, “¿Qué quiere usted? Haga esto, esto, entre a la página, pinche allá...” (M, Canales atención)

Web

“Yo subo un solo archivo, pero no toda la gente lo va a saber hacer. Sí, es fácil hacerlo” (H, Canales Atención).

Negativo

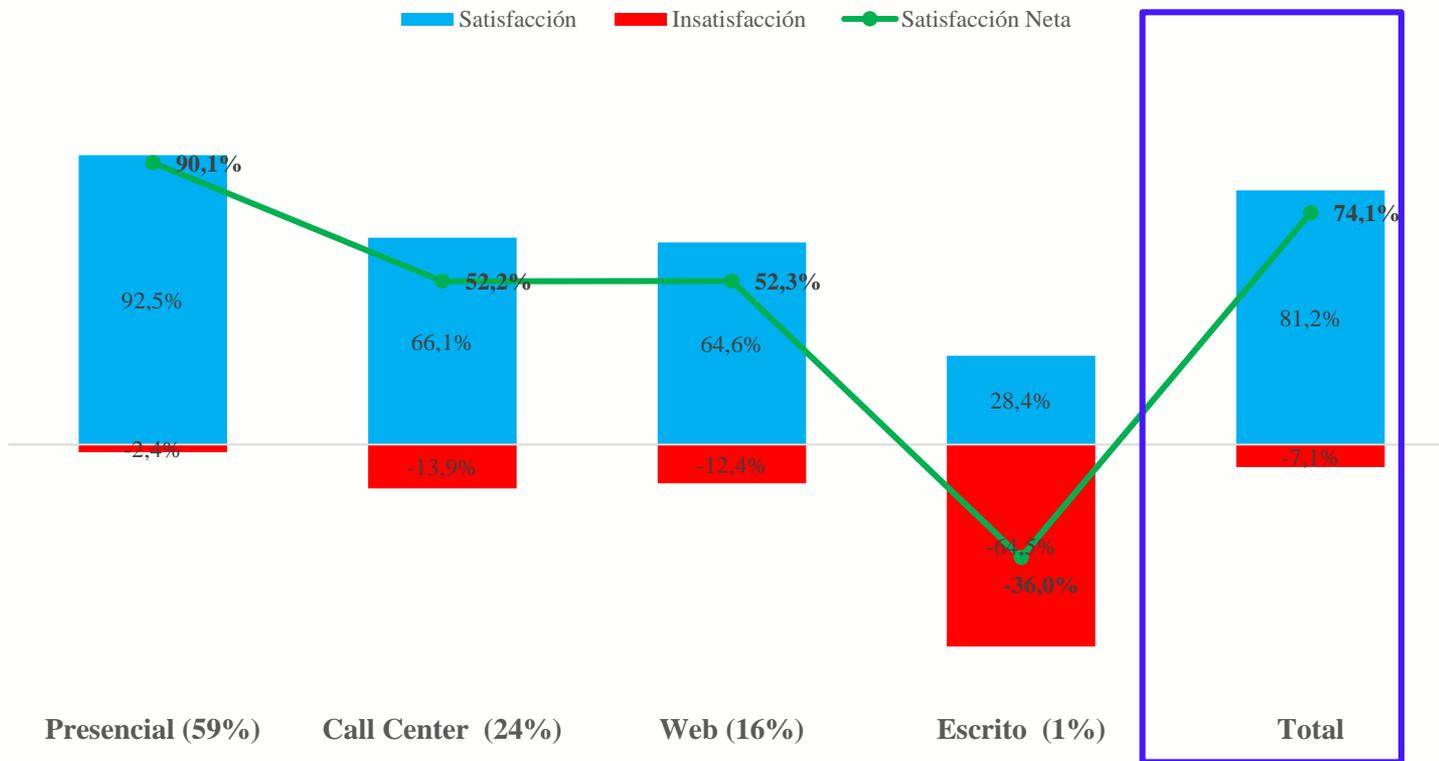
“La persona que a ti te atiende es amable ..., pero resulta que no te interesa que te atienda bien ..., tu prioridad es “Necesito información, necesito acceder a conocer qué está pasando conmigo” (M, Canales atención).

“A veces he estado 40 minutos en el teléfono. Yo prefiero desplazarme una hora, llegar ahí, que me atiendan y tomarme otra hora” (H, Canales atención).

*“Es una página muy poco amigable, he intentado, le he pedido a personas que me indiquen y me hagan un mapita de cómo puedo llegar a consultar a través de la web y tampoco se puede”
(M, Canales Atención).*

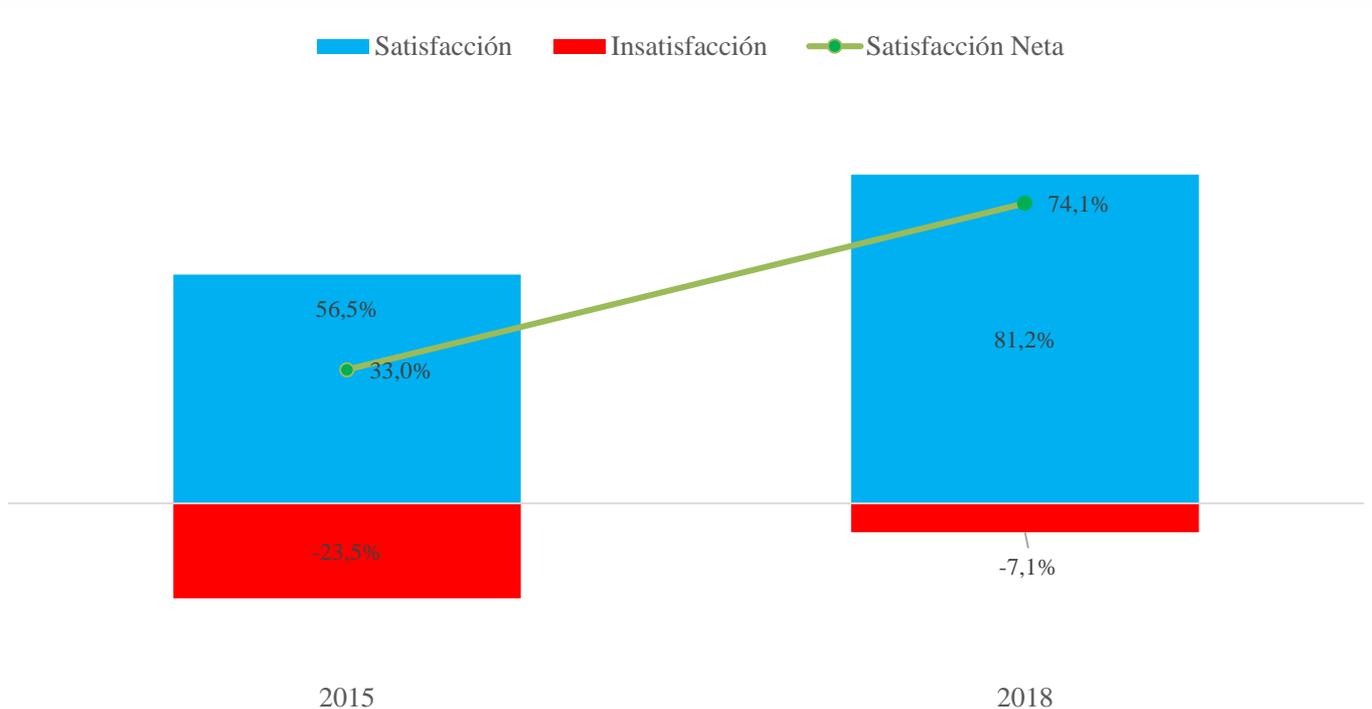
1. Satisfacción Total Usuarios.

Base Total 1.707



Calificación Promedio	6.4	5.7	5.6	3.8	6.1
Muestra Efectiva	635	529	528	15	1.707
Muestra Ponderada	1.007	413	278	9	1.707

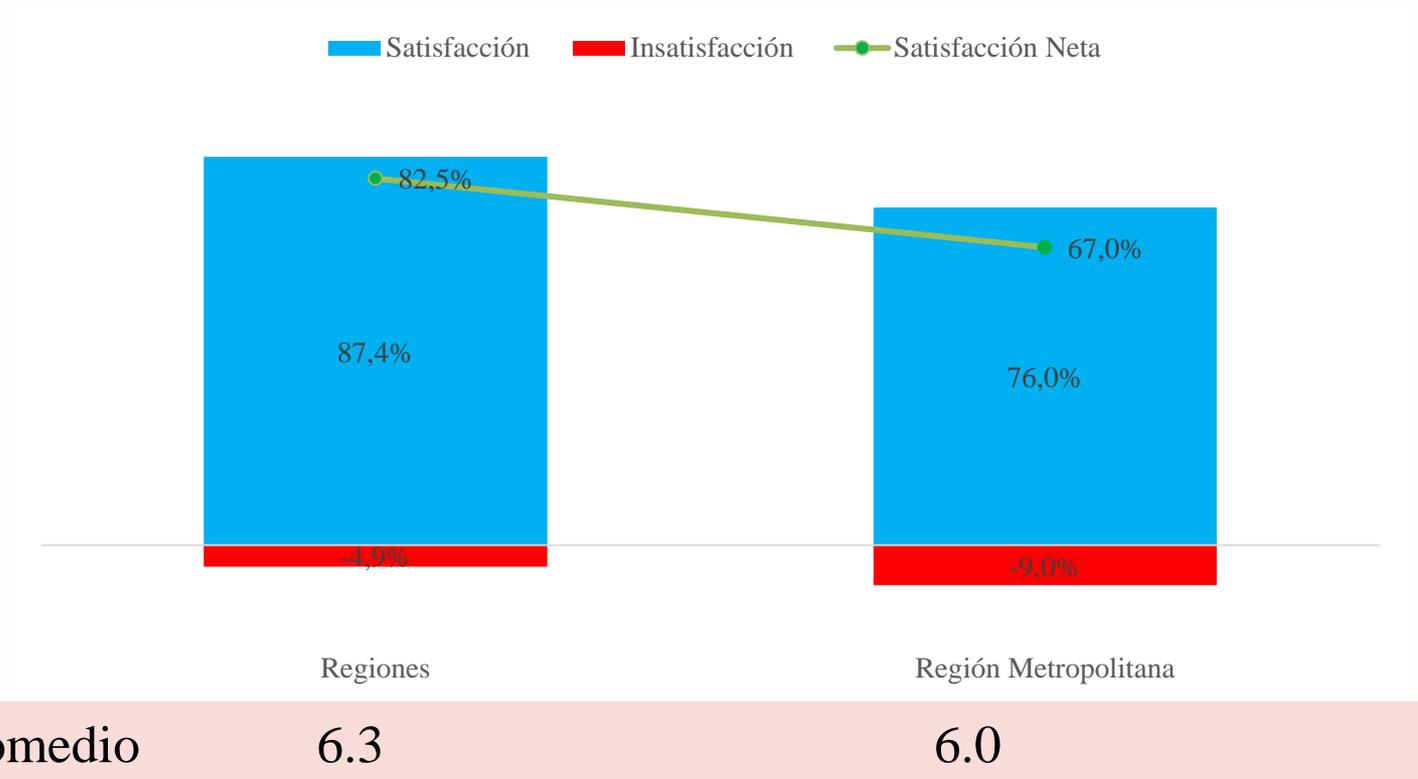
1.3 Satisfacción Total Usuarios. Análisis Comparado año 2015-2018



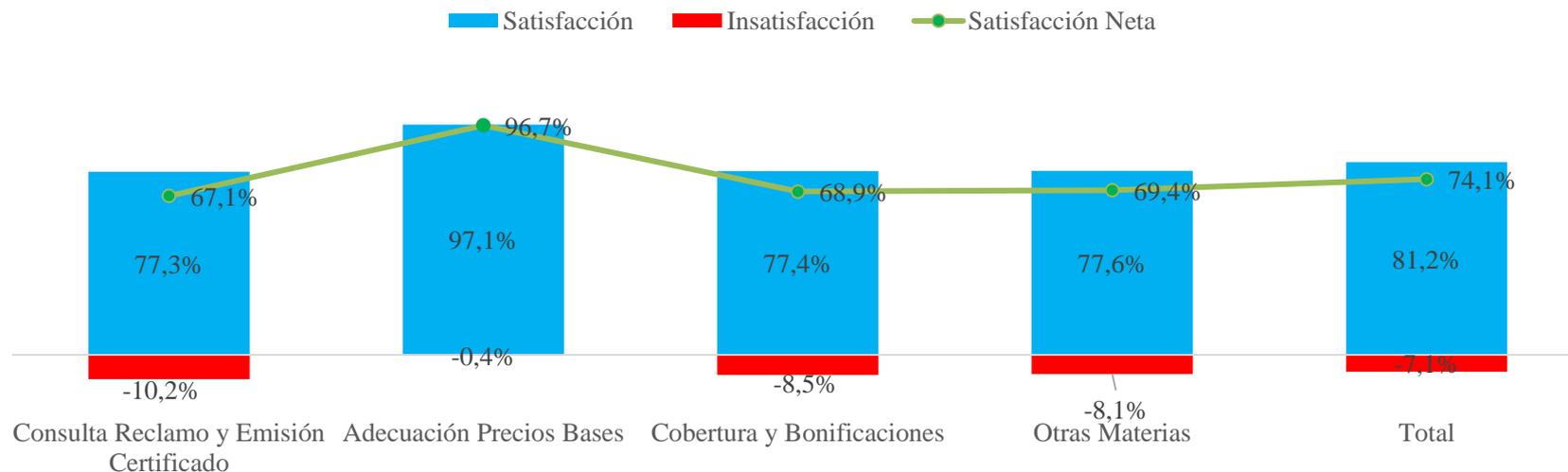
La Satisfacción Neta aumentó en 41 puntos porcentuales entre el año 2015 y 2018, tanto porque aumentó el porcentaje de usuarios satisfechos como por disminución en el porcentaje de usuarios insatisfechos.

1.2 Satisfacción Total Usuarios. Por Zona Geográfica

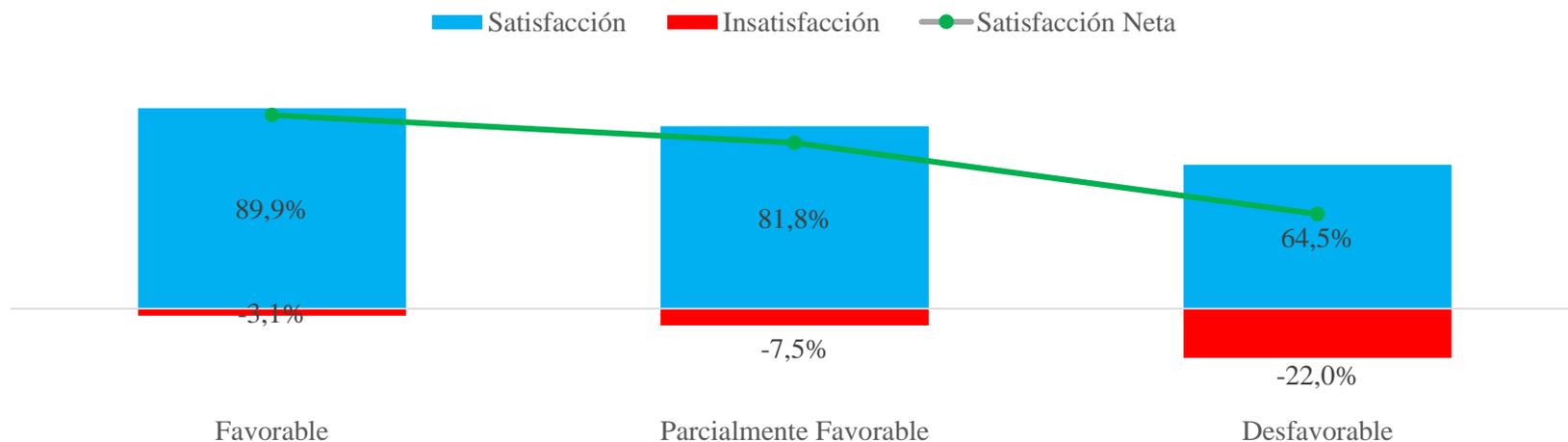
Base Total: 1.707



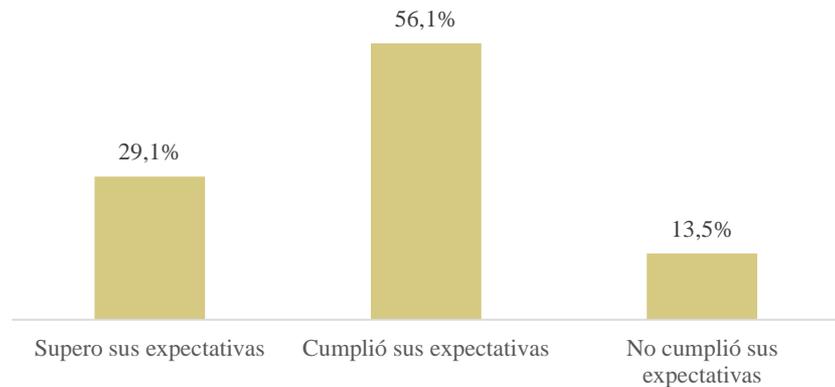
1.5 Satisfacción Usuarios según la Materia Consultada.



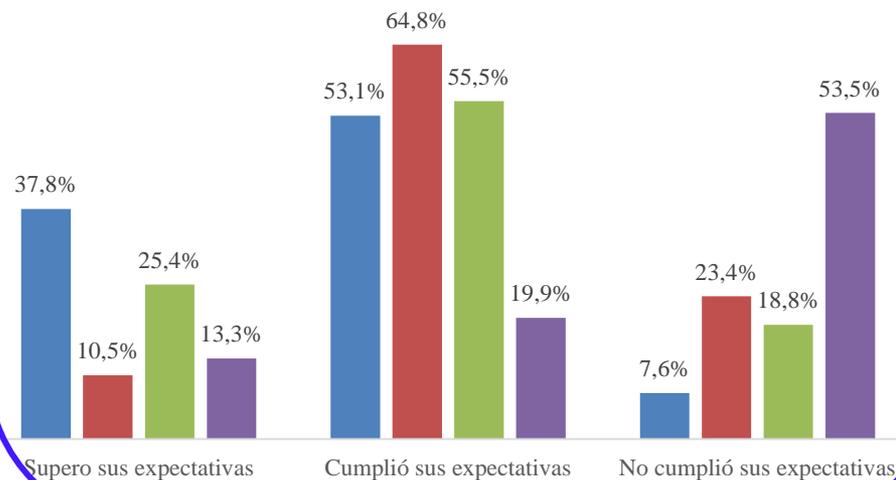
1.7 Satisfacción Usuarios según Resultado del Reclamo.



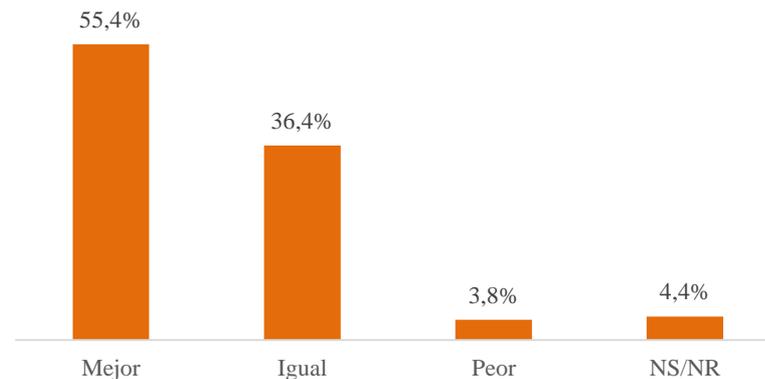
2. Expectativa en la Atención



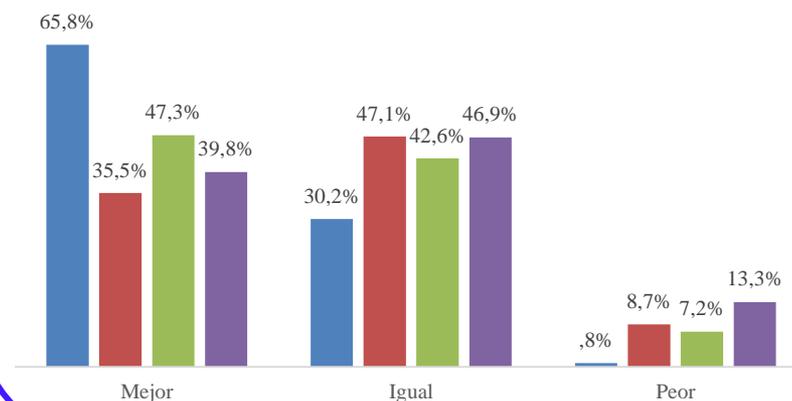
■ Presencial ■ Call Center ■ Web ■ Escrito



3. Comparación Atención Superintendencia de Salud con otros Servicios Públicos.



■ Presencial ■ Call Center ■ Web ■ Escrito

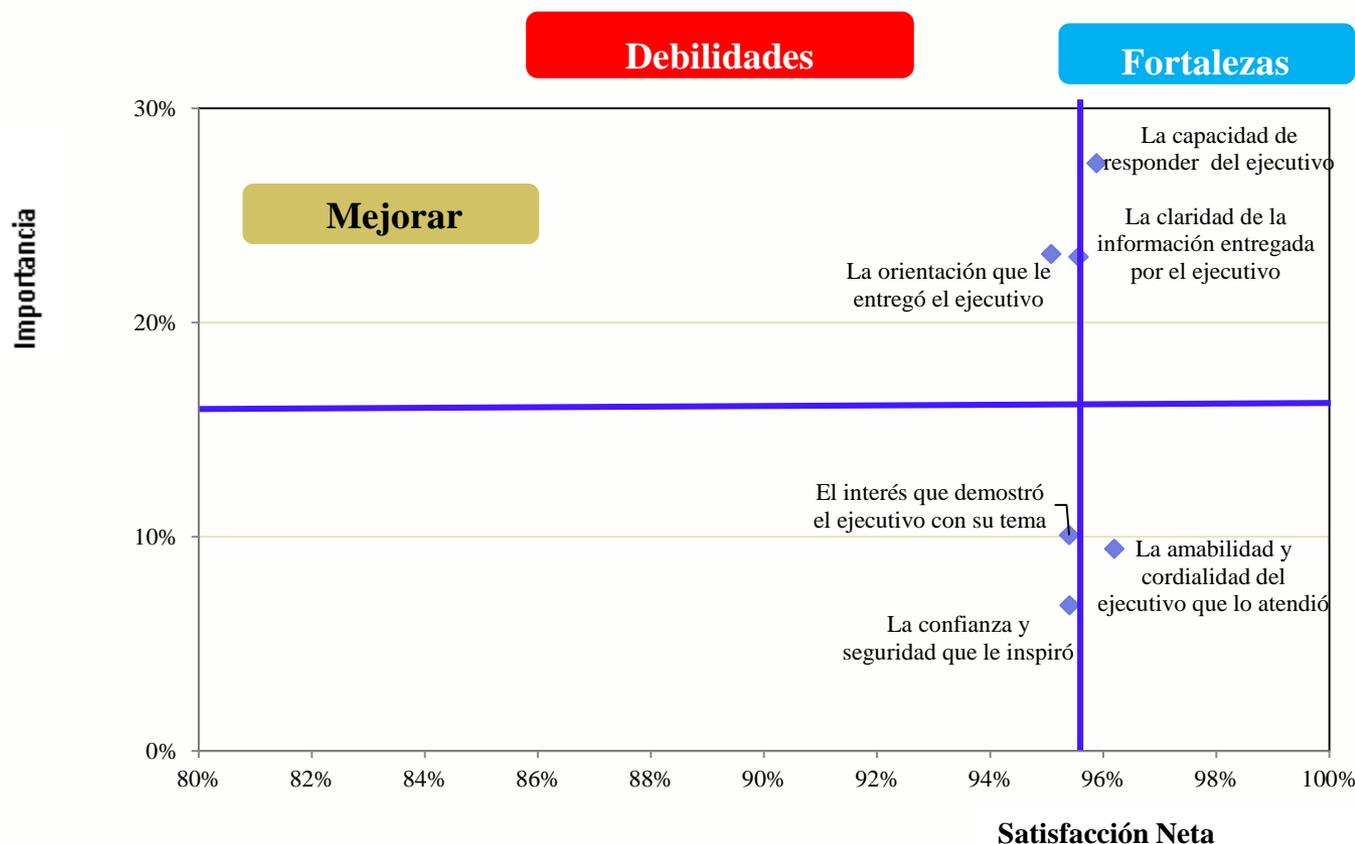


CANAL PRESENCIAL



*“He ido y ha sido rápido, súper cordiales, te explican los documentos...Es todo perfecto allá y después hay que esperar”
(M, Canales atención).*

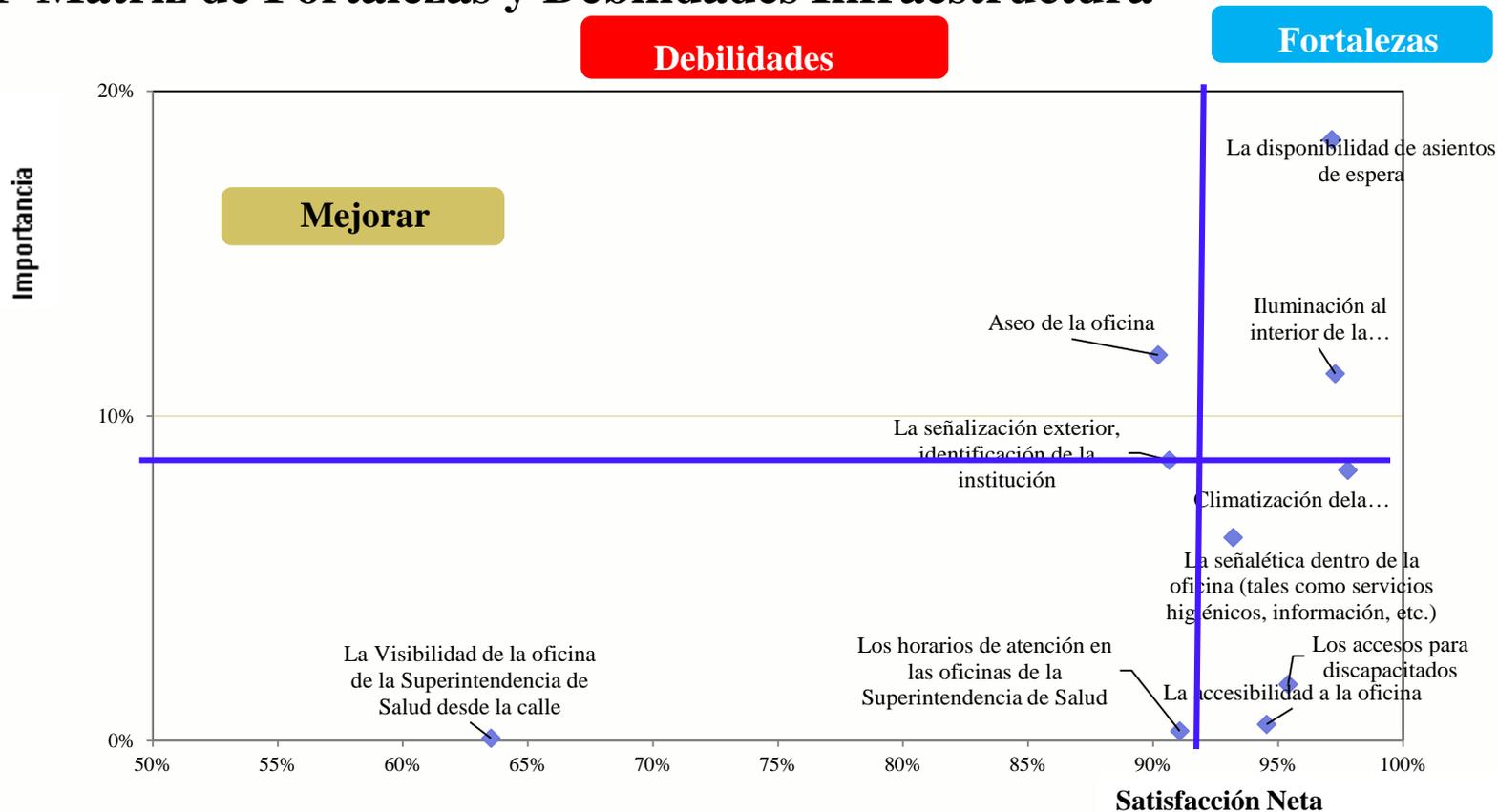
1.2 Matriz de Fortalezas y Debilidades Atención Ejecutivo



El atributo “La capacidad de responder del ejecutivo” tiene a la vez, una alta importancia y una alta Satisfacción Neta, por lo que es una de las fortalezas de la Dimensión.

Por otro lado “La orientación que le entregó el ejecutivo”, que si bien obtiene una alta Satisfacción Neta, está por debajo de la media y con una alta importancia, por lo que es un aspecto a mejorar dado su impacto.

2.1 Matriz de Fortalezas y Debilidades Infraestructura



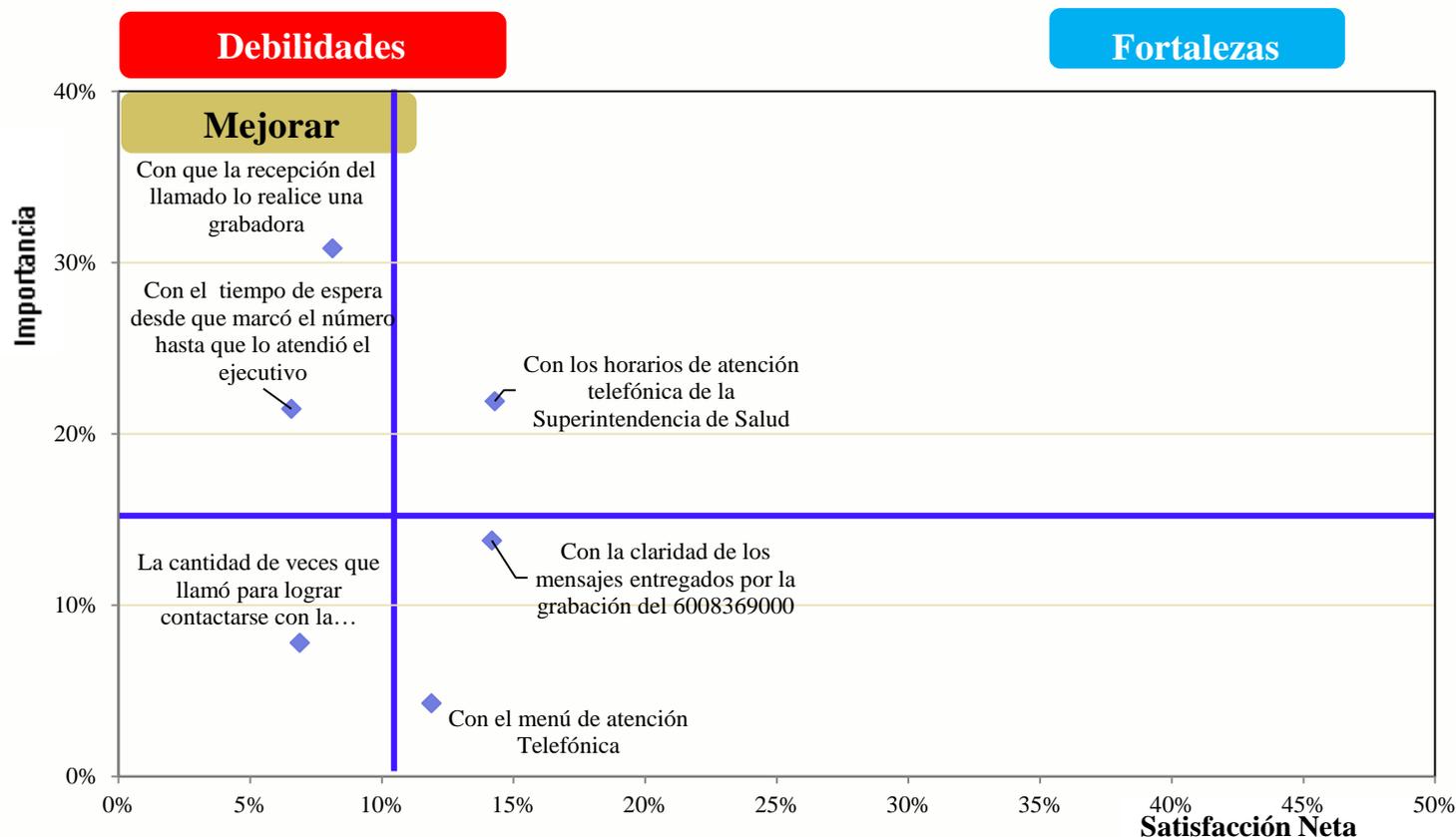
De los doce atributos asociados a la Infraestructura, los atributos “Disponibilidad de asientos” e “iluminación al interior de la oficina” son los atributos con mayor importancia y mayor satisfacción, por tanto son considerados Fortalezas en la dimensión Infraestructura. Por otro lado, “Aseo de la oficina” y “Señalización exterior” presentan importancias superiores a la media y Satisfacción Neta inferior, por lo tanto, son aspectos a mejorar. El atributo “Visibilidad de la oficina...” tiene una baja Satisfacción Neta, pero no tiene incidencia en la Satisfacción Global.

CANAL CALL CENTER



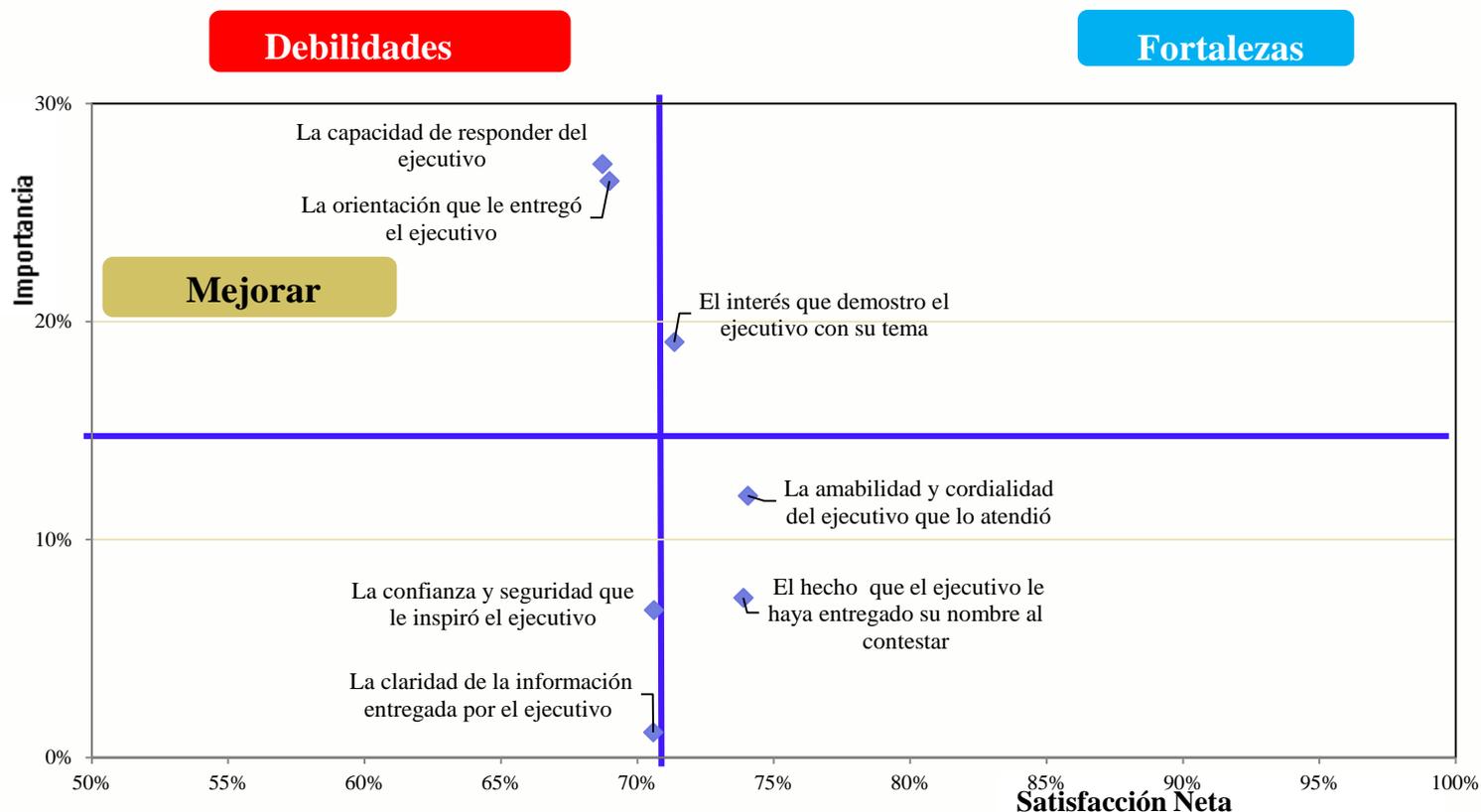
“Es más rápido, “Tengo tal duda”, te lo resuelven de inmediato. Pero estar escribiendo en la web cada vez que se te ocurra una duda, es un poco más demoroso”
(M, Canales atención).

1.1 Matriz de Fortalezas y Debilidades Línea 600



Los atributos “Con que la recepción del llamado lo realice una grabadora” y “El tiempo de espera desde que marcó...” son los dos atributos importantes con baja Satisfacción Neta que debieran ser mejorados.

2.1 Matriz de Fortalezas y Debilidades Atención Ejecutivo



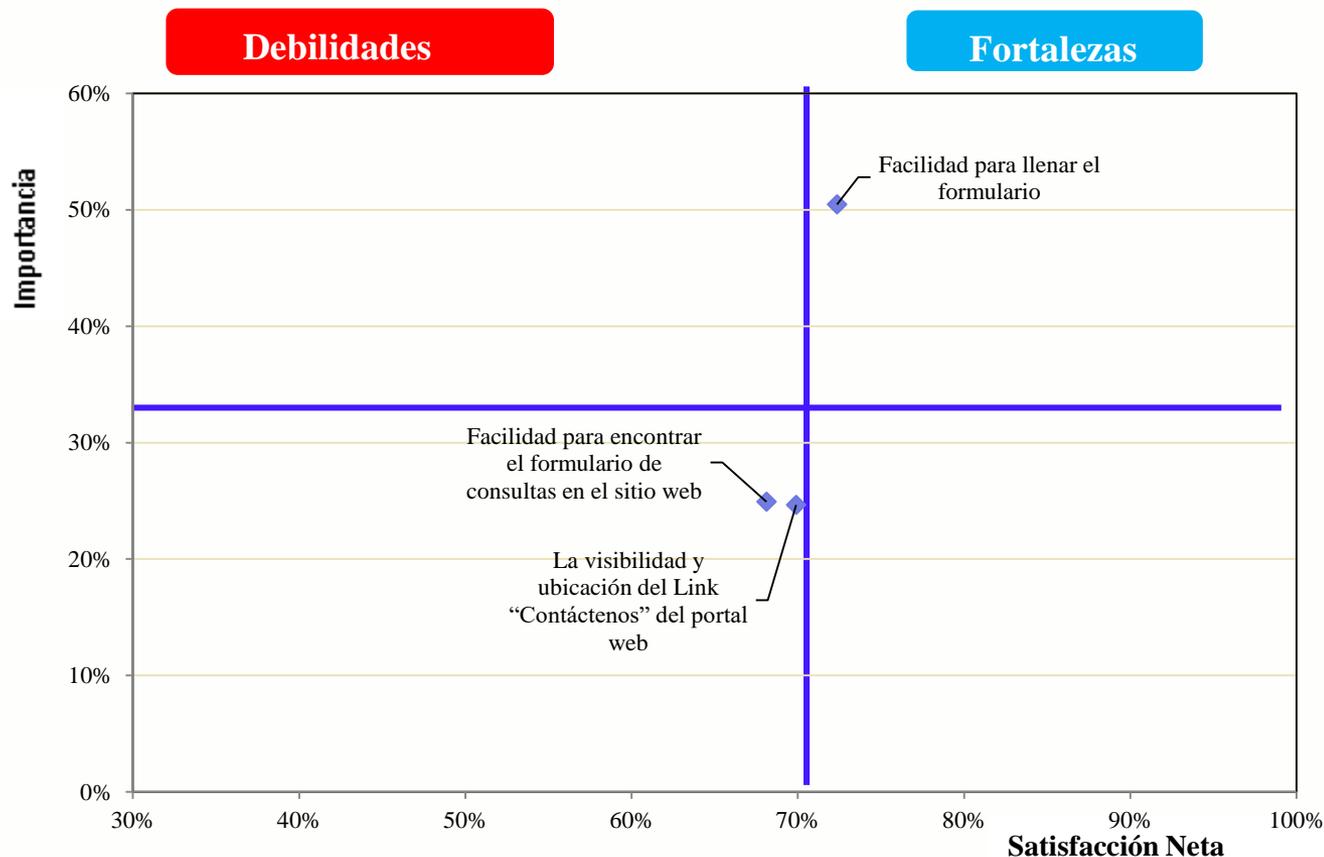
Todos los atributos están relativamente concentrados en una Satisfacción Neta que ronda el 70%, sin embargo, el impacto que tienen sobre la Satisfacción General determina las debilidades donde se deben concentrar los esfuerzos de mejora.

CANAL WEB



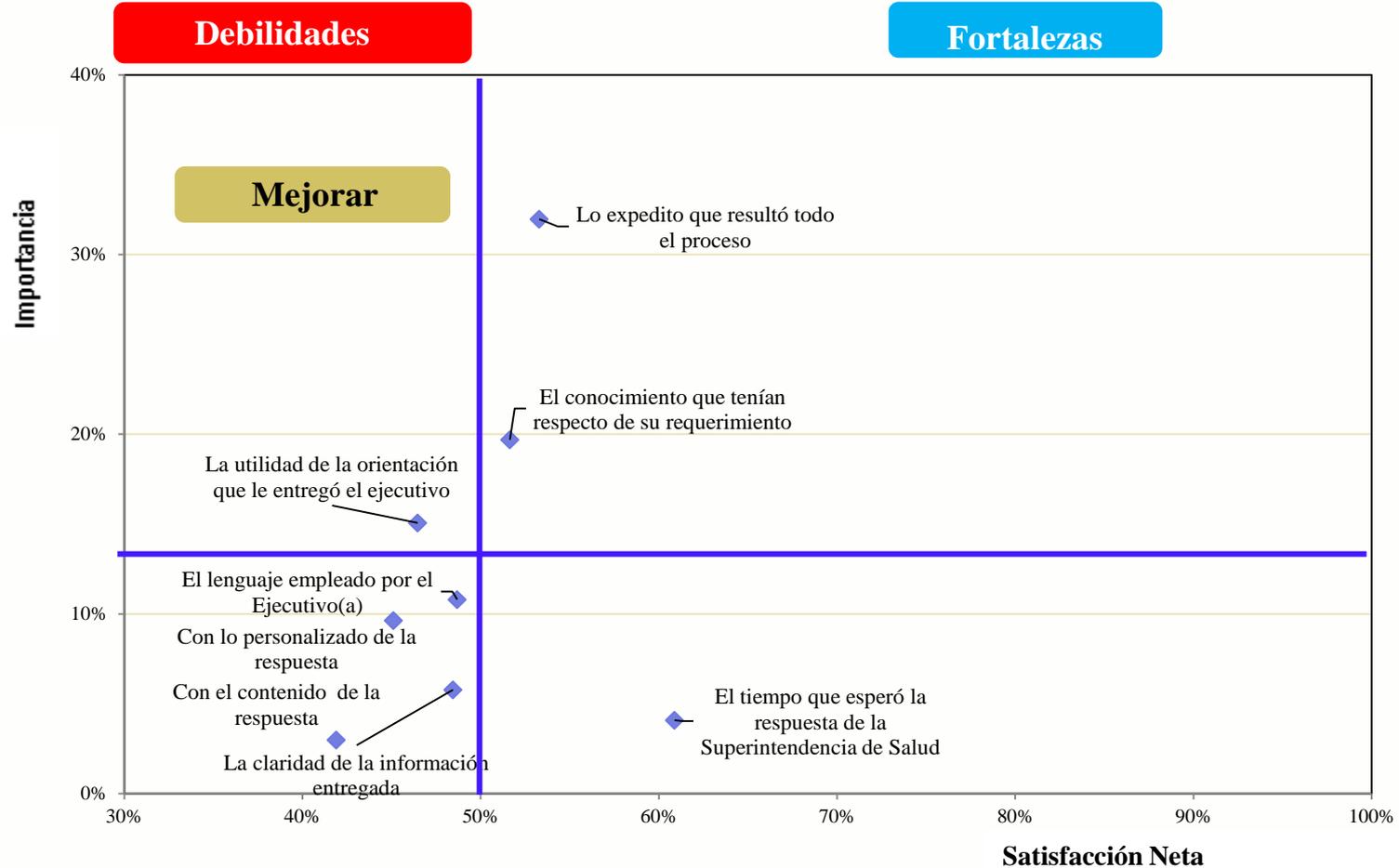
Es más fácil(Web), no tengo que andar pagando locomoción” (H, Canales atención).

1.1 Matriz de Fortalezas y Debilidades Formulario Web



El atributo “Facilidad para llenar el formulario” es el más importante y tiene la mayor Satisfacción Neta, en tanto los otros dos atributos tienen una satisfacción menor al promedio, pero de menor impacto, por lo que no constituyen una debilidad.

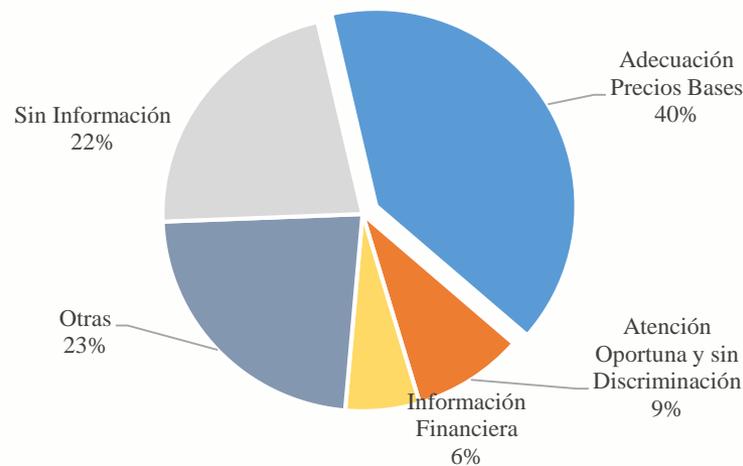
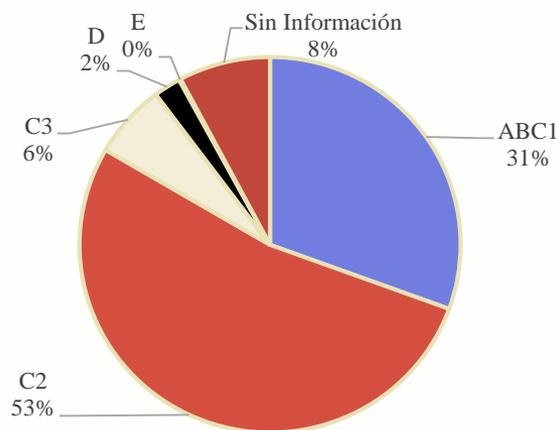
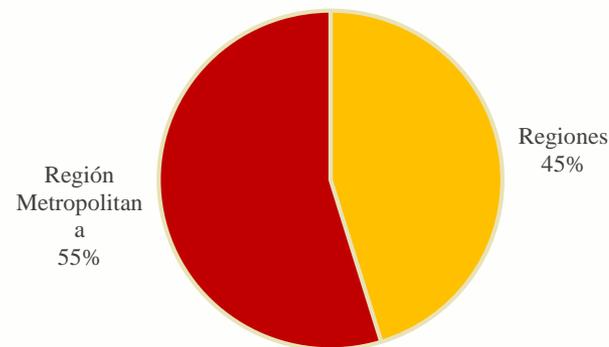
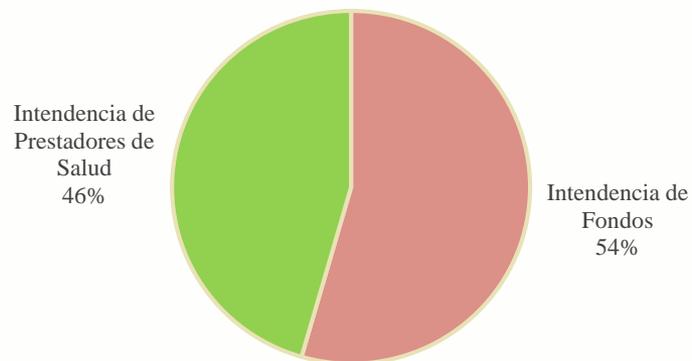
2.1 Matriz de Fortalezas y Debilidades Atención Web



“Lo expedito que resultó todo el proceso” es una fortaleza del servicio, por otra parte, “La utilidad de la orientación que le entregó el ejecutivo” se presenta como la única debilidad a mejorar.

GESTIÓN DE RECLAMOS CONSOLIDADO

1. Caracterización de la Muestra. Base 694.

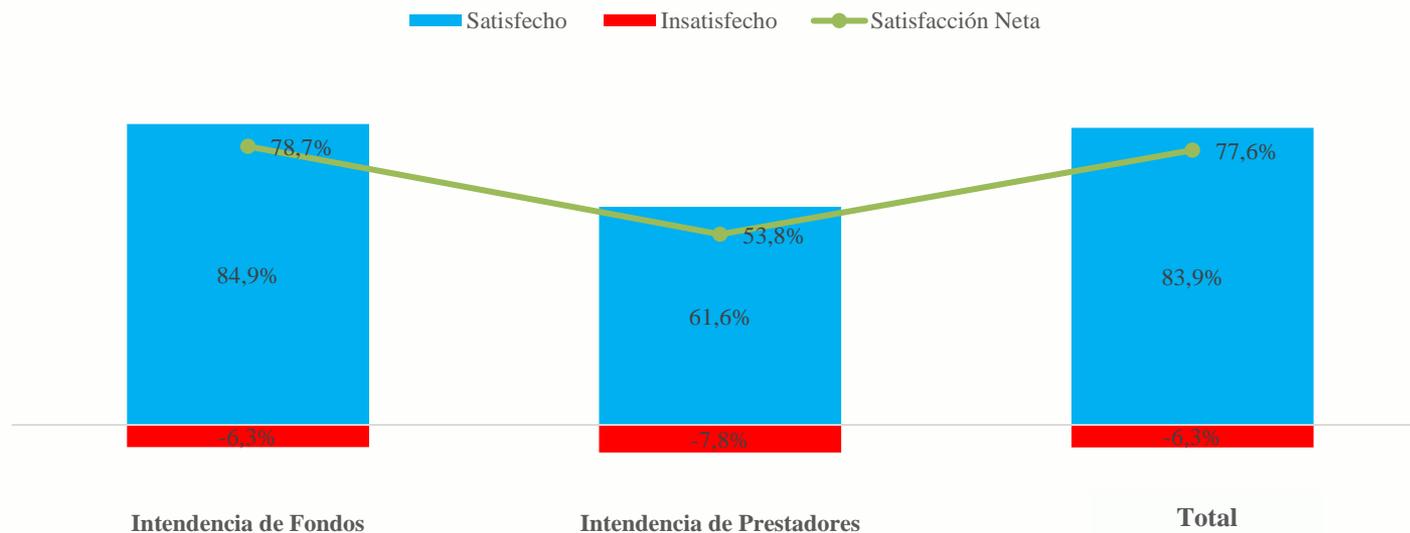


SATISFACCIÓN USUARIOS GESTIÓN DE RECLAMOS CONSOLIDADO



“Yo no entendí nada, tuve que hablar con un amigo, que es abogado, porque venía todo demasiado técnico. Le tuve que preguntar si era apelable esto o no. Él me dijo “Esto no es apelable” ... para mí era chino” (H, Reclamos).

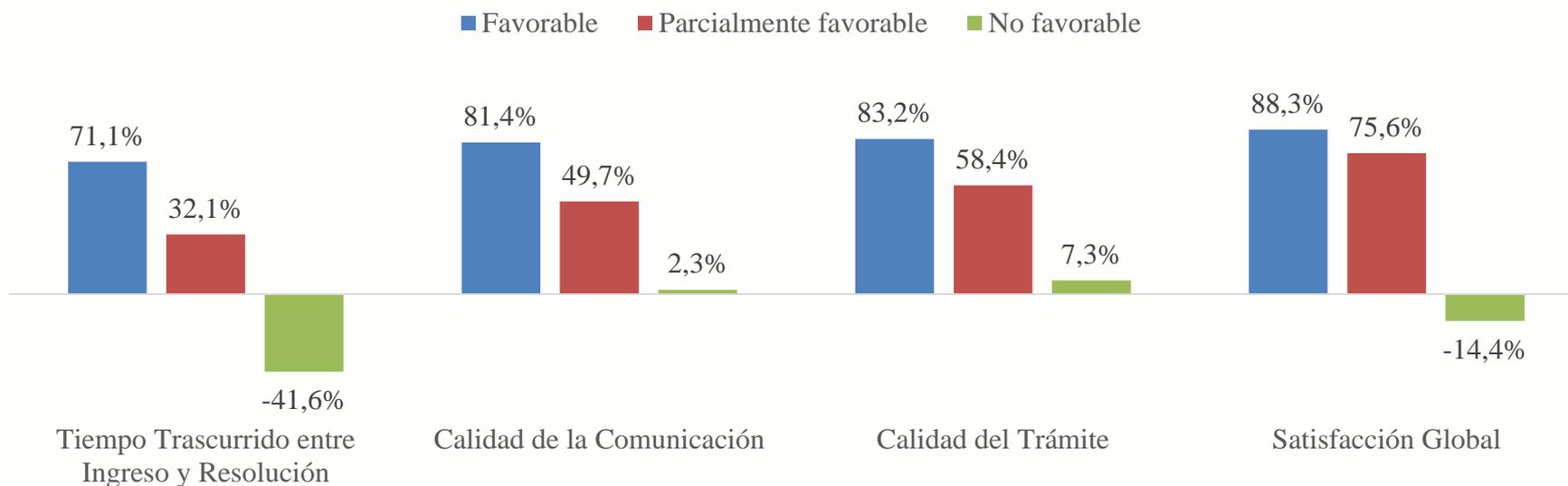
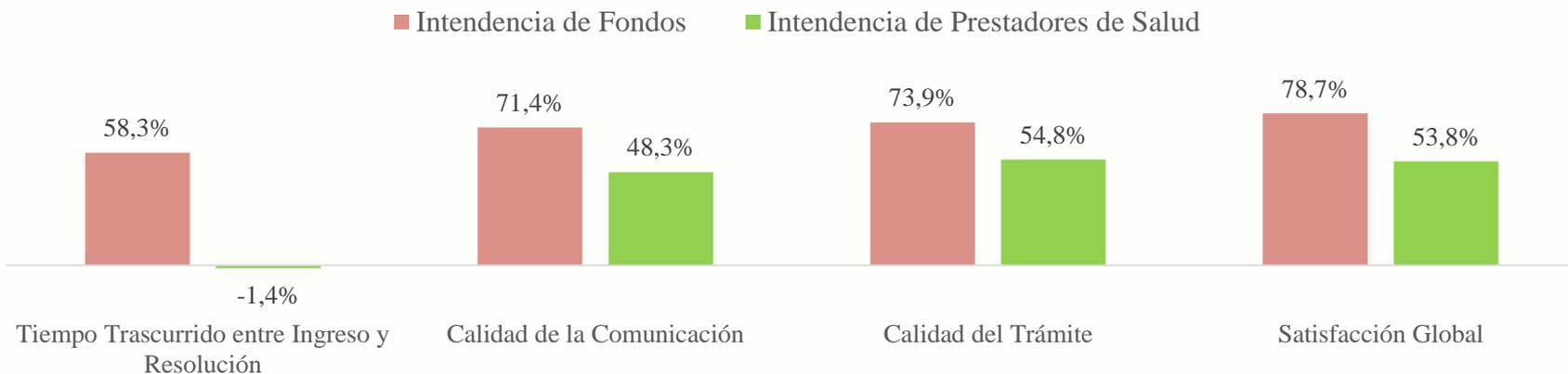
1. Satisfacción Gestión de Reclamos. Base:697



Promedio	6.2	5.6	6.2
Muestra Efectiva	378	316	694
Muestra Ponderada	668	29	697

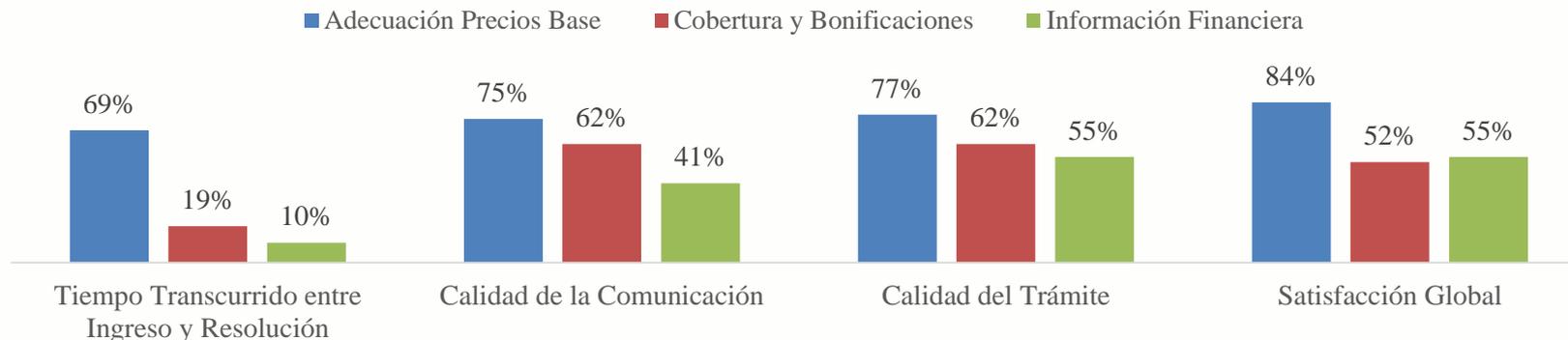
2.2 Satisfacción Neta Gestión de Reclamos.

Base:697

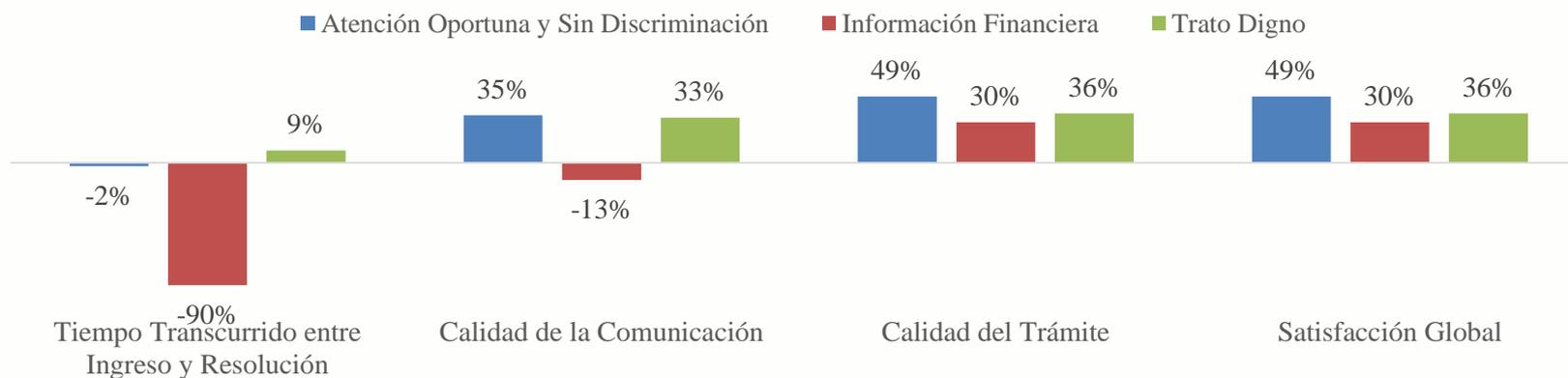


2.6 Satisfacción Neta Gestión de Reclamos según Materia del Reclamo.

Usuarios Isapre Base: 537 (Muestra No Ponderada)

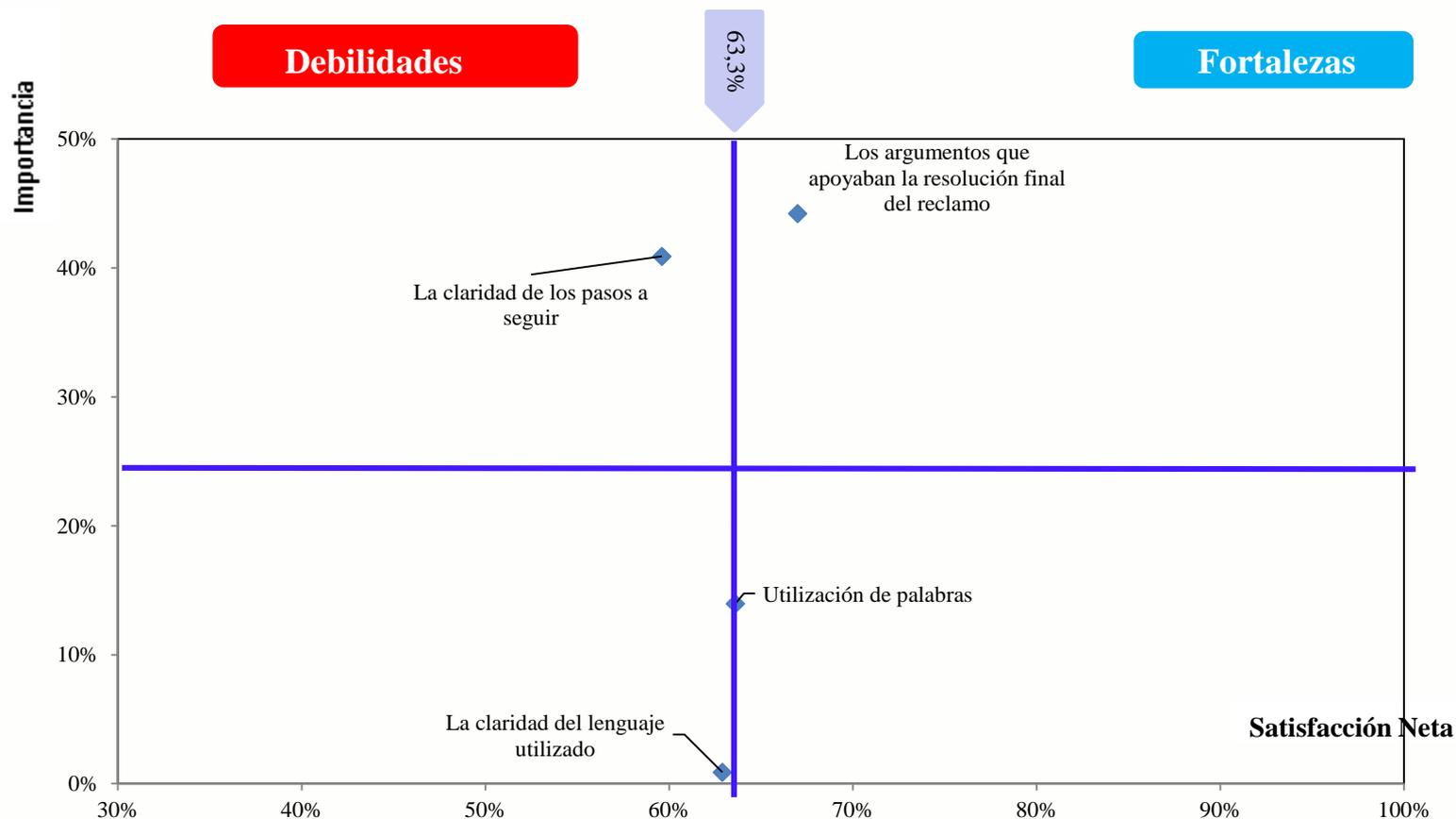


Usuarios Fonasa Base: 123 (Muestra No Ponderada)



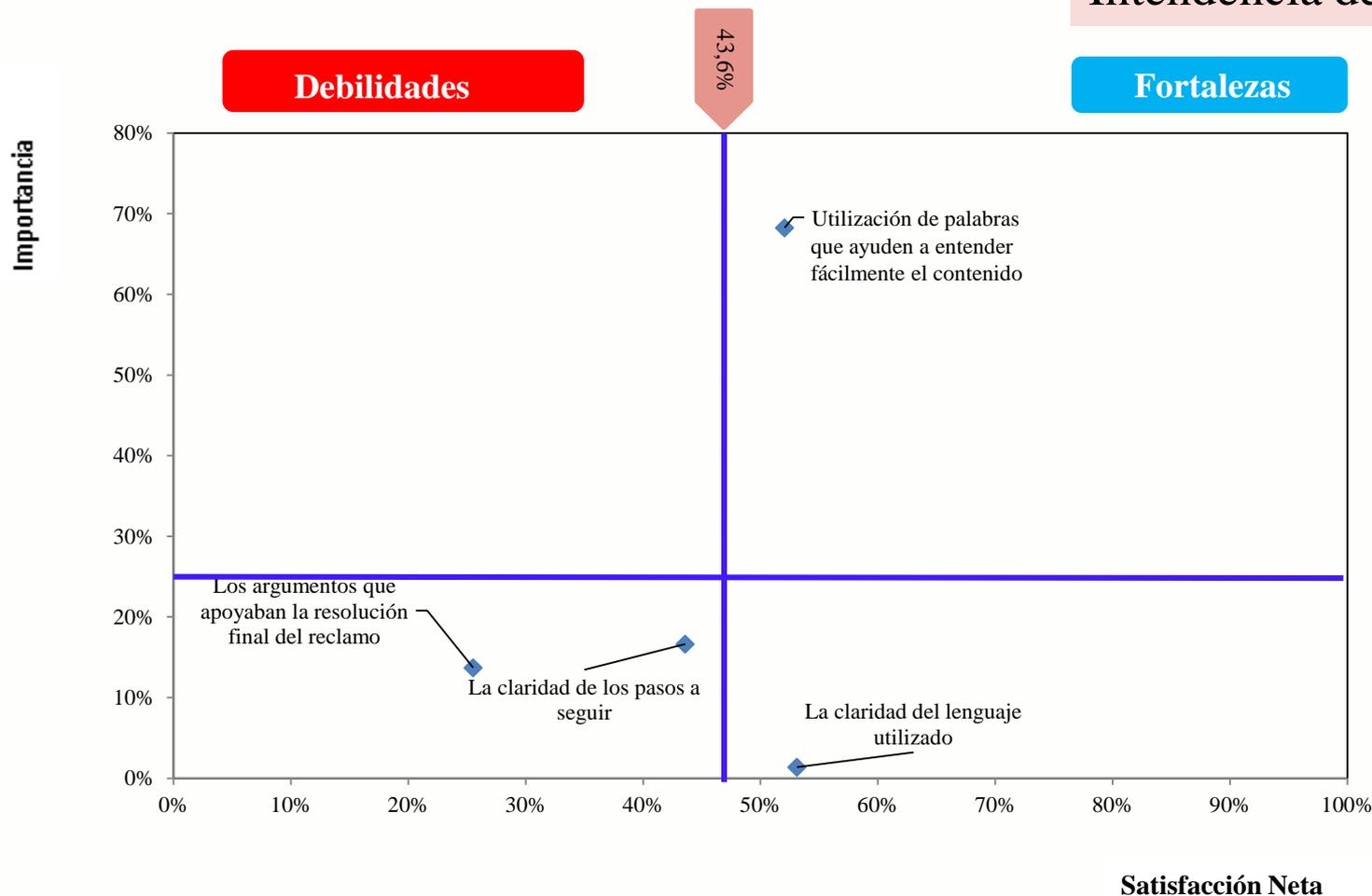
Matriz de Fortalezas y Debilidades Gestión de Reclamos- Calidad de la Información

Intendencia de Fondos



Matriz de Fortalezas y Debilidades Gestión de Reclamos- Calidad de la Información

Intendencia de Prestadores

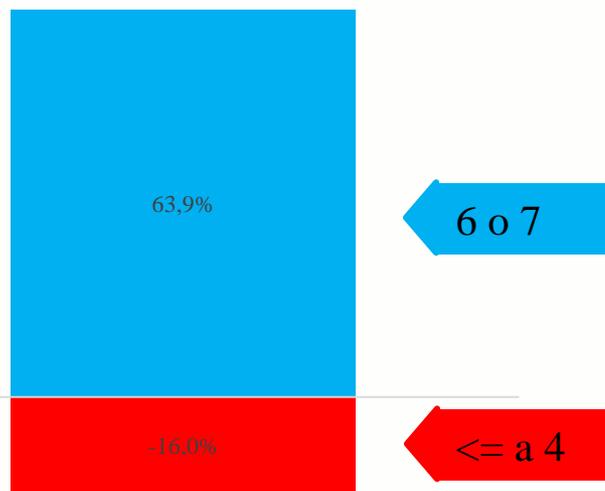


6. Qué tanto recomendaría acudir a realizar un Reclamo.

Base:697

Escala de 1 a 7

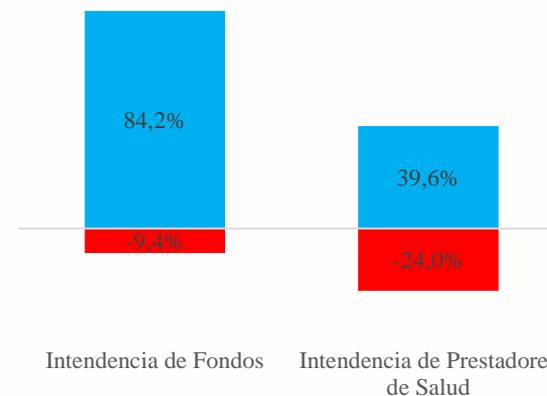
■ Recomendaría ■ No recomendaría



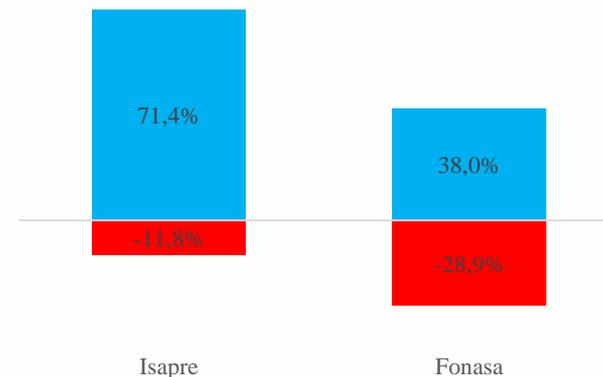
Qué tanto recomendaría Ud. acudir a la Superintendencia de Salud a realizar un reclamo

El 63,9% de los usuarios que han presentado un Reclamo a la Superintendencia de Salud lo recomendaría a otra persona.

■ Recomendaría ■ No recomendaría



■ Recomendaría ■ No recomendaría



PRINCIPALES CONCLUSIONES

Conclusiones

- La **sucursal** es el canal de atención que presenta mejor funcionamiento en comparación al sitio web y call center. Las **fortalezas** se enfocan en la **atención del ejecutivo**, actitud amable, disposición a escuchar, explicar y orientar, claridad en la entrega de la información. La **mayor crítica** es que dichos **ejecutivos no manejan información en profundidad** para dar luces de la etapa y avance en que se encuentra el reclamo.
- Existe un perfil de usuario que utiliza principalmente el canal de **sucursal**, “analfabeto digital”, **poco familiarizado** con el **uso del computador e Internet**. Su expectativa es que pueda ser **asesorado y acompañado por un ejecutivo en todos los trámites y funciones que haya que hacer vía online**. En ocasiones no se dispone de familiares o cercanos que puedan guiarlos en sus domicilios.
- La **mayor crítica al canal de call center** es el tiempo prolongado de espera para ser atendido por un ejecutivo. La mayor **fortaleza** es la **atención del ejecutivo, actitud amable y empática, disposición a escuchar, explicar y orientar**.
- La principal **debilidad del sitio web** es que la experiencia de usabilidad no **logra ser amigable e intuitiva para llegar a lo que se busca**. No obstante, resulta **fácil llenar los formularios**, así como se destaca la **posibilidad de hacer seguimiento del caso vía online**.

Conclusiones

- Las críticas más fuertes hacia la Superintendencia de Salud **no se enfocan en los canales de atención** sino en el proceso de **gestión interna de los reclamos**.
- **En este contexto las debilidades** que se mencionan con mayor fuerza son, por un lado la **información deficiente obtenida a través del seguimiento** que no permite identificar el grado de avance del reclamo lo que va generando descontento, incertidumbre y ansiedad en el público. Resulta muy atractivo para el usuario que se le vaya comunicando por cada una de las etapas internas por las que va pasando el caso.
- En otro aspecto se critica la **lentitud para entregar la resolución o sentencia final** del caso, lo que hace teñir de burocracia a la institución.
- Se deja entrever en todo el discurso de los usuarios la necesidad imperiosa de poder **conversar con un funcionario que maneje más información que la que entrega el ejecutivo de atención de sucursal**. Resulta **muy atractivo tener la opción de poder acceder a reunirse con el profesional que lleva el caso** del reclamo, pero la mayoría de las personas desconocen esta instancia. Se hace relevante poder estandarizar la comunicación de este servicio en sucursal.