

ESTUDIO IMAGEN Y PERCEPCIÓN DEL PORTAL WEB DE LA CAMARA CHILENA DE LA CONSTRUCCIÓN



CONSULTORAS :

Continente Seis S.A.

ProQualitas Chile S.A.

Noviembre, 2001

CCCI

Índice

Antecedentes	3
Objetivos.....	3
Metodología.....	3
Alcance del Estudio.....	5
Presentación de Resultados.....	6
Conclusiones generales.....	32
Línea de Acción prioritarias	49
Ejes de acción a seguir.....	50

I. Antecedentes

La Cámara Chilena de la Construcción, a través del encargado de Comunicaciones y Administración del Sitio Web, el Sr. Enrique Cordovez Perez, se solicita un estudio cualitativo para conocer la imagen y percepción del portal de la organización gremial. Dicha petición se realiza a las consultoras externas, Continente Seis y ProQualitas Chile S.A.

El período de estudio comienza con una primera etapa de recolección de información y definición de categorías de análisis en conjunto con el equipo de trabajo responsable del funcionamiento de la página web. Posteriormente se comienza el período de levantamiento de información a través de las entrevistas grupales realizadas en las dependencias del edificio corporativo de la C.Ch.C., y en la última etapa, el procesamiento y análisis de información. El tiempo de duración del estudio es de tres meses.

La Cámara Chilena de la Construcción se define como responsable de la elección de los participantes de los focus group guiada por una pauta de selección determinada por los consultores externos.

II. Objetivos del estudio

El objetivo general se define como eje del estudio, el cual busca conocer la imagen y percepción del portal de la Cámara Chilena de la Construcción en socios pasivos y activos, usuarios y no usuarios, a fin de identificar focos de mejora en el servicio e incrementar el uso del portal en este grupo objetivo.

Como objetivos específicos se precisan, identificar el perfil del usuario de la página web de la organización, reconocer los elementos que promueven y obstaculizan el uso del portal, conocer la valoración de la página web en socios pasivos y activos, usuarios y no usuario, identificar propuestas de servicio y/o producto a través de ellas, y por último proponer focos de mejora y líneas de acción para una redefinición del servicio del portal de la C.Ch.C.

III. Metodología

Se realiza un estudio cualitativo el cual cumple con su carácter de exploratorio y permite profundizar de manera descriptiva sobre los elementos a analizar.

La muestra teórica se diseña sobre la base de dos variables, sector empresarial y tamaño de la empresa. La misma es intencional y proporcional a cada sector. Posteriormente se entrecruza estas variables con su condición de socio activo y socio pasivo. En total se definen cuatro grupos objetivos: socios activos usuarios, socios activos no usuarios, socios pasivos usuarios y socios ~~activos~~ pasivos no usuarios.

Los participantes de los focus group son elegidos de acuerdo a su representatividad de los grupos objetivos definidos y a su condición de tomadores de decisiones dentro de la empresa.

El focus group se elige como técnica de investigación cualitativa para este estudio. Esta técnica brinda una aproximación en profundidad sobre las concepciones compartidas y contradictorias de los entrevistados. Se emplea la técnica de facilitación, la cual busca coordinar y guiar a las personas a participar en las respuestas de los ítems de las preguntas. Otra técnica empleada es la proyectiva, la cual se busca que los entrevistados se expresen expectativas y necesidades identificándose en otros. De este modo, se contraponen los aspectos reales y deseados de las personas.

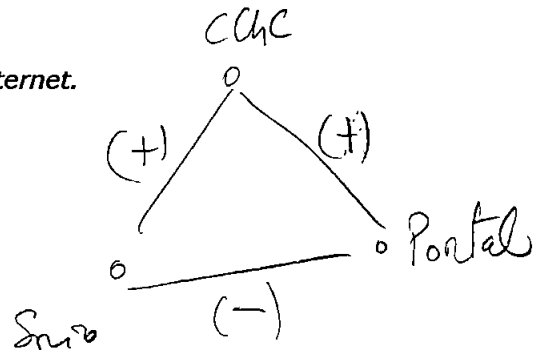
Se realizan dos ejercicios, uno visual, en el cual los entrevistados se los expone a tres opciones de páginas web (emol, Biblioteca Nacional de Chile y Fundación Española) que cumplan con criterios de estética, información/contenido y utilidad del servicio. Posteriormente, se introduce la página del portal de la C.Ch.C., para conocer su percepción. En segundo lugar, un ejercicio práctico, en el cual se administra un formulario para que los entrevistados enfatizen los elementos más importantes a ser incorporados en el diseño de una página web.

Al finalizar la sesión se administra un cuestionario tecnológico, el cual busca explorar sobre la infraestructura tecnológica de los socios. En este sentido, esta muestra no es representativa para realizar estudios cuantitativos, sin embargo, arroja datos interesantes como aproximación de la realidad.

- *Definición de categorías y dimensiones de análisis:*

Se distinguen tres categorías con sus correspondientes dimensiones que se conforman como ejes del estudio y de las pautas de las entrevistas. Los mismos fueron definidos en conjunto con el cliente.

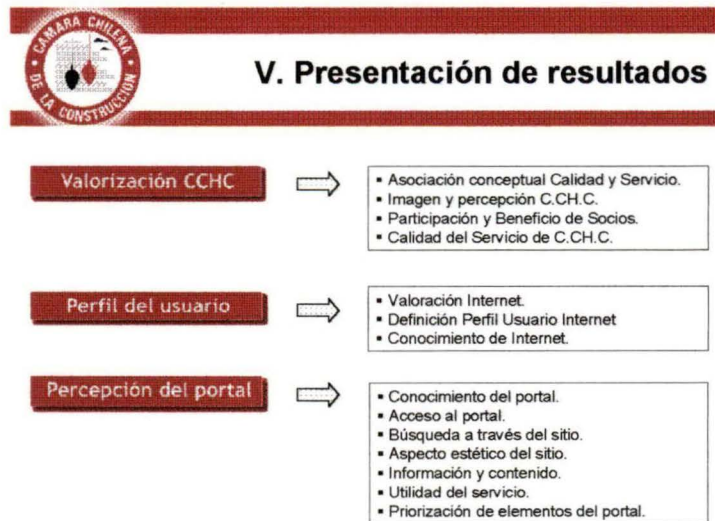
- *Valorización de la C.Ch.C*
 - *Asociación conceptual a Calidad y Servicio.*
 - *Imagen y percepción C.Ch.C.*
 - *Participación y Beneficio del Socio.*
 - *Calidad del Servicio de C.Ch.C.*
- *Perfil del Usuario*
 - *Valoración de Internet.*
 - *Definición del Perfil del Usuario de Internet.*
 - *Conocimiento de Internet.*
- *Percepción del portal C.Ch.C.*
 - *Conocimiento del portal.*
 - *Acceso al portal.*
 - *Búsqueda a través del sitio.*
 - *Aspecto estético del sitio.*
 - *Información y contenido.*
 - *Utilidad del servicio.*
 - *Priorización de elementos.*



IV. Alcance del estudio

Se realizaron en total tres de los cuatro focus group planificados. El grupo de "socios pasivos no usuarios", no pudo ser entrevistados por la existencia de inconvenientes para su convocatoria. No obstante, el estudio cumple con el objetivo inicial de conocer la percepción del portal y las líneas de acción para mejorar la calidad del servicio y el alcance del mismo.

V. Presentación de resultados.



De acuerdo al resultado y análisis de la información, los socios activos y pasivos asocian el concepto de "calidad" en general a control, eficiencia, símbolo de liderazgo, confiabilidad y duración limitada de un producto.

En cuanto a "servicio", lo relacionan a fidelidad de los clientes, en el sentido que al recibir mejor servicio los clientes siguen consumiendo determinados productos, lo consideran algo intangible, directamente ligado a la eficiencia de la etapa de

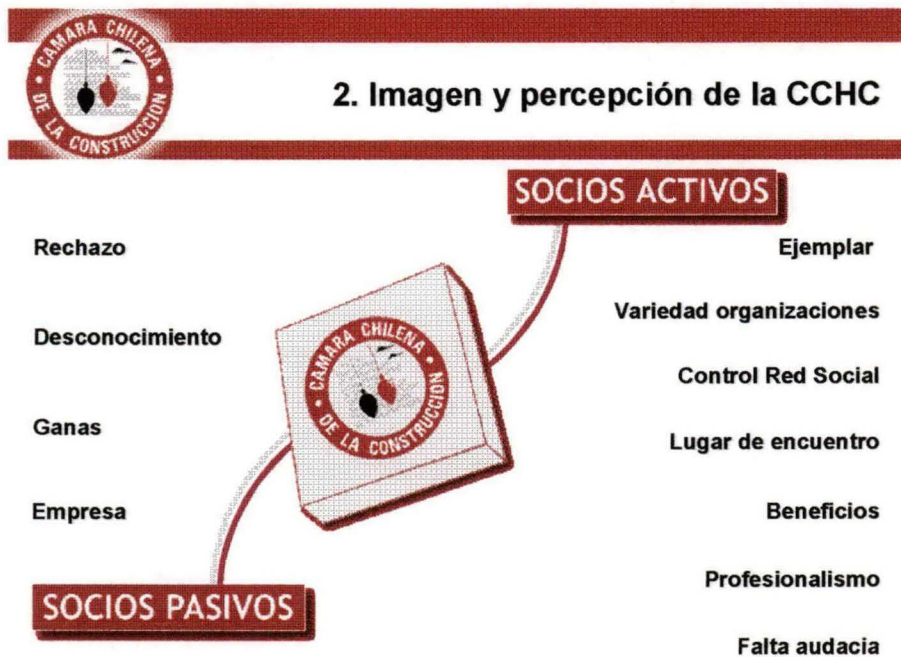
postventa, es algo que permite la diferenciación de los productos en el mercado y busca estar dirigido a un cliente personalizado. El servicio, siguiendo con la percepción general de los entrevistados, se desarrolla gracias al avance tecnológico y como un medio de apoyo al quehacer cotidiano. Un buen servicio permite la permanencia de las en los mercados, y se expresa como un catalizador de compra. Sin embargo, se lo asocia a poca vocación de servicio en Chile y como antónimo de burocracia.

Hipótesis de trabajo

El desarrollo tecnológico permite mejorar la calidad del servicio de atención al cliente (pero su existencia no determina la eficiencia del mismo.)

Citas

"Yo creo que es una razón de ser, de permanencia de nuestras empresas y de nuestras actividades "



Los socios activos señalan que la Cámara Chilena de la Construcción la asocian con la imagen de un organismo gremial, ejemplar a nivel nacional e internacional, integrado por una variedad de organizaciones con y sin fines de lucro, éstas

responden a intereses económicos y al mismo tiempo, intereses sociales. Destacan en este sentido, que la C.Ch.C tiene una fuerte presencia de la Red Social.

Por otra parte, manifiestan que la C.Ch.C. se define como un lugar de encuentro, en lo social como laboral, una instancia de conexión con pares y clientes del sector de la construcción. Esta instancia les brinda beneficios a los socios pero depende de la participación directa que tengan en la organización.

Por medio de ellas, los socios señalan intercambiar experiencias y conocimiento básicamente de mercados y aspectos jurídicos. Sin embargo, los socios activos expresan que existe poca audacia de parte de la C.Ch.C. para responder a los intereses y defenderlos frente al Estado.

Ampliando su visión, los socios pasivos ven a la C.Ch.C. como una empresa grande y los socios activos destacan que los demás socios tienen rechazo a la parte gremial, sin embargo, y de acuerdo por lo expresado por los socios pasivos éstos manifiestan tener ganas de participar pero no lo han hecho por desconocer los ámbitos más amplios de encuentro.

Hipótesis de trabajo:

La C.Ch.C representa un gran organismo de interacción del sector de la construcción de prestigio a nivel nacional e internacional.

La C.Ch.C. es una organización ligada a los negocios y a los aspectos gremiales.

No existe un sistema de promoción y comunicación de los servicios para incrementar la participación de socios potenciales.

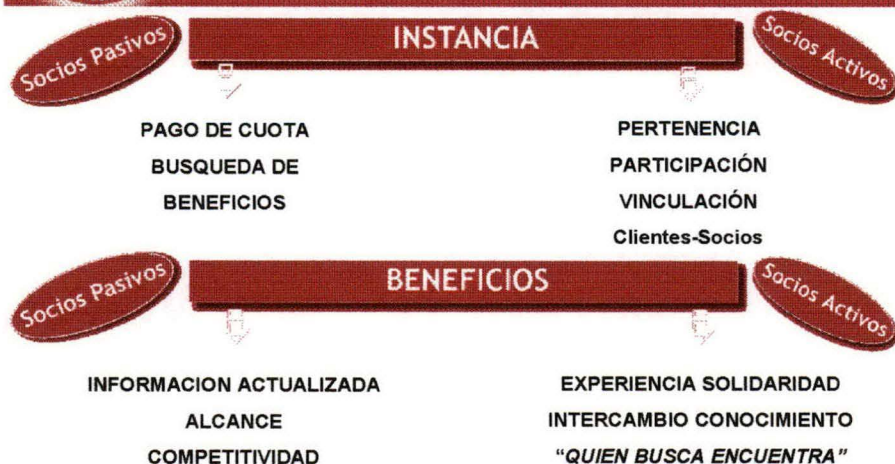
La C.Ch.C. requiere de socios activos para su funcionamiento.

Citas

"Yo lo he dicho en otras oportunidades, Cámara Chilena de la Construcción es un organismo gremial ejemplar en Chile y en el mundo, yo me siento extremadamente bien, contento de estar trabajando en una organización de la calidad de esta, que no tiene paralelo en todo el mundo"



3. Participación y beneficios Socios



La C.Ch.C. representa una instancia de participación tanto para socios activos como socios no activos. Para el primer grupo, esto implica que se sienten parte de la organización a partir de una actitud de vinculación e interacción con los demás clientes y socios. Los beneficios que la interacción les brinda son de intercambio de experiencias y conocimiento en el área de la construcción, destacándose que para encontrar resultados es importante tener una actitud activa dentro de la organización. Los socios activos manifiestan que la C.Ch.C. representa para los socios pasivos una instancia de participación a través del pago de las cuotas y básicamente participan para obtener beneficios económicos.

Hipótesis de trabajo


Los socios activos encuentran en la Cámara Chilena de la Construcción un beneficio social más que económico, contrariamente al caso de los socios pasivos. (según activos)

El socio para obtener beneficios en el servicio que le brinda la C.Ch.C debe participar activamente en las actividades de la organización.

Cita

"...Pienso que es un lugar de encuentro, donde la gente puede tener dos motivos principales, ..un motivo de recibir y un motivo de aportar, pienso que en ese sentido, uno puede transmitir experiencias de las buenas y de las malas, para que beneficien a otros y a la vez otros también pueden entregar vivencias e información que también pueden servir desde un punto de vista de la actividad que uno está desarrollando, que es la construcción ..."

"Creo que el servicio que da la cámara, depende de la persona que busca el servicio, porque si uno busca dentro de la cámara, encuentra. Quizás la información no te llega siempre a tu escritorio, pero en medida que si hemos tenido problemas gremiales, al traerlo, al conseguir cosas en el SERVIU, en los organismos, en el MOP, si uno quiere, lo consigue, pero también es parte de cada persona que está en el tema .."



4. Calidad del Servicio CCHC

Boletín Estadístico

Información brindada tiene calidad porque proviene de la CCHC sin embargo en la práctica es poco confiable

Lentitud para acceder al boletín >>>

Reemplazo fuente de información en socios (revistas/proveedores)

Mayor confianza en los propios medios de información (proveedores y contratistas)

Información poco relevante "no es buena porque viene todo globalizado"

Información consultada permiso de construcción por comuna y datos estadístico.

Los socios pasivo creen en los datos financieros sin embargo los socios activos desconfían de los precios publicados (y no se publican)

Al analizar la dimensión de la calidad del servicio de la C.Ch.C., se destaca desde los socios que es algo sumamente complejo para evaluar.

Al hacer referencia al Boletín Informativo, los socios activos y pasivos expresan que la información brindada por la C.Ch.C. es de calidad porque esa es la imagen que

les produce la organización. Sin embargo, señalan que en la práctica no la utilizan porque no les resulta confiable algunos datos como los precios publicados y prefieren más otras fuentes de información como proveedores y contratistas, y revistas.

El Boletín tiene varios problemas, según lo identificado por los socios, llega tarde a los socios, la información es poco relevante y tiene un carácter general. La información consultada en el Boletín Informativo son los permisos de construcción por comuna y datos estadísticos en socios activos como pasivos.

Hipótesis de trabajo:

No se aprovecha la instancia de comunicación del Boletín de Información por la falta de satisfacción de información demandada por el usuario, socio activo y pasivo.

La C.Ch.C. tiene una alta imagen de confianza en lo que diga y haga pero al definir la estrategia de actuación, esto no tiene relevancia.

Cita

“Creemos que es muy valioso, ha habido cambios en el formato del boletín, creo que ha ido mejorando...las publicaciones en papel son valiosísimas, mucho del traspaso de información llega por otros medios y entre que llegue la revista a la oficina y pase por un escritorio hasta que alguien se entere, muchas veces es difícil que llegue hasta el escritorio de los profesionales...”



4. Calidad del Servicio CCHC

Red Social

Valoración organizaciones integrantes de la CCHC

Validación del desempeño

Interés puesto en los negocios y en lo social.

Ayuda trabajadores y familia

Defiende intereses organizaciones asociados a la CCHC

Ejemplo nacional e internacional

La apreciación en común que tienen tanto socios activos como pasivos es que la Cámara está integrada por un conjunto de organizaciones que responden a aspectos sociales y económicos estableciendo una red de control a nivel nacional. En ambos casos se valida el buen trabajo, el desempeño y la eficiencia del servicio al tomar como modelo de comparación el brindado por el gobierno nacional.

Hipótesis de trabajo:

Los servicios sociales que brinda la Cámara Chilena de la Construcción son reconocidos tanto por socios activos como pasivos por su calidad y eficiencia.

Cita

"...La preocupación por la gente a eso me refería yo, no hay otra organización en el mundo que haya hecho lo que tiene la red social de la cámara..."



4. Calidad del Servicio CCHC

Acción Gremial

Esfuerzo y Trabajo de los socios activos

Falta de audacia y defensa de los intereses del sector de la
Construcción frente al Estado.

Vocación de servicio

Cultura de participación y trabajo en equipo

Socios encuentran una pérdida de tiempo

Los socios pasivos brindan una imagen de rechazo a las
actividades gremiales

Al hacer referencia a los aspectos gremiales, los socios activos y pasivos manifiestan una gran oposición en su apreciación sobre lo que la acción gremial les significa y la calidad del servicio que se les brinda a partir de su accionar. En este sentido, los socios activos expresan que la Acción Gremial de la Cámara Chilena de la Construcción implica un gran esfuerzo y trabajo. Existe una gran vocación de servicio interno a la organización y un desarrollo de valores de participación, según lo señalado por socios activos. Sin embargo, esto no es suficiente, y expresan que a la Cámara le falta audacia en la defensa de los intereses del sector de la construcción frente a lo que determina el gobierno como prioritario.

Desde la visión de los socios activos, se destaca que los otros socios no tienen una participación activa en la Cámara porque en su mayoría rechazan las actividades gremiales.

Hipótesis de trabajo:

La Cámara de la Construcción no responde plenamente a la defensa de los intereses gremiales de sus asociados.

Cita

"...Se pueden dar un montón de peleas y por eso te decía que no hay audacia en la cámara, sino que es un avanzar más lento, en ese sentido eso mismo que uno se

siente desamparado ante burocracia, como no golpeamos la mesa con fuerza y no logramos convencer a la autoridad de que hay que avanzar en otro sentido, yo mismo participe en la comisión de la anti burocracia y evaluamos ...”



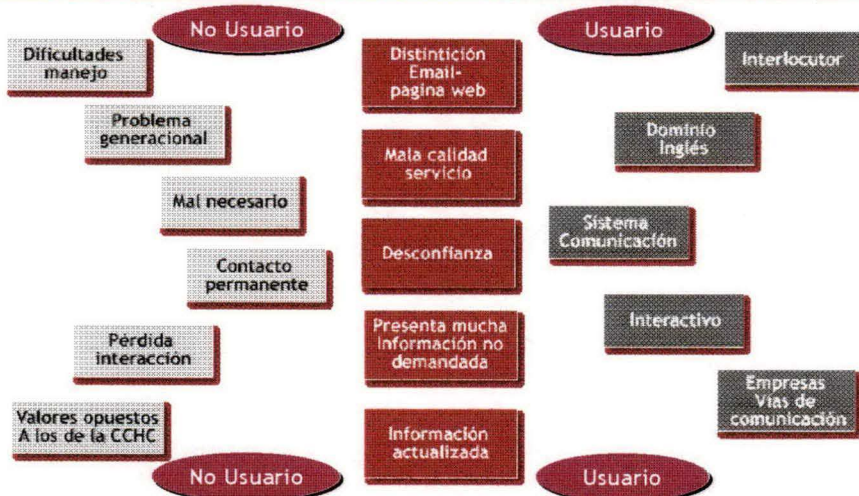
V. Presentación de resultados

Perfil del usuario

1. Valoración Internet.
2. Definición perfil usuario Internet
3. Conocimiento de Internet.



1. Valorización Internet: Usuario VS no Usuario



En la siguiente diapositiva se observa que Internet es valorado según dos percepciones. Tanto usuarios como no usuarios consideran que ésta es una herramienta valiosa ya que les permite mantenerse actualizados con información. Se señala en su interpretación una distinción conceptual y práctica en lo que significa "Internet", refiriéndose por separado a las páginas web y al mail.

Según estas visiones compartidas, en Chile la calidad del servicio de las conexiones de Internet no es buena. Algunas desventajas mencionadas se relacionan a la excesiva cantidad de información en las páginas web que no responde a la demanda y capacidad de recepción de datos e información de las personas, no es una herramienta muy confiable para realizar acciones a través de ella (como comprar y pagar), en este sentido, su uso para transacciones comerciales, pagos y otros genera temores y desconfianza, tanto en usuarios como no usuarios.

iconstruye

Particularmente, los usuarios señalan que Internet significa "el mejor sistema de comunicación", que permite alcanzar la interacción con personas sin comprometer al interlocutor pero para el cual es sumamente importante el dominio del inglés. Profundizando en este sentido, expresan que cada vez más las empresas están

cambiando su lógica de trabajo producto del cambio en las vías tradicionales de comunicación.

En cuanto a la visión que tienen los socios no usuarios, destacan que Internet les significa una "mal necesario" en nuestros días. Presentan grandes dificultades en su manejo porque lo consideran un "problema generacional" de conocimiento de su lógica de funcionamiento. Encuentran un aspecto negativo, y es que Internet genera una pérdida de interacción con las personas, transformándose en un aspecto negativo para los valores concebidos y promocionados por la C.Ch.C. Sin embargo, reconocen que es una herramienta de contacto con la C.Ch.C. ???

Hipótesis de trabajo

Las personas en la cámara valoran la participación e interacción de los socios en ella, en este sentido Internet significa para los no usuarios la pérdida de la cultura dinámica de la Cámara pero para los usuarios el aprovechamiento de otra vía de comunicación más flexible y democrática.

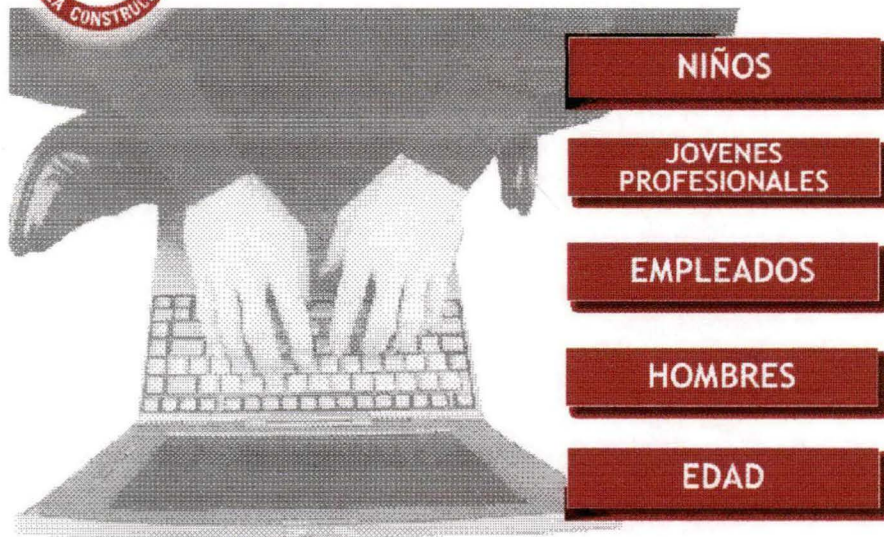
Cita

Al mayor uso de Internet mayor es su valoración.

"...Internet es un mal necesario, cada vez más necesario, pero es un mal. Porque cada vez abre más cosas, más alternativas y uno se empieza a perder. Tratas de buscar algo en Internet y me cuesta mucho el manejo y pierdo un tiempo enorme y si pesco una revista lo voy a encontrar mucho más rápido..."



2. Definición perfil del usuario Internet



Tanto usuarios como no usuarios manifiestan que la edad no es un indicador de exclusión para ser un navegador por Internet. Por lo general, el perfil del usuario de Internet está relacionado con la imagen de niños, jóvenes profesionales, empleados, y en su mayoría relacionado más a hombres que a mujeres.

De acuerdo a lo distinguido por los usuarios y no usuarios, las personas que más trabajan con Internet están vinculadas a puestos de trabajo ligados a la producción e industria en una empresa. Se destaca que los lugares de conexión son la mayor parte del tiempo en horario de oficina.

Hipótesis de trabajo:

La edad no es el único indicador de definición del perfil del usuario de Internet, la disponibilidad de tiempo y el tipo de empleo se complementan con ello.)

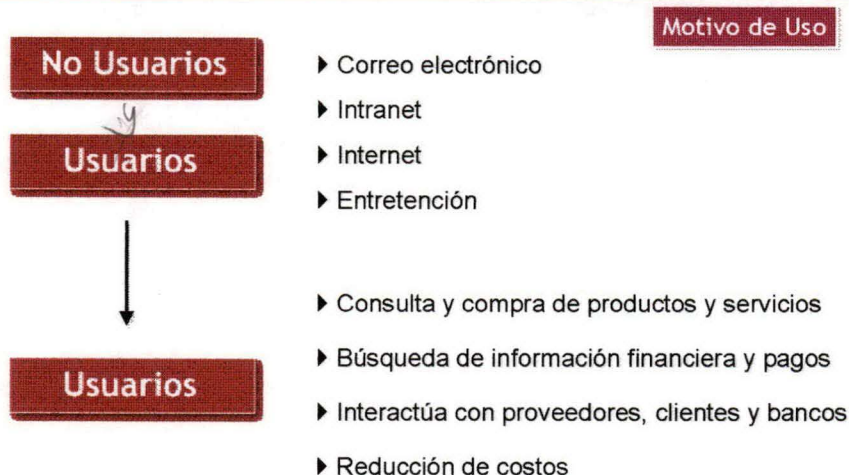
La persona que utiliza Internet, asocia este medio más a correo electrónico que a la navegación por página web.

Cita

"...Hombres innovadores. Probablemente hay una mayor tendencia hacia jóvenes pero no creo que eso sea determinante..."



3. Conocimiento de Internet



El nivel de conocimiento de los entrevistados se reconoce en una primer dimensión a partir del motivo de uso de Internet que tienen tanto usuarios como no usuarios.

En este sentido, se comparten las visiones, ambos conocen y dan uso de correo electrónico, Intranet, Internet para trabajo como para entretención. Tanto usuarios como no usuarios tienen conocimiento básicos del manejo de la herramienta.

En lo que se distinguen, los usuarios de los no usuarios, son algunos motivos de uso y el reconocimiento de los beneficios que brinda Internet, como la realización de consultas y compra de productos y servicios a través de la red, la búsqueda de información financiera y la realización de pagos, el alcance de mayor interacción con proveedores, clientes y bancos que permite reducir los costos económicos y de tiempo.

Hipótesis de trabajo

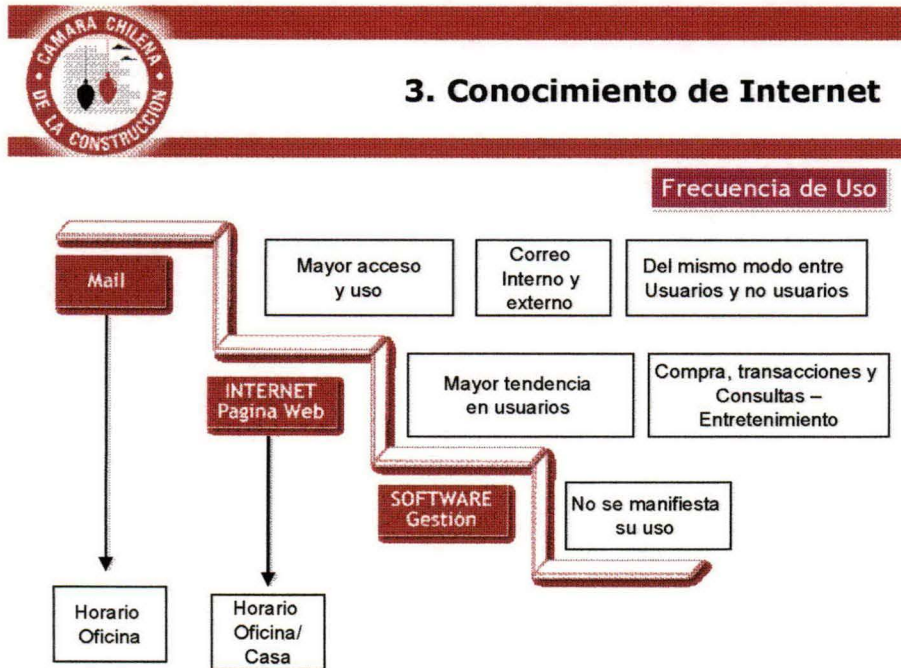
No usuarios tienen más posibilidades en Intranet

Tanto usuarios como no usuarios tienen conocimiento de Internet, en el primer caso reconocen en mayor medida el abanico de beneficios que les puede brindar el

servicio pero no tienen pleno conocimiento de su uso y en los no usuarios, no se reconocen los beneficios por el poco conocimiento de Internet.

Cita

"...Para mi trabajo, no uso Internet, a no ser para el diario, pero para eso tengo tiempo en la casa, no en la oficina. Eso en mí oficina. En las áreas de producción sé que lo utilizan bastante, para buscar productos, proveedores..."



El conocimiento de Internet es en esta diapositiva representa la dimensión de frecuencia de uso de Internet, esta nos permite conocer los niveles de implementación de cada herramienta vinculada a Internet. Según lo manifestado por los usuarios y no usuarios, el mail es la herramienta de mayor acceso y uso para lo que es correo electrónico interno y externo, y de acuerdo a lo señalado, por los gerentes en las empresas no todos los empleados tienen acceso a correo externo. Los horarios de uso se correlacionan directamente con los horarios de oficina.

En el caso de la frecuencia de uso de páginas web, para distinguirlo dentro de lo que es Internet, se manifiesta que existe una mayor tendencia de uso en usuarios

que no usuarios y se lo vincula directamente a los aspectos ya mencionados de compra, consultas y transacciones.

En el caso la frecuencia de uso software de gestión no es manifestado su utilización en las empresas.

Hipótesis de trabajo:

La frecuencia de uso de correo electrónico es ilimitada incorporándose como en las organizaciones de trabajo como una herramienta de trabajo cotidiano. ✓

Las páginas web no son incorporadas como herramientas directas de trabajo dentro de las empresas por tener un fuerte carácter de entretenimiento. ✓

accesos de comunicación
~~No todo el personal de una empresa tiene acceso y uso de Internet en una organización y depende de las características de las áreas de trabajo.~~ ✓

El escaso tiempo disponible para la conexión a las páginas web obstaculizan el proceso de utilización de Internet. ✓



V. Presentación de resultados

Percepción del Portal CCHC

1. Conocimiento del portal.
2. Acceso al portal.
3. Búsqueda a través del sitio.
4. Aspecto estético del sitio.
5. Información y contenido.
6. Utilidad del servicio.
7. Priorización de elementos del portal.

→ Sitio Web



1. Conocimiento Portal: ^{del} www.cchc.cl

Modo conocimiento	Comentarios de otros / Delegación uso en trabajo. Mail mensual enviado por CCHC – link al portal.
Motivo uso	Información relacionada a la construcción. Información reuniones de comités.
Frecuencia visita	Rara vez, por delegación (SPNU). Periódicamente una vez por semana / mensual (SAU) por aviso.
Conocimiento Dirección	Se recuerda la dirección web www.cchc.cl

El portal de la Cámara Chilena de la Construcción, se conoce a través de comentarios de terceros y en la delegación del uso, en el caso de socios pasivos. Según lo señalado por los socios activos la constancia de su visita depende directamente del mail enviado periódicamente por la C.Ch.C.

(adm y reuniones)

Los entrevistados, tanto usuarios como no usuarios, reconocieron ~~el~~ haber navegado ^{al menos} ~~que sea~~ una vez por el portal. Las veces que se han conectado con el portal de la Cámara ha sido por la búsqueda de información específica del sector de la construcción, reuniones de comité y búsqueda de actas.

La frecuencia de visita, ~~es~~ señalada por los socios pasivos no usuarios, es esporádica. Raras veces los socios pasivos manifestaron navegar por el portal por iniciativa propia y cuando lo hicieron fue por delegación de su uso.

En cuanto al reconocimiento de la dirección del portal de la C.Ch.C., el total de los entrevistados identifican la dirección del portal con claridad y se guían por las siglas de la Cámara Chilena de la Construcción.


Hipótesis de trabajo:

La frecuencia de visitas del portal de la Cámara Chilena de la Construcción depende directamente del plan de información y seguimiento de los socios.

La sigla de la dirección del portal de la C.Ch.C. es altamente reconocida por usuarios y no usuarios.

Cita

"...Lo que pasa es que uno confunde a veces, llega la información, y también te llega un mail.....pasó algo, eso está pasando....a uno de alguna manera lo obliga a meterse...a mí esta semana me empezó a llegar un mail con novedades de la cámara..."

	
2. Acceso al Portal: www.cchc.cl	
Facilidad Acceso	Sin identificación de problemas.
Velocidad de descarga	Se reconoce que es lenta para ser descargada. <u>Posibles problemas con sistema de conexión.</u>
Identificación de problemas	No se identifican problemas para conectarse.

Los socios usuarios y no usuarios no reconocen inconvenientes para acceder al portal. Sin embargo, en cuanto a la descarga de la página, la misma se demora. Dicha demora fue identificada por los entrevistados como posible problema en el sistema de conexión. En general, los entrevistados no identificaron problemas en el acceso a la página y conexión a Internet.

Hipótesis de trabajo

El soporte tecnológico del portal no visualiza inconvenientes graves para acceder a la página ni para establecer la conexión.

fuera acceso → buen soporte

Cita

"... Cchc.cl, no es muy rápida la página por lo menos no fue mi experiencia cuando la visité..."

	
3. Búsqueda en el Portal: www.cchc.cl	
Información - Contenido buscado	Datos estadísticos / proyectos: volúmenes de obras, empresas involucradas, plazos / Información Comités.
Facilidad movilización	Dificultades para encontrar información.
Satisfacción búsqueda	Resultado menor que lo esperado. Información sin exactitud. (SPU) Dificultad para acceder información.
Utilización Búsqueda avanzada	No se utilizan los buscadores avanzados.
Fuente reemplazo	Fuente directa: proveedores / clientes / diarios / revistas / consultores.

Los socios activos y pasivos señalan que el contenido e información que buscan a través portal se basa en datos estadísticos, proyectos, volúmenes de obras, empresas involucradas y plazos. En el caso particular de los socios activos, éstos buscan básicamente información relacionada a los comités.

→ sector

→ general

Encuentran dificultades para llegar a la información buscada al movilizarse por la página. Esto se justifica por "la ausencia de un buen índice" que los guíe en la búsqueda.

¿Mapa? ¿Ayuda?

De acuerdo a lo expresado por los usuarios del portal, la satisfacción de la búsqueda es menor de lo esperado al ingresar al portal de la C.Ch.C. Según su la

apreciación de los socios pasivos usuarios, la información brindada no responde a las características de información y contenido que se espera del sector de la construcción. En este sentido, se manifiesta que la información es muy general. Por otra parte, los socios activos usuarios señalan que cuesta encontrar información.

Al describir el uso de buscadores, los socios destacan que por lo general no utilizan los buscadores avanzados en la página del portal pero sí otros buscadores externos. En este sentido, los usuarios valoran el buscador de www.google.com , y en el caso de los no usuarios, reconocen www.yahoo.com .

Los socios usuarios y no usuarios, destacan que buscan información por medio de otras fuentes. Estas son definidas como fuentes directas como proveedores, clientes, consultores para el caso de los socios usuarios y no usuarios. Sin embargo, en el caso particular de los socios no usuarios señalan que les parece más cómodo buscar en una revista o en el diario.

Hipótesis de trabajo:

El portal de la Cámara Chilena de la Construcción no se posiciona como una fuente obligada de consulta para el sector de la construcción. ✓

Cita

"...Busco un poco si sale información de proyectos que estamos manejando y trabajamos la parte financiera y la parte estadística, donde están los datos...Yo creo haberlo visto un par de veces y para mi función la verdad es que no me presta mayor utilidad, esta orientado mucho a la parte técnica, no se si mucho, pero esta orientado a la parte técnica..."

"...Nosotros pagamos por un resumen que hace la empresa privada de licitaciones. Ahí la cámara tendría que tener cuidado y preguntarse si es capaz de responder con eficiencia..."



4. Aspecto estético del Portal: www.cchc.cl

Claridad visual

No tiene claridad visual.
Asociada a la página de Emol.
Diario Financiero. Desequilibrio elementos gráficos.

(Diseño Gráfico)

Identificación Zonas/temas

Se identifican zonas y temas.
Por los grandes títulos que tienen.

Presencia de Marca

No tiene presencia de marca. Se asocia a Emol.

Facilidad de lectura

No se distinguieron problemas para su lectura.

Al realizar el ejercicio práctico de identificación de elementos de análisis de un portal y al comparar el portal de la C.Ch.C. con los siguientes portales: Diario el Mercurio, Biblioteca Nacional de Chile y Fundación Española, los entrevistados destacaron que el portal de la Cámara Chilena de la Construcción no tiene claridad visual y se lo asocia directamente con la página web del diario el Mercurio (www.emol.com), "los asocio con un diario financiero". Se destaca que no existe un equilibrio de los elementos gráficos, y los socios usuarios señalan que es molesto cuando no se observan todos los elementos en el mismo marco visual.

Los socios usuarios no identificaron problemas al leer la página.

Los entrevistados reconocen las zonas del portal al observar la página. Se destaca que la imagen más importante se focaliza en el centro al observar los títulos del panorama económico y luego el gremial.

Al tapar el logo de la C.Ch.C. en la presentación, los entrevistados compartieron que no existe presencia de marca en el portal. No hay una asociación entre los colores del logo y los colores del portal en general. De acuerdo a los colores, se manifiesta que hay un parecido con los colores del portal del diario del Mercurio.


→ Cambio de colores comparativo (rojo, negro y gris) ²⁵

Hipótesis del trabajo:

El portal de la Cámara Chilena de la Construcción en su diseño no considera en el centro de la presentación los aspectos más importantes por los socios. ✓

Cita

"..(asocia a la página de la C.Ch.C.) ...con la de emol...tiene más colorido...yo creo que esta tiene una característica, un símbolo una imagen..."

 5. Información y contenidos Portal: www.cchc.cl	
Identificación Áreas/Zonas	Se recuerdan e identifican. Zona socios / Panorama Gremial (SAU). No se reconocen las áreas / zonas. (SANU-SPU).
Frecuencia Consultas	Depende de los mails que envíen avisando. Noticias / cambios información. Rara veces.
Valorización Temas	Se ofrecen más noticias de las demandadas por el sector de la construcción (UF/noticias diarios). Entidades / Comités / Socios / Urbanismo / Medio Ambiente.
Claridad Consistencia vocabulario	Claridad en vocabulario. Confusión en quien redacta noticias panorama Económico (SPU). Confianza en consistencia de contenido CCHC. Especialmente (contenido jurídico –laboral).

Los socios activos usuarios recuerdan e identifican las zonas de socios, panorama gremial , y la red social , sin embargo, los socios activos no usuarios reconocen los posibles temas que pueden aparecer en el portal pero no los asocian al visualizar el portal.

La frecuencia de consulta depende para los socios activos usuarios de la cantidad de veces que le envíen mails para avisarle que ha habido cambios en el portal. Los socios activos usuarios señalan que una vez a la semana por lo menos navegan por el portal. En el caso de los socios activos no usuarios y los socios pasivos usuarios, estos manifiestan que rara vez consultan a la página. (obvio) ✓

Los socios activos y pasivos usuarios perciben que los temas ofrecidos a través del portal son mucho más generales que los demandados. Según su apreciación, aparece información poco relevante como UF y noticias internacionales /nacionales que pueden ser consultadas en los diarios. Sin embargo, se valorizan los temas relacionados a las entidades, los comités, los socios, aspectos de urbanismo y medio ambiente.

30%
visitas
orden de

Al referirse a la apreciación sobre la claridad y consistencia de vocabulario, los socios activos usuarios confían plenamente de la calidad de los contenidos que brinda la C.Ch.C., especialmente de la información jurídica laboral. Sin embargo, los socios pasivos usuarios destacan que existe confusión al leer los artículos publicados sobre noticias en saber si la C.Ch.C. redacta las noticias.

Hipótesis de trabajo

Los temas brindados en el portal por la C.Ch.C. tienen prestigio y credibilidad por que la organización de por sí brinda esa imagen al público. ?

La página de la C.Ch.C. no es consultada con gran frecuencia por los socios activos ni pasivos por disponer de información que no es valorada por los usuarios.

↳ socios no valoran imagen de la Portal



5. Información y contenidos Portal: www.cchc.cl

Organización contenido	Ausencia de un índice claro. <input checked="" type="checkbox"/> <i>Msp</i> Demasiado contenido. <input checked="" type="checkbox"/>
Frecuencia Cambio contenido	Información atrasada. <input checked="" type="checkbox"/>
Jerarquización Contenido/info	Información construcción. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores económicos. <input checked="" type="checkbox"/> Sector vivienda. <input checked="" type="checkbox"/> Aspectos legales. <input checked="" type="checkbox"/>
Contenido esperado	Información selectiva del sector de la construcción. <input checked="" type="checkbox"/> Elaboración de contenido no sólo suma de noticias. <input checked="" type="checkbox"/> Información sobre Actas de Comités. <input checked="" type="checkbox"/> Temas de discusión en CCHC. <input checked="" type="checkbox"/> Diseñar un buscador del área legal (meses y año). <input checked="" type="checkbox"/>

En cuanto a la percepción de la organización del contenido del portal, los socios activos usuarios enfatizan que no existe un índice claro y hay demasiada información expuesta en la primera hoja.

Por otra parte, consideran que no la información que se brinda a través del portal muchas veces no está atrasada.

Los socios usuarios insisten que la información más importante para ser presentada en el portal es la información relacionada con el sector de la construcción, los indicadores económicos, el sector de la vivienda y aspectos legales.

El contenido esperado a través del portal, según la percepción de los socios, es directamente información selectiva del sector de la construcción. Además se destaca que se espera un tipo de contenido más elaborado, " que no sea una suma de noticias", que se brinde información sobre actas de comités, temas de discusión de la C.Ch.C. y mejores buscadores para acceder a la información jurídica que maneja la organización distinguida en meses y año.

di fernanda
Hipótesis de trabajo

El Antioqueño
~~La página del portal de la C.Ch.C. debe responder a los niveles de exigencia de calidad y al tipo de información demandada por los usuarios sobre aspectos técnicos, económicos y jurídicos vinculados únicamente con el sector de la construcción.~~ *(Vale por la Extrajet)*

Cita

"...Saber que pasa en la cámara en general, queremos saber que problemas tienen las distintas ramas de la construcción, queremos saber que se está haciendo, los planteamientos de la directiva de la cámara, que se está haciendo en algunos temas de importancia nacional..."



6. Utilidad del servicio del Portal: www.cchc.cl

Respuesta Demanda

No responde a las demandas del usuario.

Resultado es menor a las expectativas.

Rapidez en su navegación.

Información no está dirigida a la demanda del usuario: se espera información puramente vinculada al sector de la construcción.

CCHC no responde con el filtrado de información.

Beneficios Uso

Ahorra tiempo cuando se recibe un mail dando aviso de que hay cambios en el portal. Esto permite la carga directamente en Internet.

Valoración de información sobre los socios (proveedores / clientes) y actividades gremiales.

El Antioqueño
El portal de la C.Ch.C. no responde a las demandas del usuario, de acuerdo a lo expresado por los socios usuarios, el resultados son menores a las expectativas. Según su visión, la información no está dirigida a la demanda del usuario y la función que puede cumplir la C.Ch.C como filtro de información general no lo está cumpliendo.

En cuanto a los beneficios que ofrece el servicio del portal, *+* estos están visto por los socios activos usuarios por el lado de brindar un servicio de aviso cuando existen cambios en el portal y carga la página directamente. Por otra parte, los socios

activos perciben beneficios en su uso en la medida que les brinda información sobre los socios (proveedores y clientes) y actividades gremiales.

Hipótesis de trabajo

La utilidad del portal de la C.Ch.C. se encuentra directamente ligada a la actualización de información pero no se destaca algún beneficio obtenido a partir de la interacción con el portal.

Cita

".. Siempre el resultado es menor que mis expectativas...busco información de proyectos, la encuentro, pero no con la exactitud con que yo la necesito..."



7. Priorización de elementos

1°

INFORMACIÓN

2°

PRODUCTOS/
SERVICIO

IMAGEN
CORPORATIVA

3°

NOTICIAS

???

Al realizar en los focus group el ejercicio práctico sobre el diseño de la página web para su empresa, los entrevistados priorizaron los elementos más importantes de un portal del siguiente modo: como muy relevante consideran la información, en segundo lugar y destacan como relevante las calidad de los productos/servicio ofrecidos en el portal, del mismo modo se considera la imagen corporativa que se brinda, y en último lugar y como poco relevante la publicación de noticias.

Hipótesis de trabajo

En el diseño de un pagina web es relevante para el usuario navegar por una página que le brinde mejor información, servicios y productos, más que sea una página con donde se destaquen los aspectos visuales.

Información más importante que el diseño



VI. Conclusiones generales

- Las conclusiones generales se entregarán sobre la base del análisis cualitativo de contenidos de los focus groups realizados.
- Se ofrecerá un panorama general acerca de la percepción del grupo objetivo en relación a los objetivos del estudio y a las variables de investigación.
- Algunas de estas conclusiones tendrán el carácter de hipótesis de trabajo que guiarán las acciones y planes de mejora futuros.



1. Perfil del usuario del Portal CCHC

Socio activo

Participación de actividad gremial actual o pasada

Percepción histórica positiva CCHC

Interés en el desarrollo de la CCHC

De acuerdo a lo analizado, el perfil del usuario del portal de la Cámara Chilena de la Construcción es el socio activo de la organización. No hay diferencia entre el que es

usuario y no usuario. Ambos consultan la página del portal, por los motivos y con la frecuencia ya descrito. Existe una vinculación directa con la organización, ya que los socios activos participan en las actividades gremiales de la organización. Existe una fuerte identidad de los socios con lo que ha sido la C.Ch.C., lo que es en el presente, y lo que será en el futuro. En este sentido, los servicios que brinda la cámara, a partir de su portal, son concebidos con la misma valoración que la organización.

Sin embargo, y de acuerdo a lo observado, se destaca la importancia de seguir mejorando el servicio que se brinda.



1. Perfil del usuario del Portal CCHC

Apego a los valores asociados a la marca

Uso de correos electrónicos (personal y laboral)

Corresponden a cargos de autoridad

Es transversal a la diferenciación por tamaño o actividad

En este sentido, es importante destacar que para generar mayor visitantes de socios y público en general es relevante considerar los valores asociados a la marca. De acuerdo a lo señalado, los usuarios y no usuarios manifiestan el uso normal del correo electrónico tanto de forma particular como laboral. De todas maneras, la falta de soporte tecnológico es una realidad en las empresas, por lo cual, los que poseen Internet y correo externo corresponde para las personas en cargo de autoridad. Esta es una característica transversal a la diferenciación de las empresas por tamaño y actividad.



3. Expectativas del servicio portal: Socio Activo Usuario

Servicio conforme a necesidades reales

Servicio personalizado conforme a áreas de interés

Rapidez a requerimientos

Información atingente a la actividad económica

Información actualizada, "de primera mano"



3. Expectativas del servicio portal: Socio Activo Usuario

Servicio sea expresión del espíritu de la CCHC

Filtrado de la información, categorización por temas

Presencia de marca y desarrollo de valores asociados

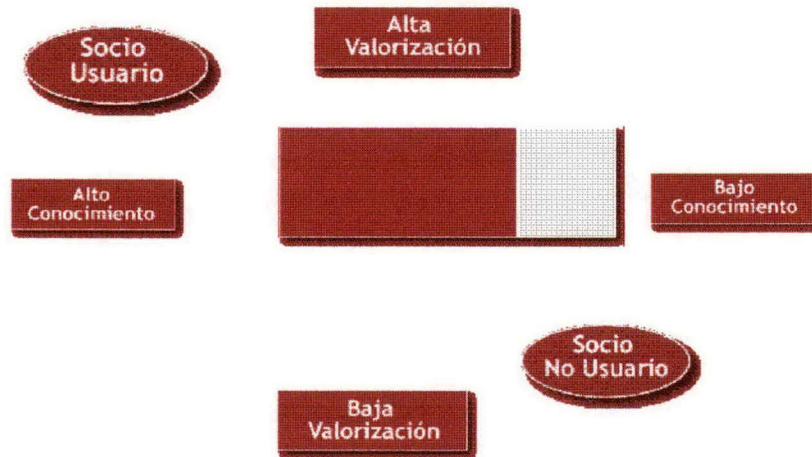
Medio de comunicación y coordinación eficaz y eficiente

Calidad en la elaboración de contenidos y reflexiones

??



2. Valorización y conocimiento Internet: Socios Usuarios v/s No Usuarios



De acuerdo a lo observado, se entiende que los socios usuarios y no usuarios, ambos poseen una alta valoración de Internet y no hay una diferenciación relevante en el nivel de conocimiento.

En el caso de socios usuarios, estos manifiestan un nivel de conocimiento medio de la herramienta, de sus usos y beneficios. En cuanto a los socios no usuarios, en su mayoría se tiene el conocimiento básico para su uso, producto del uso del correo electrónico.

Es importante destacar que ambos reconocen la importancia que tiene en nuestros días Internet, de acuerdo a su apreciación es un "mal necesario".

(impone) (comunicación)
Navegación vs Correo



4. Internet VS e-Mail

email

Herramienta incorporada al trabajo
Favorece la gestión interna y externa
Fácil uso
Simplifica las comunicaciones
Favorece la actividad económica
Bajo costo

Internet

Excesiva información
Necesidad de conocimiento
Innecesaria para la actividad laboral
Poco amigable
Quita tiempo
Lento, depende del equipo y
conexión

Se reconoce que el mail tiene mayor uso en la vida cotidiana de los socios que Internet (página web). Esto es producto de la complejidad de la ésta última herramienta para los usuarios y no usuarios. Actualmente, no está desarrollada para que se adapte a las necesidades y utilidades de las personas. Esto implica una falta de diagnóstico sobre las características de los usuarios y la aplicación de esta herramienta para una generar una correcta oferta.

*Adrián Soto y
Soto*



Existen factores que promueven y obstaculizan el uso del portal de la C.Ch.C. de acuerdo a lo concluido en este estudio. En el primer caso, está presente la existencia de demanda de información propia del sector de la construcción, sin embargo, el portal de la C.Ch.C. no está aprovechando este nicho de desarrollo por la falta de filtración de información realizada por los encargados del portal. Es sumamente valorado, de acuerdo a los resultados, tener una " página obligada de consulta del sector de la construcción".

Otro factor generador de consulta y uso del portal es la participación e interacción que existe ya cultivado dentro de la organización, esto no está siendo aprovechado por la lógica de funcionamiento del portal ya que se caracteriza por ser más estático que dinámico y no termina representando los valores promovidos por la organización. ???

Por otra parte, otro factor que permite un incremento de usuarios del portal son las bases de datos administradas desde la organización. Esto permite realizar un registro y seguimiento del tipo de información, servicios y productos relacionados al sector de la construcción particularmente demandado por los socios. En este sentido, la administración de una cartera de usuarios al portal permite mejorar la calidad del servicio.

El uso del correo electrónico como herramienta fundamental de trabajo, permite ser un factor generador y de aviso en la utilización del portal. Por último, se observa que existen las condiciones tecnológicas para acceder a Internet, sin embargo una aspecto limitante es que no todas las personas de una empresa tienen la posibilidad de acceder a Internet.



6. Cuestionario plataforma electrónica

- **Objetivo:**

- Los resultados de la encuesta de plataforma electrónica arrojan datos importantes al considerar la disponibilidad de soporte tecnológico de los socios para la utilización de Internet.

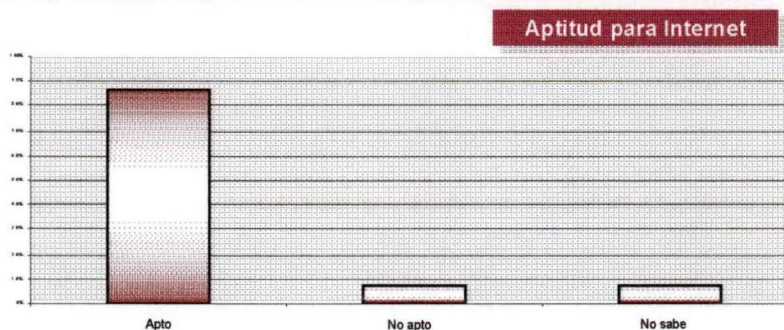
- **Alcance de las respuestas:**

- Muestra no representativa del universo.
- Variables independientes entre sí.



6. Cuestionario plataforma electrónica

APTITUD COMPUTADOR PARA INTERNET



*El 86% de los socios considera que su computador
Es apto para Internet.*



6. Cuestionario plataforma electrónica

Hardware

– Variables:

- Tipo computador (100%)
 - Memoria RAM (72%)
 - Tipo procesador PC (78%)
 - Componentes Multimedia (38%)
- *El hardware de los equipos de los entrevistados cumple con un 83.3% de infraestructura adecuada para los servicios de Internet.*
 - *Considerando los componentes multimedia, las cifra varía al 72%.*



6. Cuestionario plataforma electrónica

Software

– Variables:

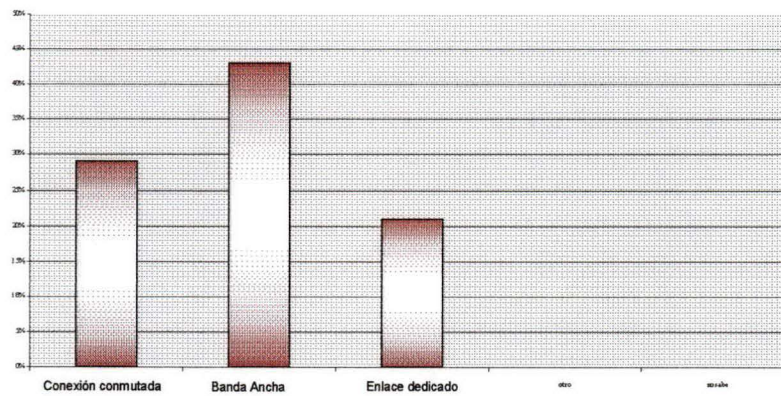
- Sistema operativo (92%)
 - Internet Explorer (71%)
 - Programa multimedia (video y audio)(78%)
 - Programa antivirus (85%)
 - Programa utilitario
- *El soporte de software disponible para aplicación y servicios de Internet es del 81.5%.*
 - *Considerando los programas utilitarios es el 56%.*



6. Cuestionario plataforma electrónica

TIPO DE CONEXIÓN

Tipo de Conexión



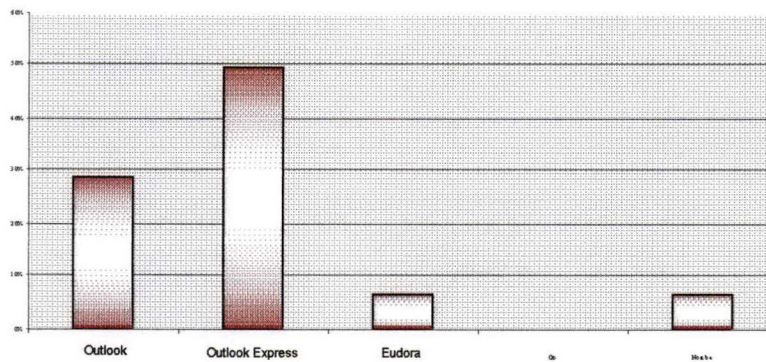
- La capacidad de conexión de los entrevistados alcanza el 93%.



6. Cuestionario plataforma electrónica

PROGRAMA DE CORREO

Programa de Correo E.

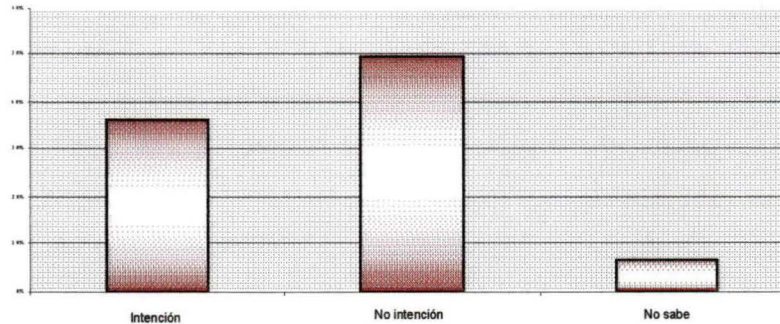


- El 100% de los entrevistados dispone de correo electrónico.
- El 86% posee un programa de correo.



6. Cuestionario plataforma electrónica

Intención de renovar



- El 36% de los entrevistados manifiesta la intención de cambiar su equipo de PC.
 - El 21 % lo realizará dentro de 3 a 6 meses y el 36% dentro de un año.
- Dentro de este grupo existe un 21% que desconoce el momento de la renovación.



6. Cuestionario plataforma electrónica

Nivel de conocimiento de la plataforma electrónica

- Del total de las preguntas realizadas, un 28% responde a la dimensión de las variables "no sabe".
- Esto representa el nivel de conocimiento que el grupo objetivo posee sobre el soporte tecnológico de su computador.
- Se concluye que el nivel de conocimiento general sobre la plataforma electrónica es media-baja.



7. Evaluación alternativas de servicio

Servicio	Valorización	Información	Acceso
Guía de la Construcción	<ul style="list-style-type: none"> Muy relevante 	<ul style="list-style-type: none"> Importancia agregarle valor a la propuesta – ya existen páginas reconocidas que ofrecen este servicio(páginas amarillas) Contacto ejecutivos / base de datos de socios / nombre/ identificación/ empresa / dirección / mail <ul style="list-style-type: none"> Tener cuidado con errores en direcciones. Tener un mecanismo para salir a través de ella. 	Acceso al público pero debe existir un sistema de identificación de participantes
Agenda de Eventos	<ul style="list-style-type: none"> Muy relevante para usuarios Poco relevante para no usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> Ferias/ exposiciones/ reuniones internas, nacionales, internacionales/ Recibir mail cuando se realizan cambios. 	Acceso exclusivo para socios



7. Evaluación alternativas de servicio

Servicio	Valorización	Información	Acceso
E-Learning	<ul style="list-style-type: none"> Visiones encontradas entre gerentes y empleados. Visto como herramienta de comunicación presencial a la distancia más que un medio de aprendizaje Se reconoce la importancia de la "interactiva" para el aprendizaje Mejora de la comunicación de la CCHC con regiones. Interés en cursos que se desarrollan en el extranjero. Responsabilidad del área de educación de la CCHC. 	<ul style="list-style-type: none"> Temas de interés de la Cámara. Información que la CCHC tiene y puede proveer por este medio. (como material técnico) Canal de distribución de conocimiento no presencial. 	<p>Exclusión a los empleados.</p> <p>Gerentes pueden acceder.</p> <p>Socios en regiones.</p> <p>Todo público para seminarios.</p> <p>Acceso limitado de las empresas ya que no todas tienen Internet.</p>



7. Evaluación alternativas de servicio

Servicio	Valorización	Información	Acceso
Boletín Informativo	<ul style="list-style-type: none">Muy relevante	<ul style="list-style-type: none">Información económicaEstadísticaSegregado por temas demandados por los usuarios.	<ul style="list-style-type: none">Beneficios para socios.Alguna información abierta al público.
Foros de Opinión	<ul style="list-style-type: none">Visiones compartidas.Poco relevante para socios pasivos.Muy relevante para socios activos usuarios y no usuarios.	<ul style="list-style-type: none">Temas de coyuntura organizacional y nacional.Vía de captación sobre calidad de los servicios de la cámara.Principales quejas de las empresas.Puede ser conflictivo y osado.Fuerte herramienta para la generación de participación interna.	De acuerdo a la sección del foro, algunas abiertas al público y otras de exclusividad de los socios.

Solo Visual



7. Evaluación alternativas de servicio

Servicio	Valorización	Información	Acceso
Encuestas	<ul style="list-style-type: none">Poco relevante	<ul style="list-style-type: none">Temas de interés de la CCHC.Medio de participación de los socios de la cámara.	Todos. Existe un problema de la representatividad de la muestra
Tutoriales	<ul style="list-style-type: none">Relevante para usuarios y empleados	<ul style="list-style-type: none">Dificultades para comprender los manuales por el modo de redacción.	---

- Extrínsecos* • **Guía de construcción:** la valorización del servicio es relevante tanto en socios activos como pasivos. Según su apreciación, la importancia de este servicio es de agregarle valor agregado a la propuesta ya que existen otras páginas que ya reciben este servicio. De acuerdo a lo expresado por los

entrevistados, el acceso puede ser al público y en este caso es necesario contar con un sistema de registro de visitantes.

- *Agenda de eventos*: este servicio es muy relevante para los usuarios y poco relevante para los no usuarios. Según su apreciación, el tipo de información que debiese haber responde a temas de interés de la C.Ch.C., información sobre ferias, exposiciones, reuniones internas, nacionales e internacionales. En este sentido, "los socios podrían ser avisados vía mail cuando existen cambios". Se señala que el acceso es exclusivo de los socios.
- *E-Learning*: este servicio es dimensionado de distinta manera, de acuerdo expresado por los socios. Se distingue el interés de aquellos que son gerentes y de los empleados. En el primer caso este servicio es visto como una herramienta de comunicación con regiones mientras que en el segundo se lo valora como un medio de aprendizaje y formación. De acuerdo a lo manifestado por los gerentes, este sistema no cumple con la interacción relevante para un proceso de aprendizaje. Sin embargo, este grupo reconoce su importancia en el caso del desarrollo de curso dictado a nivel internacional. Destacan que esta es un campo de intervención de responsabilidad del área de capacitación de la C.Ch.C. los temas de interés para ser tratados son aspectos técnicos de la construcción. El acceso a este tipo de servicio está percibido, desde la visión de los gerentes, sólo para ellos y se los excluye a los empleados. Sin embargo, desde la percepción de este último grupo, se manifiesta que es importante aprovechar este tipo de canal de distribución de conocimiento. Otro aspecto mencionado es que las empresas no se encuentran preparadas para responder a un sistema con estas características.
- *Boletín Electrónico*: está muy bien evaluado por todos. Aunque se distingue que es importante que la información brindada sea segregada de acuerdo a la demanda de los usuarios. El tipo de información valorada son los datos estadísticos y económicos. A este tipo de información se percibe que tendrían que recibir los beneficios en su gran mayoría los socios y el acceso a información por el público en general es limitado.
- *Foros de Opinión* son valorados de distinto modo por los socios activos y pasivos. En el primer caso es muy relevante ya que permite generar un espacio de interacción, según lo manifestado. En el segundo caso, lo valoran como poco relevante ya que las opiniones siempre están influidas. Los temas que debería presentarse, de acuerdo a su percepción, están relacionados a


Portal

video
conf. tecnológicas

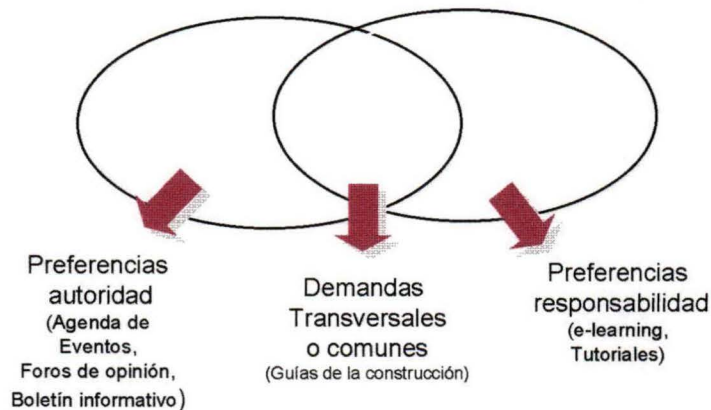
Nuevo
voz

temas de coyuntura nacional y organizacional. Este servicio se concibe por los socios activos como una vía de captación y evaluación de la calidad del servicio que brinda la Cámara Chilena de la Construcción. Se concluye que también puede ser una vía conflictiva y al mismo osada. El acceso al servicio depende de la sección de los foros de opinión, es decir algunas abiertas al público y otras de exclusividad de los socios.

- *Encuestas:* los entrevistados manifiestan que son poco relevantes. Las encuestas deben tratar de temas de interés de la C.Ch.C. y puede servir como otro medio de participación de los socios de la cámara para omitir su percepción sobre aspectos internos a la organización. Se destaca un problema, según la visión de los entrevistados, y es la representatividad de la muestra y la confiabilidad de los resultados. El acceso puede ser al público en general.
- *Tutoriales:* se considera relevante en usuarios empleados pero no para el nivel de gerencial. En este último caso, manifestaron que es una vía ineficiente de capacitación y que los manuales que se diseñan no son claros para su interpretación.



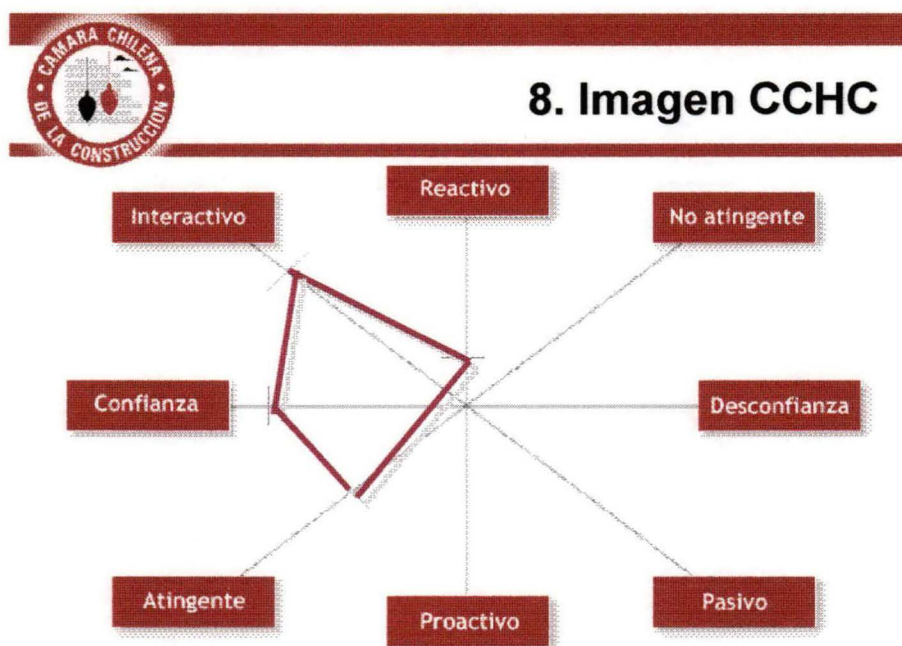
7. Diferenciación de demandas de acuerdo a niveles jerárquicos



La diferenciación de las demandas en servicios a través del portal de la C.Ch.C. está determinada conforme a los niveles jerárquicos en las organizaciones. En los

resultados pudo observarse que las preferencias de la autoridad se vinculan más a servicios como agendas de Eventos, Foros de Opinión y Boletín Informativo.

Mientras que las preferencias captadas en los responsables de la ejecución de acciones se relacionan más a aspectos de capacitación y aprendizaje como E-Learning y Tutoriales. Las demandas compartidas entre los distintos niveles están dadas en cuanto a la provisión de información práctica como lo son las Guías de la Construcción.



de Conforme a los resultados y al análisis de los mismos, se definieron cuatro dimensiones para presentar esquemáticamente las asociaciones con relación a la CCHC y las del Portal. Al presentarlos de esta manera, resulta más sencilla la comparación entre ellas. Las dimensiones se consideraron como un continuum de conceptos antagónicos que se escogieron de acuerdo al grado de relevancia para los distintos grupos entrevistados.

Las dimensiones fueron:

1. Confianza – Desconfianza
2. Reactivo – Proactivo
3. Atingente – No atingente

4. Interactivo – Pasivo

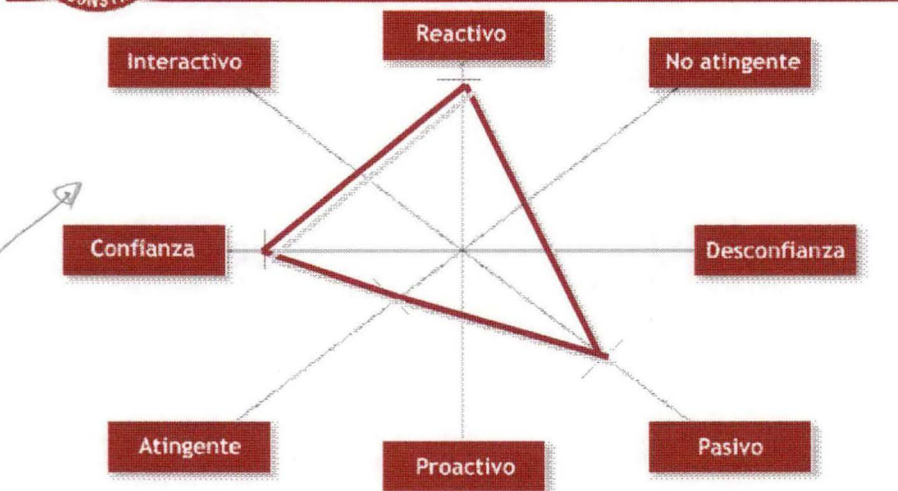
En el esquema, se puede apreciar que la imagen de CCHCC posee un alto nivel de confianza, especialmente de la información que de ella emana como asimismo de su propia gestión.

A su vez, se percibe a la CCHCC como una asociación gremial más cercana al polo reactivo que al proactivo, especialmente en los últimos años. En todo caso, este aspecto no interfiere en la posición de liderazgo que actualmente tiene y ha tenido la CCHCC aunque sí la pondría en peligro.

Se señala que las informaciones provenientes de la cámara son atingentes a la realidad del gremio aún cuando se puede reforzar mucho más este aspecto para repercutir en otras esferas de acción como lo es la relación con las autoridades de gobierno

Por último, a la gestión propiamente se valora las innumerables instancias de participación que provee la cámara entre sus socios lo que favorece el contacto e interrelación entre ellos generando, por así decirlo, un sentido de comunidad. Este aspecto de interrelación es fuertemente defendido especialmente por los socios más antiguos.

8. Imagen Portal CCHC



*Solos
visuales
(Mail
misivo)*

Considerando las mismas dimensiones de análisis, se observa que la imagen y percepción que se tiene del portal de la C.Ch.C., cumple con la confianza, en el sentido que la C.Ch.C. sigue brindando esta imagen a través de su portal.

Sin dudas a través de esta iniciativa de diseñar un portal de contacto con los socios, significa un cambio en su actitud reactiva tendiendo hacia la proactividad, pero dejando liberados un conjunto de elementos de intervención.

Se señala que las informaciones provenientes de la cámara a través del portal son menos atingentes a la realidad del gremio, a lo que este podría ofrecer por este medio.

En cuanto a la apreciación sobre el cumplimiento del valor de la interacción que promueve la C.Ch.C. se establece un déficit no alcanzado. La página adquiere un carácter más pasivo de participación para los socios y por ende una herramienta de comunicación estática.



En este sentido la zona de desarrollo e intervención está liderada por los siguientes elementos que permitirán ofrecer un producto conforme a las características de los usuarios y a los valores promovidos por la organización.

Esta zona de libre intervención se define en torno a la confianza, un sistema más atingente, más interactivo y proactivo.



VII. Líneas de acción prioritarias para la fidelización y captación de usuarios

- Generar un servicio de información selectivo relacionado

específicamente al sector de la Construcción a nivel regional, nacional e internacional.

(Comunicación)

- La información se debe presentar más elaborada y no como una acumulación de noticias generales.

(Editor)

- Diseñar una página de web de "visita obligada" para las personas vinculadas a la construcción que cumpla con los valores de interacción de la CCHC.



VII. Líneas de acción prioritarias para la fidelización y captación de usuarios

- Los beneficios al usuario están dados por la información selectiva y los

servicios que le permitan ahorrar tiempo en el acceso y navegación en el portal.

(Estructura)

- Diseñar una página simple en su imagen, con claridad visual y facilidad de

uso, a partir del acceso directo a la información buscada.

(Nuevo diseño)



VIII. Ejes de acción a seguir

1. Desarrollo de acciones de mejoras tecnológicas / incorporación de nuevos servicios.
2. Desarrollo de un sistema de identificación de demanda de información de usuarios del portal.
3. Desarrollo de un plan de marketing vía Internet que considere:
 - Grupos objetivos específicos.
 - Diseño mensajes y contenidos.
 - Especificación de canales de distribución de la información.
 - Planificación comunicacional: frecuencias y periodos.

} EKA

} Inter

} Con Plan



VIII. Ejes de acción a seguir

4. Desarrollo de un programa de formación en nuevas tecnologías de la información e Internet, orientado a los "tomadores de decisión" de las organizaciones socias.
5. Desarrollo de un sistema permanente de medición de impacto.
6. Diseño de una estructura organizativa interna de soporte.

(Divulgar)

(Chile) (Comite)

Plan 2002

ANEXOS

PAUTA ENTREVISTA GRUPAL
FOCUS GROUP

PAUTA DE ENTREVISTA GRUPAL

- 1. Objetivos**
- 2. Asociación conceptual calidad y servicio. (lamina1-2)**
- 3. Imagen y percepción del servicio de la Cámara:**
 1. En relación a la calidad del servicio de la CCHC qué opinan de la Red Social, Boletín Informativo.
- 4. Valoración de Internet**
 1. Qué significa para Ud. Internet.
- 5. Perfil del usuario de Internet.**
 1. que tipo de persona utiliza Internet
 2. Por lo general para que cosas se utiliza. Pueden hacer una distinción entre las personas.
- 6. PREGUNTAS PERSONALES:**
- 7. Conocimiento:**
 1. Utiliza Internet?
 2. Dónde lo utiliza?
 3. Para qué lo utiliza (distinguir entre Correo electrónico, compra y consulta de servicios/productos, software en gestión, intranet y extranet)
 4. Delega su uso?
- 8. Frecuencia de Uso:**
 1. Con qué frecuencia utiliza: correo electrónico, compra y consulta de servicios/productos, software en gestión, intranet y extranet)
 2. Cuáles son los buscadores más usados.
 3. Cuáles son sus páginas más visitadas.
 4. En qué horarios se conecta.
- 9. Ejercicio Concept Test: (presentación de los tres portales)**
- 10. Estética:**
 1. A qué servicio/producto asocia la página
 2. Considera que tiene claridad al ser vista.
 3. Se reconocen todos los elementos.- Facilidad de lectura.
 4. Como concibe la distribución.
 5. Identifica cada zona.
 6. Existe equilibrio en los elementos gráficos – Facilidad de lectura.
- 11. Información/contenido:**
 1. organización en contenido (títulos y subtítulos)
 2. qué tipo de información espera de la página.

11. Utilización del servicio:

1. Para que tipo de necesidad responde esta página.

12. Priorización de los elementos:

1. Qué considera es más importante en una página – los elementos (estéticos, información-contenido, servicio)

13. Mencione página que más recuerde.

14. PREVIO PRESENTACIÓN PORTAL CCHC

1. Conocimiento:

1. Como conoció del portal.
2. Para que utiliza particularmente el portal de la cámara.
3. Con que frecuencia visita el sitio.
4. Reconoce la dirección de la página.

2. Acceso al portal:

1. Tiene facilidad para acceder al portal.
2. Identifica algunos problemas comunes para acceder.
3. Recuerdan con facilidad la dirección del sitio web.
4. El sitio se descarga rápidamente.

3. Navegación:

1. Que tipo de información y contenido frecuentemente busca en el portal.
2. Tiene facilidad para movilizarse dentro del sitio.
3. Cuando realiza una búsqueda queda satisfecho?
4. Cuánto se demora para obtener resultados en la búsqueda.
5. Utiliza la búsqueda avanzada, sabe hacerlo.
6. Envía mails a través del portal y son respondidos.
7. Cuando no encuentran información en el portal, dónde la busca.

4. Estético:

1. Se acuerda de la página de la CCHC con que otra imagen o concepto lo asocia.

5. Información/contenido:

1. Recuerda la información/contenido que encuentra en la página.
2. Recuerda como está distribuido el contenido.

6. Utilidad del servicio:

1. Qué beneficios encuentra a través de la página.(comunicación con direcciones de socios y salas virtuales en zona privada- Información de la cámara. E-construye. Aplicación de software.
2. Responde a sus necesidades y demandas.

15. PRESENTACIÓN DEL PORTAL

1. Identifica cada una de las áreas, zonas y secciones. Cuáles son.

2. En cuanto al portal (panorama gremial, económico, coyuntura económica, Flash Cámara, Comunicación Corporativa, Zonas de vínculos.) Zona pública (información sectorial, red social con el acceso a entidades y presencia en regiones) Zona de socios (Agenda, comités, Organización Gremial)

1. Con qué frecuencia consulta cada una de ellas.
2. Valorización de cada zona.
3. Qué enlaces utiliza frecuentemente.
4. Creen que tiene claridad y consistencia el vocabulario.
5. Creen en el contenido que tiene el portal.
6. Encuentran que el contenido se renueva diariamente.
7. Podrían jerarquizar el tipo de contenido/información que se le ofrece
8. Que tipo de información/contenido esperan en el portal.

3. Utilidad del servicio:

1. Qué tipo de servicios se ofrecen a través del portal.
2. Qué tipo de servicio esperan que la Cámara desarrolle.

16. Evaluación de propuestas de servicio.

1. **Guía de la Construcción** (directorio de empresas socias de la Cchc creado a partir de las bases de datos de la Cámara.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de información debiera contener esta guía / directorio?
 3. ¿Quiénes debieran tener acceso?
2. **Agenda de Eventos** (Una agenda publicada en el portal de la Cámara con información sobre eventos, reuniones, seminarios y otras actividades organizadas por la Cchc.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de información debiera contener esta agenda?
 3. ¿Quiénes debieran tener acceso?
 4. ¿Con qué frecuencia debe ser actualizada?
 5. ¿Les gustaría ser avisados de cambios o nuevos temas en la agenda vía e-mail?
 - 6.
3. **E-Learning** (Un espacio de educación a distancia. Capacitación realizada desde la Cchc vía Internet hacia los socios en sus trabajos / hogares.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de capacitación les interesaría que se entregara?
 3. ¿Quiénes debieran tener acceso a esta capacitación?
 - 4.
4. **Boletín Electrónico** (Un boletín informativo que llega al e-mail de las personas que han solicitado el servicio.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de información debiera contener este boletín?
 3. ¿Quiénes pueden suscribirse?
 4. ¿Con qué frecuencia les gustaría recibirlo?
5. **Foros de Opinión**(Un espacio de opinión sobre diversos temas. Se propone un tema y los usuarios responden de acuerdo a sus opiniones, estableciendo un "diálogo" con otros participantes. La información queda publicada en el sitio. Las preguntas se van renovando en forma periódica.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de temas los motivaría a participar?
 3. ¿Quiénes debieran tener acceso al foro?
 4. ¿Con qué frecuencia deben ser actualizadas las consultas?
 5. ¿Les gustaría ser avisados de nuevos foros vía e-mail?
6. **Encuestas**(La Cchc realiza una consulta sobre un tema determinado y los usuarios responden de acuerdo a su opinión / pensamiento. Preguntas simples de selección única.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de consultas o preguntas motivaría a participar?
 3. ¿Quiénes debieran tener acceso a contestar estas encuestas?
 4. ¿Con qué frecuencia deben ser actualizadas las consultas?
 5. ¿Les gustaría ser avisados de nuevas encuestas vía e-mail?
7. **Tutoriales**(Infografías estáticas o animadas en las que se entrega información básica para poder obtener el máximo de beneficio de las distintas zonas del portal de la Cchc.)
 1. ¿Cómo valoran este servicio?
 2. ¿Qué tipo de información debieran entregar estos Tutoriales?
 3. ¿En qué áreas o zonas debieran implementarse?

CONSTRUCCION DEL BOLETIN

AL CUBO DIRECTO

NE LESIONA

BASE DE CONOCIMIENTO

PROCESO DE COMO PENSAMOS

QUALITATIVE

CONCEPT

17. ORGANICE SU SITIO WEB.

FORMATO CUESTIONARIO
PLATAFORMA ELECTRÓNICA

QUESTIONARIO SOBRE PLATAFORMA TECNOLÓGICA

DATOS PERSONALES

Focus Group N° Fecha / Octubre / 2001

Nombre _____

Empresa _____

Cargo _____

Profesión _____

E-mail _____

Dirección de sitio web de la empresa _____

Indicación: marcar con una cruz la opción que corresponda en las siguientes preguntas

1. COMPUTADOR (HARDWARE)

1.1 ¿Qué tipo de computador posee?

- Computador de escritorio
- Computador portátil
- No tiene
- No sabe

¿Su computador es...

- PC
- MAC
- No sabe

1.3 ¿Dónde lo tiene ubicado?

- En su casa
- En su oficina
- En ambos lugares

1.4 ¿Cuál de ellos utiliza habitualmente?

- El de la casa
- El de la oficina

A continuación, por favor responda de acuerdo a las características del computador que utiliza habitualmente.

¿Usted opina que su computador es apto para Internet?

- Sí
- No
- No sabe

1.6 ¿Qué cantidad de memoria RAM tiene su computador?

- 16 Mb
- 32 Mb
- 64 Mb
- 128 Mb o superior
- No sabe

1.7 ¿Qué tipo de procesador tiene su computador?

Si su computador es PC:

- 486 o anterior
- Intel Pentium
- Pentium II o superior
- Celeron
- Otro (especifique) _____
- No sabe

Si su computador es MAC

- Power PC
- G3
- G4
- Otro (especifique) _____
- No sabe

1.8 ¿Su computador tiene componentes para multimedia?

- CD - Rom
- DVD
- Parlantes
- Sonido
- Animación
- Otro (especifique) _____
- No sabe

2. PROGRAMAS (SOFTWARE)

2.1 ¿Qué sistema operativo utiliza su computador?

Si es PC

- Windows 95
- Windows 98
- Windows Me
- Windows NT o 2000
- Otro (especifique) _____
- No sabe

Si es MAC

- MAC OS 7
- MAC OS 8
- MAC OS 9
- MAC OSX
- Otro (especifique) _____
- No sabe

CUESTIONARIO SOBRE PLATAFORMA TECNOLÓGICA

<p>2. PROGRAMAS (Continuación)</p>	<p>3. CONECTIVIDAD</p>
<p>2.2 ¿Qué programa utiliza para navegar por Internet?</p> <p>Internet Explorer ¿Qué versión?</p> <p><input type="checkbox"/> 4.0</p> <p><input type="checkbox"/> 5.0</p> <p><input type="checkbox"/> Otra versión (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p> <p>Netscape Navigator ¿Qué versión?</p> <p><input type="checkbox"/> 4.0</p> <p><input type="checkbox"/> Versión superior</p> <p><input type="checkbox"/> Otra versión (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>	<p>3.1 ¿Con qué tipo de conexión accede a Internet?</p> <p><input type="checkbox"/> Conexión conmutada (telefónica)</p> <p><input type="checkbox"/> Banda Ancha (ADSL)</p> <p><input type="checkbox"/> Enlace dedicado</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p> <p>3.2 ¿Qué tipo de Fax Módem tiene su computador?</p> <p><input type="checkbox"/> 14 Kbps</p> <p><input type="checkbox"/> 33.6 Kbps</p> <p><input type="checkbox"/> 56 Kbps</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>
<p>2.3 ¿Qué programas utilitarios tiene en su computador?</p> <p><input type="checkbox"/> Winzip (para comprimir archivos)</p> <p><input type="checkbox"/> Acrobat (para leer archivos PDF)</p> <p><input type="checkbox"/> Babylon (traductor)</p> <p><input type="checkbox"/> Viewers (word, excel, powerpoint)</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>	<p>3.3 ¿Su computador tiene tarjeta de red?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>
<p>2.4 ¿Qué programas multimedia tiene en su computador?</p> <p>Para video y audio</p> <p><input type="checkbox"/> Real Player</p> <p><input type="checkbox"/> Windows Media Player</p> <p><input type="checkbox"/> Quicktime</p> <p><input type="checkbox"/> Winamp</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p> <p>Para animaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Flash Player</p> <p><input type="checkbox"/> Shockwave</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>	<p>4. CORREO ELECTRÓNICO</p> <p>4.1 ¿Tiene correo electrónico?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>4.2 ¿Su correo electrónico es Webmail (hotmail, yahoo, etc...)?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p> <p>4.3 ¿Qué programa de correo electrónico utiliza regularmente?</p> <p><input type="checkbox"/> Outlook</p> <p><input type="checkbox"/> Outlook Express</p> <p><input type="checkbox"/> Eudora</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>
<p>2.5 ¿Qué programas de seguridad - antivirus tiene?</p> <p><input type="checkbox"/> McAfee Viruscan</p> <p><input type="checkbox"/> Norton Antivirus</p> <p><input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>	<p>5. RENOVACIÓN DE EQUIPOS</p> <p>5.1 ¿Tiene intención de renovar su (s) computador (es)?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>
<p>2.6 ¿Cómo actualiza los programas de su computador?</p> <p><input type="checkbox"/> Desde CD</p> <p><input type="checkbox"/> Desde Internet</p> <p><input type="checkbox"/> Ambos</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>	<p>5.2 ¿Cuándo piensa renovar su (s) computador (es)?</p> <p><input type="checkbox"/> En los próximos 3 meses</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 3 y 6 meses</p> <p><input type="checkbox"/> En un año más</p> <p><input type="checkbox"/> No sabe</p>

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS
FOCUS GROUP

Trascripción Focus Group: SOCIOS ACTIVOS USUARIOS

PARTICIPANTES

- Yo soy Carlos Kilasi? trabajo en la constructora Kilasi, soy gerente general.
- Dedicado a que
- Tenemos dos partes una que es inmobiliaria y la parte de construcciones públicas, contratistas ahora estamos con un contrato en el norte.
- Yo soy Norman Heufer trabajo en la empresa inmobiliaria San Francisco, hacemos proyectos inmobiliarios turísticos, soy socio de la empresa soy arquitecto de profesión pero no estoy en el tablero de dibujo hace muchos años.
- Yo soy Miguel Fleisman socio y gerente general de Elstein y Fleisman? nos dedicamos a la materia eléctrica de formación soy ingeniero agrónomo pero los cultivos los deje hace como 10 años.
- Yo soy Cristián Bech de la empresa constructora Bech y también nos dedicamos al ámbito inmobiliario, estamos en la construcción de viviendas, de oficinas y también de proyectos vacacionales tenemos un proyecto en la cuarta región que es hotelería
- Segunda vivienda
- Yo soy Fernando Pérez socio y gerente de la empresa Fernando Pérez y compañía me dedico a las impermeabilizaciones y revestimiento de pisos especiales, de profesión soy ingeniero mecánico y llevo 20 años trabajando
- **Bien nosotros vamos a ir entrando en materia desde lo más general hasta lo más específico y hay dos conceptos que están dando vuelta en el mercado ya hace bastante tiempo que nosotros les queremos pedir la opinión acerca de ellos, uno de ellos es la calidad, cuando Uds. escuchan que entienden Uds. por calidad**
- Con qué relacionan calidad con que conceptos.
- Con una cosa bien hecha, no necesariamente linda, bien hecha.
- Una buena realización
- Cosa que sea aparte de eso creo que todo lo demás es que responda a lo que uno espera de lo que sea, algo bueno
- **Y si vamos al otro concepto el concepto de servicio. Que opinan del servicio**
- Atención al cliente
- Una buena atención al cliente
- Ahora puede haber un mal servicio y un buen servicio, pero el servicio es como atención al cliente
- Una actitud de colaboración al cliente de resolver las inquietudes o problemas que manifiesten
- **Estar hay como preparado para resolver las demandas del cliente**
- Claro, una respuesta
- Estar al servicio de
- El cliente o el usuario es lo más importante
- **Aquí generalmente en la opinión pública hay una cosa como que ya parece como un eslogan que ya el servicio es como una variable diferenciadora para las empresas tanto como para los clientes como para los proveedores toda la cadena productiva. Uds. piensan que eso realmente es así? O creen que el mercado ya está un poco saturado.**
- Yo creo que es una razón de ser de permanencia de nuestras empresas y de nuestras actividades
- **El tener un servicio**
- Claro si no, no sacamos nada
- Yo lo relaciono mucho con que vamos para allá, las empresas de servicio es para donde tenemos que ir, el cliente yo lo percibo cada vez más exigente, por lo tanto una va a

tener que estar muy atento a solucionarle sus problemas y para eso hay que tener en toda la empresa una actitud de servicio.

- Incluso, desde otro punto de vista, en el caso de las empresas inmobiliarias aunque no es un servicio propiamente tal, pero en el fondo uno tiene que estar respondiendo a una demanda que es otro enfoque que dar un servicio, la gente tiene que aceptar, tiene que gustarle lo que yo le estoy
- Es un servicio de atención a la vivienda, en esto que estamos metidos juntos en estos proyectos inmobiliarios de segunda vivienda, hotelería, el servicio es fundamental
- Un mal servicio, un proyecto turístico se muere.
- Es un bien que se entrega al lado del bien principal, eso es el servicio.
- Es un apéndice pero muy importante
- Lo que pasa es que es como un catalizador, si bien es cierto si una materia que es la materia principal cuesta 100 el costo del servicio puede ser 1 pero si no tienes ese 1 el 100 no lo vendes, es un catalizador
- Yo lo que siento que el eslogan del servicio al cliente prácticamente lo utiliza todo el mundo, pero en la práctica yo voy por el lado que dices tu que esta como un poco pasado de moda, en el sentido que la gente lo toma como una vivencia muy personal y de repente tu puedes tener, por decirte cualquier cosa, el servicio al cliente que da la philips, puedes haber tenido una muy buena experiencia o una pésima experiencia y lo marcas, lo cortas
- **O sea que si algún aspecto del servicio al cliente de la philips, no fue realizado del modo adecuado tu tiendes a decir que todo es malo.**
- Claro y puede ser que el vecino de al lado tenga una experiencia fantástica con la misma empresa que lo atendieron igual, uno iba con otras expectativas o iba a presentar un problema, entonces tomarse el eslogan, nosotros damos un excelente servicio, nuestra política es el servicio al cliente, yo creo que hay que demostrarlo con hechos y eso es un trabajo muy largo.
- Pero el servicio es algo que yo creo que todos tenemos que dar y que todos tender a dar un buen servicio, aunque nos evalúen bien no sólo por las materias primas que entregamos, departamentos, hoteles, instalaciones eléctricas, buenos proyectos, sino que además el servicio que nos hace responsables de lo que entregamos. Si no hay servicio, por muy eslogan que sea, yo creo que hay que ir al fondo del tema, no estamos para eslogan se llame servicio se llame post venta, como quieran, pero la tendencia es que los clientes no sólo compran departamentos, compran buenos departamentos y exigen buenos departamentos y si el interruptor falla la empresa constructora tiene que mandarle a alguien y cambiarle el interruptor.
- Y si tu quieres permanecer en el tiempo tienes que tener el servicio de post venta.
- Hay cosas que funcionan, por ejemplo a mí me pasa con un auto que tengo que nos ha traído hartos problemas, el servicio de garaje es impecable nos atienden el descueve lo hace muy positivo para seguir con el auto y si además el servicio fuera malo, el auto yo lo tiro al río mapocho
- Yo lo veo como una permanencia, para mí es un seguro, es una inversión en un seguro de continuidad, si uno no tiene un servicio adecuado difícilmente vas a tener sobrevivencia
- **Es algo que hay que estar preocupado siempre en ese sentido la permanencia no**
- Yo quiero dar otro ejemplo, yo creo que ya nos vamos a ir metiendo más en el tema, a lo mejor me lo estoy saltando pero, el hecho de que (**utilidad de Internet**) los bancos están dando el servicio de que uno puede hacer un montón de operaciones por internet, como principio estupendo, pero resulta que entrar a las paginas web de los bancos y llegar hasta el servicio que uno necesita, yo me aburrí 10 veces antes termino haciendo todas las operaciones con el banco por teléfono
- Por que hay esta el servicio eficiente

- Claro yo entro, entro a mi cuenta y todo
- Y no tienes que meter 5 veces tu rut para llegar a la cuenta corriente
- **La calidad del servicio con que empresas, no vinculadas a la cámara, la asociarían**
- Pienso que IBM, ese tipo de empresas
- Que hay un respaldo
- **Y Chile, estaríamos como bien encaminados en este tema Uds. Notan una diferencia con otras realidades.**
- Yo creo que **(evaluación calidad del servicio)** nosotros en la cámara estamos preocupados del tema y estamos bien diferenciados, o tal vez mi horizonte me hace pensar que estamos bien encaminados, porque le hemos dado importancia y creo que la gente en la actividad que desarrollamos se preocupa y por lo demás existe asociada toda una legislación que nos convoca a resolver con prontitud los problemas.
- **Uds. creen que estamos como muy atrás como realidad país o más adelante, habría que ver con quien nos comparamos**
- Exacto
- Depende del servicio por que hay unas empresas de servicio que son las tradicionales empresas de servicio, uno tendería a decir las empresas eléctricas, las empresas de agua potable, las empresas de abastecimiento, que sé yo y ahí yo creo que hay mucho que hacer, en términos de la relación al cliente, al revés te digo que hay en lo eléctrico monopolios abusadores, recién en la telefónica se ha creado una competencia interesante que ha hecho que ellas
- Sobre todo en la telefonía móvil
- Claro pero yo creo que hay mucho que hacer
- Yo creo que los malos servicios parten de bien abajo desde transitar en la calle donde las municipalidades nos dejan llenos de hoyos, los semáforos mal coordinados, las políticas de los paraderos de micro mal diseñados, o sea puras torturas para los usuarios de la ciudad, el servicio ciudad es malo, ahora hay empresas que tienen buenos servicios, por ejemplo yo creo que 3M es una de ellas.
- O el mismo servicio de impuestos internos yo creo que ha hecho una labor importante
- Por ejemplo
- Querámoslo o no ha hecho una labor espectacular
- Nos ha simplificado la vida a todos los contribuyentes
- Pero, quizás fuera del ejemplo de impuestos internos falta muchísimo en la parte del estado, el estado no tiene un concepto de servicio con el cliente o el que es ciudadano, le importa un rábano y hay yo creo que estamos mal
- Yo creo que el opuesto del servicio es la burocracia y en eso tenemos muchísimo todavía que aprender, ahí les puedo dar el ejemplo de nuestra actividad y la compra de una propiedad, yo viví hace 30 años atrás en EEUU, Yo compre y vendí 3 casas en las 3 oportunidades nunca jamás hice ningún tramite de ninguna especie, no pise el banco que me dio los prestamos, no fui a un conservador de buenas raíces, no fui a una notaria no fui a ninguna parte, simplemente el intermediario en esa oportunidad me decía el día del settlement, que es el día que uno iba a firmar a la oficina del corredor, me tenían un alto de papeles, yo firmaba todo ahí, estaba todo listo, incluso los estudios de título estaban resueltos por una compañía de seguros, yo pagaba el seguro y ellos se encargaban de que el título estuviera listo
- Igual que acá
- Nosotros estuvimos 4 años tratando de sacar un proyecto inmobiliario en el sur
- **Este logo con que concepto lo asocian(asociación conceptual CCHC), lo primero que se les ocurra**
- Cámara chilena
- Preocupación por la gente

- Yo lo he dicho en otras oportunidades, Cámara Chilena de la Construcción es un organismo gremial ejemplar en Chile y en el mundo, yo me siento extremadamente bien, contento de estar trabajando en una organización de la calidad de esta, que no tiene paralelo en todo el mundo
- Yo lo asocio con seriedad, con solvencia, con profesionalismo
- **Confianza una información que trae la cámara les da confianza**
- Claro eso es lo que te digo con seriedad, profesionalismo (en la información)
- En ningún caso audacia que es lo que uno quisiera también, no.
- En ese sentido también yo voy a hacer una infidencia, yo muchos años fui miembros del colegio de arquitectos y siento completamente opuesto, mi relación con el colegio de arquitectos que lo que siento por la cámara. De hecho no participo del colegio de arquitectos.
- Respeto también
- **Podría uno asociar calidad de servicio a la cámara (calidad del servicio CCHC)**
- Con los socios. Hay empezamos con problemas
- **En que sentido**
- En lo personal no, por lo que escucho de otros asociados, es para que vas a la cámara, es una pérdida de tiempo, que me da, son fases típicas.
- **Que ha hecho la cámara en este tema (VALORACIÓN CALIDAD DEL SERVICIO)**
- A la gente que no le gusta la parte gremial simplemente la cámara la ignora y la toma solamente como un referente importante de opinión, pero como servicio al cliente y sus clientes son los socios, yo creo que hay un punto bajo.
- **Y en cuanto a lo que es el servicio en la red social, como lo valoran**
- La red social es un ejemplo tremendo
- La preocupación por la gente a eso me refería yo, no hay otra organización en el mundo que haya hecho lo que tiene la red social de la cámara.
- **Otro aspecto que tiene que ver con las demandas de los socios que no estaría siendo atendido**
- Una serie de peleas, una serie de cosas que nosotros para desarrollar nuestra profesión y para desarrollarnos como empresa uno siente que se pueden dar un montón de peleas y por eso te decía que no hay audacia en la cámara(PARTE GREMIAL- DE LOS SOCIOS ACTIVOS-), sino que es un avanzar más lento, en ese sentido eso mismo que uno se siente desamparado ante burocracia, como no golpeamos la mesa con fuerza y no logramos convencer a la autoridad de que hay que avanzar en otro sentido, yo mismo participe en la comisión de la anti burocracia y evaluamos
- **Muy molesto con esto**
- Tremendo, son 400 millones de pesos que le esta costando al país, y eso lo demostramos con un estudio de la universidad de Chile
- De dólares
- Perdón 400 millones de dólares en un transcurso de 10 años, que le cuesta al país, si eso lo llevamos a vivienda, cuantas viviendas se podrían hacer en el país si es que no tuviéramos a estos burócratas. Que hacemos con esa herramienta, se la entregamos al ministerio de vivienda, se la entregamos al gobierno, pero que más hacemos, hay uno siente que esto que hablaba, lo mismo que paso con la ley laboral, que hicimos, si dimos la pelea, pero que poder tenemos nosotros de dar la pelea y ganar la pelea. eso falta.
- **O sea deberían tener como este organismo interlocutor frente a otros, o en este caso deberían ser el estado que de una pelea más gremial**
- Con mejores resultados
- Las peleas se dan pero no se ganan
- **Por que no se ganan**
- Ahí le echan la culpa a los legisladores
- **No hay los recursos suficientes**
- Damos la pelea donde la podemos dar no más

- Estamos equivocados en los escenarios donde peleamos
- Toda pelea se puede ganar, pero a lo mejor hay un asunto que los gladiadores que nos pusimos no eran los más adecuados o en la instancia que la dimos ya había pasado la locomotora por encima
- **A destiempo**
- A destiempo, quizás eso puede ser.
- Quizás vamos muy de atrás.
- **Como es la comunicación entre la cámara y los socios (sistema de comunicación)**
- No hay
- Hay harta
- Antes de terminar con el tema anterior, quisiera decir que en la cámara nosotros hacemos mucho en el sentido de estudiar muchas cosas, cuando hay problemas burocráticos los estudiamos y hacemos proposiciones, participamos en el estudio o en modificaciones a proyectos de ley o a leyes vigentes etc., pero muchas veces nos topamos con la limitación que, como nos han dicho muchas veces en el parlamento, nosotros no somos colegisladores, por lo tanto ellos se sienten con la exclusividad y a lo mejor la tienen, de ser ellos los que legislan
- Cuando tenemos mucho más conocimiento y eso no es no hay que pecar de
- Tenemos más conocimiento que los propios legisladores frente a un montón de leyes.
- Nosotros somos profesionales no más
- Por ser un organismo gremial que representa los intereses de un grupo nos dicen, ok su opinión es esta, nosotros la tomaremos o no la tomaremos en cuenta pero los que definimos somos nosotros, entonces en ese sentido no siempre podemos obtener lo que queremos
- **En cuanto a lo que son los servicios de comunicación que se den con los otros como el boletín informativo (evaluación del servicio) Uds. Lo consideran un buen sistema.**
- El boletín yo lo encuentro muy bueno, de muy buena calidad, pero debo confesar que yo no lo consulto, la verdad es que uno siempre confía más en sus propios medios de información, con los proveedores, con los contratistas, o sea el boletín me dice que los precios son tales yo confío más en mi telefonazo y (en este sentido no tienen competencia)
- **Reemplazas el sistema en otros**
- Claro uno por lo menos, hay estamos hablando del procedimiento de cada empresa, yo lo tengo como un referente que esta ahí que de repente para una consulta macro da, pero en el momento de los que hubos, directamente con los 5 proveedores que tengo (conocimiento del tipo de información propia)
- **Y en este sentido podría ser que UD. No confíe tanto en los contenidos.**
- Mas que el tema confianza es el tema utilidad.(información)
- Claro, la verdad es que yo no podría decir que el boletín te entrega datos no fidedignos, no es eso
- Lo que pasa es que yo creo que el boletín tiene dos partes, una parte es una de cultura, trabajo sobre asfalto o presentan la construcción del aeropuerto, o como se hacen la figas preprendadas, eso yo creo que le interesa a todo el mundo. Tiene una segunda parte, que puede ser muy interesante, que tiene los permisos de construcción por comuna, lo cual normalmente está bastante atrasado, lo cual le quita un poco de validez. La tercera parte, que son precios, que hay nadie confía en nada, nosotros informamos precios, pero yo no informo mis precios, no me interesa. Yo no puedo estar dando mis precios reales al cual C me ha dicho su empresa constructora me va a comprar de verdad, por que él va a decir te voy a mandar la orden de compra dame el precio, no va a comprar y no puede cubicar hoy día, si cubica según los precios que salen en el boletín, yo pierdo la propuesta y no es el caso.

- **No se hacen negocios por el boletín**
- No se hacen negocios ni se consulta, es una cuestión referencial, que alguno le puede decir el cubo $\frac{3}{4}$ vale más que este otro
- Yo he conocido otras partes y tal vez desde el punto de vista de las estadísticas, eso de repente uno lo utiliza más, contextualiza.
- Sí, pero con respecto a hacer negocios o ver que información de venta de departamentos no confío, porque tenemos una cosa, la información no es buena, porque viene todo muy globalizado
- **Y para llamados a propuestas**
- Tampoco, esta por ahí no más
- **(conocimiento de internet) Otro tema es internet. Quienes están ocupando internet**
- Los estudiantes
- La gente joven, es un signo de los tiempos, es una herramienta actual y yo creo que mucho empresas ocupan esto para informarse, es una vía rápida, nosotros mismos hemos notado que acudimos con menos frecuencia a las paginas amarilla, con más frecuencia. Por que dentro de las cosas también está más actualizado y tienes más cosas.
- Es más interactivo.
- También, no necesitas comprometerte con tu interlocutor, si yo llamo a E me va a preguntar de donde soy para que lo quiero, estoy tratando de chequear, no quiero que sepa que yo estoy interesado en esto.
- (valorización) Para mi internet son dos cosas muy diferentes y por lo tanto, las opiniones pueden ser muy diferentes dependiendo de cual de las dos me este refiriendo. Uno que son las comunicaciones, los e-mails y otro que son las paginas web, son dos mundos bien diferentes, **(frecuencia de uso internet)** yo trabajo intensamente con el correo electrónico y con eso me parece que es una revolución y un cambio en la manera de trabajar que es muy fundamental, hasta ahora con las otras partes de las paginas web, lo que mencione antes, uno empieza a meterse y se enreda y lo corto y me voy para otro lado.
- **Los demás.**
- Yo creo que el correo electrónico es lo que va a reemplazar el teléfono, el fax. Tiene una gran ventaja, nosotros también usamos el correo electrónico, tiene una ventaja frente al teléfono lo que necesita es tener a la persona al otro lado, una persona difícil de ubicar uno le manda un mail y uno sabe que lo va a leer en las próximas 6 horas y no así una llamada telefónica que a veces son 2 o 3 días, por que el tipo tiene que estar más o menos de humor para atenderte, sabe más o menos el problema que tu le vas a plantear, te informa, el correo electrónico por último el tipo lo revisa en cualquier parte, en la cocina de su casa, tiene su lap top y lo ve cuando realmente tiene el minuto, lo baja. Es una forma de comunicación muy audaz. Coincido con N en el tema de **(utilidad del internet)** las paginas web, a mí por lo menos me pasa que también me aburro. Me aburro por varias cosas, en primer lugar, cuando uno lee en el mercurio esta obligado a leer el mercurio, por lo tanto cuando la pagina dice continua en la c9 uno va y lee, en internet cuando uno tiene pantallazo y tiene para un lado y para el otro lado uno se aburre. Porque en primer lugar es srob?, las paginas, por lo menos la cámara así los tiene, srob lateral, entonces las paginas ocupan más de una pantalla de ancho, entonces es lo más desagradable. Eso es lo pero que se puede hacer, a mí me carga estar leyendo paginas que tengo que estarlas moviendo para el lado, para abajo uno todavía entiende porque no se puede comprimir, pero para el lado es una cuestión que es desesperante, además uno pierde mucho tiempo. Yo pienso que **(usos de internet)** el comercio por internet a mí no me es algo que en Chile todavía este muy fuerte, creo que a nivel mundial hay ciertos temas que si van a funcionar y otros que no. Yo el otro día leía un asunto importante en internet que decía que son muy pocas las empresas que logran

que sea más rápido y entretenido comprar por internet que ir al negocio, a mí me ha pasado, yo soy buen comprador de libros, pero no por internet, por que me sale mucho más rápido ir a la librería en el centro, comprar el libro y venirme a leerlo, por internet que esto, que la tarjeta de crédito, ya partimos con los problemas, si bien es cierto yo no soy muy desconfiado, quedar con la tarjeta en el aire que tiene un cupo de 10 mil dólares no es bueno. Y si uno tiene una tarjeta de mil dólares y cualquier cuestión cuesta mil 200 no te lo puedes comprar no más, y además es mucho más entretenido ir a la librería, hablar con el tipo, preguntarle una referencia (interacción) y además yo creo que para la librería también es bueno por que cuando uno va a comprar un libro, no siempre sale con 1 libro, sale con 2 o 3. Ahora (valoración de internet) yo creo que la internet es un muy buen medio de comunicación, o sea por **(servicios esperados)** ejemplo a mí me gustaría que me llegara, en el caso de los libros por ejemplo, sería feliz que me llegara por correo, en el que yo hago clic y me sale una pagina en la que me dicen estos son los libros nuevos, este y el otro cuesta tanto y ud. vaya a la feria del libro y cómprelo. Lo mismo con la cámara, a mí me gustaría que me llegara, ya el puro hecho de ir a los favoritos y cargar ya me da lata. A mí me gustaría que una vez a la semana, el lunes, me llega un correo que yo hago clic me sale la pagina de la cámara yo veo lo que me interesa y listo.

- **En la empresa de uds. Ocupan correo. (Conocimiento y uso de internet)**

- Sí en la mía sí fundamentalmente correo

- **Navegación por paginas web**

- Yo correo electrónico, uno se sienta en la mañana lo primero es ver que tiene, que me ha llegado. Te pones a responder despachar, la **(valoración de internet)** encuentro una herramienta fantástica y de repente me pregunto y como era yo antes. Mi secretaria está fascinada nunca más hizo una carta por que con esto uno inmediatamente reenvía y despachas o responder.

- Más rápido que estar dando las instrucciones, esta listo el texto como si estuvieras hablando por teléfono.

- Mucho más rápido y menos formal

- Es una herramienta de comunicación que yo la encuentro vital, es super ágil y eficiente, ahora yo tengo otra experiencia respecto de las paginas web **(valoración de internet – página web)**, respecto de lo que han hablado, quizás porque me metí mucho, **estamos con Playa Blanca nuestro producto vacacional**, en una pagina que la estamos siempre ocupando y el 60% de nuestras ventas y colocaciones hoteleras son a través de la página.

- es mucho es harto en todo, es muy bueno.

- todos me han dicho que es muy bueno y es una página que por ser un tema entretenido es distinto, porque también tenemos páginas para nuestros edificios de oficina, pero la página web de nuestros edificios de oficina es una página estática, es una página que no es de fin de semanas largos, no hay desiertos floridos, ésta tiene la cosa vacacional que además te relaja, pones unos monos moviéndose, es una página light, distinta, fácil de operar y eso yo creo que no hay en otros. Nos metemos de intrusos

- **a otras.**

- no a otras páginas sino que intrusos a las casas de todas las bases de datos que tenemos de todos nuestros veraneantes, que nadie me ha pedido si quiere ir o no para las vacaciones, pero yo igual me metí.

- **Mandan correo y todo eso.**

- Claro, eso es una herramienta que nosotros la encontramos vital, incluso hoy nos juntamos con la gente del edificio apoquindo y vamos a transformar la página por uno nuevo que le vamos a ir agregando cosas, no sé que cosas le vamos a poner

- Es que el tema turístico es mucho más entretenido

- Es un tema que funciona en este momento, mucha gente viaja, hace reservas y compra pasajes por internet.

- Lanchile por ejemplo (**uso de internet**)
- **Compran por internet**
- Por lo de los bancos no nos gusta meternos, por lo demás información poco (**utilidad del servicio de los bancos**)
- **Algún tipo de transacción comercial**
- Hemos intentado con el portal de free control, no hemos podido partir, que falta la clave, que falta otra cosa, no hemos podido partir todavía estamos en pañales en eso. Tenemos interés en hacerlo.
- Yo quiero agregar otra experiencia en el caso mío a través de las comunicaciones, en el sentido de que realmente(**conocimiento y uso de internet**) esto crea una manera diferente de trabajar, yo vivo fuera de Santiago, en la laguna Aculeo, vivo y trabajo allá, estoy comunicado con mi socio que trabaja acá en Santiago, estoy comunicado con la cámara y además yo represento a la cámara en un programa internacional y funcionamos todo por vía electrónica, entonces en ese sentido no solamente puede cambiar, es más que comunicación, porque nos hacemos cambios de documentos.
- **Cambia la manera de trabaja**
- Aquí en la cámara se hace un documento me lo mandan a mi yo le hago observaciones y lo mando de vuelta, yo hago lo mismo con mi socio, lo mismo en la cosa internacional, lo mando a Noruega o a EEUU, yo creo que en ese sentido es francamente revolucionario. Hasta para la cámara, esto es una cuestión que tiene que estarse ahorrando toneladas de papel.
- **Claro para la burocracia que estaban hablando. Vamos a hacer un ejercicio.**
- **Utilizan intranetr? (conocimiento de internet)**
- No, que es.
- Una red interna, es como el modelo de e construye, es un espacio donde una empresa, por ejemplo, tu empresa recibe, le da un área para que uds. puedan entrar y tener un área reservado para hacer negocios por ejemplo con tu empresa, pero que no está abierta a todo el público, para eso necesitas entrada, una clave y accedes a otra dimensión de contenidos
- En la cámara está.
- Es el área de socios.
- O en los bancos cuando tu te metes a tus cuentas y las mueves.
- Si es por eso, lo usamos, es que no tenía idea de la definición
- Esos dos casos y el banco con bastante complicación.
- Da julepe
- **Concept test**
- **Nosotros le vamos a presentar 3 tipos de páginas. El primero Biblioteca nacional.**
- (valoración estética) Si le cubrimos el título ya me pierdo entero
- Una página sin título no tiene sentido
- **Les gusta o no**
- (valoración contenido) El índice me parece seguro, con eso puedo entrar más claramente a lo que estoy buscando
- Me invita a algo
- **Que este bien definido**
- Eso me gusta
- (valoración utilidad y contenido) Se ve como interactivo
- **De que podría ser**
- De un museo (asociación producto /servicio)
- **Conocen alguna página parecida (asociación a otra página)**
- No
- **que piensan del tema de la distribución de las imágenes**

- **(valoración estética)** Yo encuentro muy chico el menú. (contenido) Las opciones encuentro que debería ser muy claro, muy preciso o si no en leer el menú ya estuviste un rato que
- **y los colores**
- Son claros.(valoración estética)
- Yo hubiera hecho algo más característico el edificio que está chiquitito hacerlo de toda la página. **Eso es biblioteca Nacional**
- Como que no hay una identificación (estética)
- Los colores deben ser los colores de la biblioteca de adentro, las lamparas que sé yo, pero si el edificio me lo ponen en toda la página, ahí yo creo que es la biblioteca y da una sensación de seriedad.
- A mí la experiencia que he tenido es que todo lo que son imágenes es lo que más demora en cargar, entonces en ese sentido le tengo un poco de fobia a las imágenes, ojalá no tuvieran ninguna, tal vez la apertura
- Es que la banda ancha ahí.
- En ese sentido preferiría que me den las opciones por donde puedo entrar con más rapidez y después ahí que me muestren las imágenes
- Menos diseño y más contenido (priorización de los elementos)
- **Otra página (emol)**
- Me carga, a mí me llega esa cuestión y chao. Por la mazamorra de información que hay, además que uso anteojos y le cuesta un poco,(contenido) las letras tienen que ser muy claras, muy precisas. No y además que veo que hay mucha información adicional, que almacenes París, que la Universidad. Hay mucha cosa que, si me voy a meter, voy a estar 2 horas.
- Lo más rescatable es Bazuca.com. Es de mi hermano.
- El mercurio lo ocupo
- Yo poco, pero lo encuentro muy recargado, me gustaría que fuera más clarita, separadita
- Yo encuentro mejor una página densa, así uno navega menos. Es mejor tener la portada del Mercurio en una página que en 5, no tengo ganas de ver 5 páginas. Puedo tener todo el Mercurio y seleccionar, quiero ver esto, no quiero pasar por 5 páginas antes de lo que
- Quiero ver, me carga ir para atrás.
- Yo no navego, por entretenición en general, no porque yo trabajo mucho con el computador todo el día, entonces dedicarme 4 horas más al computador por entretenición, no me resulta entretenido. Entonces estas páginas donde a uno le ofrecen tanta alternativa de cosas a mí me cargan. Yo estoy buscando algo específico, concreto, por eso en vez de entrar a la página del Mercurio, o a cualquiera de las páginas de ese tipo, **(conocimiento y uso de buscadores)** prefiero un buscador, como el google por ejemplo, en que no sale nada y ahí pongo lo que estaba buscando y me voy directo a lo que necesito. Lo que me ofrece 8500 alternativas no me interesa, me molesta.
- **3° página fundación española.**
- Eso me gusta, pero no me dice nada
- Es mejor la presentación que él anterior.
- Tiene menos información, pero al mismo tiempo es poco atractiva.
- Te invita poco a entrar
- La estética de los colores, las letras están bien, pero no
- **En cuanto a la distribución de los contenidos.**
- Para mí sí, lo que uno busca en una página es la simplicidad operatoria, que uno pueda ir entrar y te vas a lo que te interesa.
- Hay habría que estar probando que esos puntitos rojos aparece el dedito de quiero más información de esto.
- Eso es lo que uno busca y pasa mucho de que aparecen páginas de que hay mucha información, pero te habla de un tema pero no aparece más información.
- **Que es lo más importante para una página.(priorización de los elementos)**

- Para mí el servicio.
- Sí
- Yo concibo la internet como una herramienta eficaz, algo que nos ahorra tiempo, que vamos derecho al grano y si requiero, no me va a dar lata, pero si necesito más, ampliar lo puedo lograr.
- Eso es fundamental.
- **Conocen el portal de la Cámara (evaluación de Cámara Chilena)**
- Sí (varios) (conocimiento del portal)
- **Lo han visitado**
- Sí (varios) (conocimiento)
- **Recuerdan la dirección**
- Sí (varios) (reconocimiento de dirección)
- www. cch.cl

Fin primer lado

- cuando entre, es lo que más me preocupa (identificación de áreas y temas)
- Lo que pasa es que uno confunde a veces, llega la información, y también te llega un mail.
- Pasó algo, eso está pasando
- A uno de alguna manera lo obliga a meterse. **(eficiencia en la promoción de la página)**
- A mí esta semana me empezó a llegar un mail con novedades de la cámara. Lo encuentro mucho más cómodo por que uno en realidad carga y listo.**(utilidad del servicio)**
- **Lo hizo**
- Sí, si el tema no es interesante, cambió el tema regulador de las condes, uno dice haber en que cambió y pincha y entra **(ejemplo de la acción)**
- **Entrar al portal es fácil (navegación – búsqueda)**
- Carga rápido?
- Yo te diría que no es muy rápido, pero no es tan lento tampoco.
- Pero si tiene una cantidad de información, es como el del Mercurio
- Esta semana me llegó información atrasada, todavía estaban hablando de edificios que se inauguran cuando eso ya termino. **(actualización de la información-contenido)**
- **Eso es importante cuando uno va a buscar información se encuentra o uno dice, ya llegaron a destiempo.**
- Yo tengo, por ejemplo, **(búsqueda a través del portal)** por este programa que yo estoy a nivel internacional, estoy en varios programas que salen en la página, pero a mí me cuesta encontrarlo, **(identificación de problemas en .la búsqueda)** en ese sentido si eso significa que yo que soy el interesado, lo estoy buscando, me cuesta. Yo supongo que para los otros socios de la cámara es más complicado aún. Y para los de afuera de la cámara es más complicado aún.**(problemas- distinción entre socios)**
- **Porque**
- Por lo mismo, por que **(evaluación del contenido- calidad del servicio)** no hay un índice claro, que te diga donde está. Por ejemplo, yo participo en dos comisiones y me han estado diciendo que salen las actas y hasta el día de hoy no las había podido encontrar, antes de venir para acá lo abrí con la secretaria y lo vi **(identificación problemas en la búsqueda)**
- **Que zonas recuerdan de los contenidos (identificación de zonas y áreas en el portal – conocimiento)**
- El área socios
- Acción gremial lo pasa una vez

- Yo que estoy metido en la parte social de la cámara, me meto siempre en entidades, como está mi fundación, si está hay, los contenidos, si el link con la página de la fundación está funcionando o no. Ese tipo de cosas
- Una de medio ambiente y urbanismo
- Es como cuando uno va a los avisos del diario, si quiero vender el auto voy a eso.
- **Con que frecuencia (uso portal)**
- Yo creo que yo en promedio una vez a la semana máximo
- **Y cuando van a buscar, que tipo de información (navegación)**
- Más por que nos llega (información)
- Nos llega esa cosa como ese correo que nos avisa hay algo
- O sea si no estuviera ese correo
- Una vez al mes a lo mejor
- **Con que color lo asocian (estética-presentación del portal)**
- Rojo y amarillo
- Hay una cuestión media ocre a la izquierda
- Azul
- **Las tres páginas anteriores, a que página se parece más esta. (estética comparación páginas)**
- La de emol
- Tiene más colorido
- Yo creo que esta tiene una característica, un símbolo una imagen
- **Que piensan de la distribución de los contenidos, saben distinguir cada una de las áreas**
- No se sabe distinguir (identificación áreas -)
- Yo se que socios es uno
- Pero después uno se pone a leer, acá yo se que están las entidades debajo del símbolo, eso lo identifiqué, lo demás noticias, estos cuadros son noticias distintas.
- **Consultan la primera parte, panorama económico**
- De repente si hay una noticia interesante uno lo pincha, pero yo te diría esta página yo no la había leído.
- Es la de ayer
- Yo encuentro que esta (utilidad) adolece de lo mismo que lo de muchas otras, por ejemplo la de los bancos o cualquier otra. Están metiendo noticias y están metiendo una cantidad de cosas que son bastante repetidas y que uno las leyó en el diario antes, y por lo tanto, a mí me parece que o están de más o deberían estar en un título que a mí me diga si me interesa, noticias de la construcción y si yo quiero entro a eso, pero no que me las pongan así, porque no necesariamente y ando buscando otra cosa. Por ejemplo, (dificultades en la búsqueda) en el tema del medio ambiente, ahí yo no lo veo entonces tengo que empezar a inventar donde podría estar quienes somos a lo mejor, el medio ambiente no sale.
- Yo creo que nadie entra a esa página para ver cuanto fue el isa (ipasa)
- **Eso es interesante**
- O cuanto esta la UF, te vas a otra parte
- No es una herramienta de consulta permanente (frecuencia y uso), quizás eso fue lo que quiso ser o lo que quiere ser, pero no lo es, aun no lo es
- **Que elementos de información para hacer que fuera una herramienta de consulta permanente.**
- Por ejemplo, las actas del comité (servicio -contenido- esperado) debería haber una zona privada entre comillas, yo le tengo tirria a lo privado, creo que va en contra de lo que es internet, internet es totalmente transparente, esa es la esencia de la internet, privada va un poco en contra, entiendo que deben haberlas por algunas razones. Pero en una página como está cualquiera tiene el derecho de ver el acta de comité de proveedores. Por que no

- H
- Pero eso lo puede ver un japonés en el Himalaya
 - A tu página
 - Las actas yo creo que es una cuestión importante, yo creo que todos queremos saber que pasa en otros comités a parte del nuestro, que problemas está discutiendo por ejemplo, proveedores, que problema está discutiendo obras públicas, que licitaciones están listas.
 - **De un comité a otro pueden no pueden entrar a la área**
 - Sí claro
 - Yo nunca he entrado a otro, pero debiera poderse
 - Si tu te refieres con público a que cada uno de nosotros debiera poderse a cualquiera de los comités, eso definitivamente es así, pero que eso lo pueda leer alguien de fuera de la cámara, las actas internas de nosotros, no se puede
 - Entonces eso tendría que ser después del password.
 - Eres socio y después del password, te puedas meter comité, comité y que se te abra
 - Eso sería muy interesante
 - **Vamos a hacer un pequeño ejercicio, vamos a tapar el logo de la cámara. Que pasa con la imagen corporativa (presencia de marca)**
 - Para nada podría ser un emol
 - **De que podría ser esa página si no es de la cámara**
 - De cualquier cosa
 - Del diario estrategia
 - Del mercurio
 - A mí se me ocurre que puede ser del instituto militar
 - O del ministerio de economía
 - **Que esperan de la página (servicio esperado)**
 - Saber que pasa en la cámara en general, queremos saber que problemas tienen las distintas ramas de la construcción, queremos saber que sé esta haciendo, los planteamientos de la directiva de la cámara, que se está haciendo en algunos temas de importancia nacional.
 - Que se está hablando con la autoridad, sería muy interesante por ejemplo que se está hablando con la autoridad, cuales son los temas que están caliente, esta semana se hablo con el presidente de la república, para saber uno
 - O vamos a hablar la próxima semana o el próximo mes.
 - Mejor aún por que ahí uno podría, prepararse además
 - Si sabemos que la próxima semana va a ir le mando, no dejes de tratar este tema o que sé yo
 - Una cooperación de parte de los socios
 - **Uds. piensan que los contenidos están trabajados seriamente (confianza contenidos)**
 - Bueno eso, a mí me pasa con la cámara algo especial, confío plenamente en lo que dice la cámara. A mí si viene algo en la cámara, eso es así
 - Sobre todo en las cosas que uno dice, cosas jurídicas, si te dicen que eso es así, tú te sacas la chaqueta con otro que está en otra posición, tú lo das como un hecho total.
 - Es confiable, una información en el ambiente jurídico, laboral, es confiable. Es la sensación que yo tengo por lo menos.
 - Lo que no nos pasa con los precios decíamos, es otro tipo de información. O sea aquí hay dos tipos de información, hay una que creemos que los medios de información son confiables.
 - **Les vamos a mostrar potenciales nuevos servicios en internet y les vamos a pedir su opinión al respecto. (evaluación de propuestas de servicio)**
 - Me permites que te interrumpa un poco volviendo todavía atrás, yo creo que la cámara tiene una cantidad de información internamente que yo no la veo obviamente en la página, a lo mejor está pero yo no sé si está (servicio esperado)

- **Pero no está claro el camino por donde acceder a esa información**
- **(percepción de servicio boletín informativo)** Por ejemplo, lo que mencionaban funcionaban antes en el boletín, en el boletín salían antes un montón de estadísticas de una serie de cosas, por ejemplo más que la UF de hoy que yo la veo en el Mercurio, me interesa mucho, por ejemplo, que estén en un archivo al cual yo pueda acceder la estadística de la UF de los últimos 20 años por si lo necesito de repente para algo, yo sé que la cámara lo tiene, pero no sabría como entrar a eso, por ejemplo **(servicio esperado)** tienen estadísticas de la construcción de todo tipo, que deberían estar o uno debería poder acceder.
- Las ventas o eso también
- Lo mismo en el departamento legal, el departamento legal de la cámara hace un trabajo fantástico de la análisis de las leyes y todo eso, yo no sé dónde están.
- Lo mismo en la condición laboral nos entregaron un paralelo entre que lo que había y que es lo que es la nueva ley laboral, ese paralelo es interesante que también estuviera. Ahora a uno le llega por papel, pero poder consultarlo a veces.
- Yo tengo unos altos de los boletines legales que no sabría que buscar ahí, por ejemplo si yo necesitara, de repente me aparece a mí la necesidad de un tema legal en particular me encantaría poder entrar a departamento legal y decir búsqueme que hay de tal cosa.
- **Existiría un índice, si uds. tienen todos los boletines estadísticos anteriores**
- Resumen por contenido para poder meterse
- Número tanto, año tanto, si uno lo tiene en su poder uno puede buscarlo
- **Vamos a presentar algunos de estos servicios. Directorio de empresas socias de la cámara que ha sido creado de la base de datos (evaluación de los servicios propuestos)**
- Bueno.
- **Que tipo de información debería contener esta guía**
- El nombre, la identificación, la empresa, la dirección, el mail, que sé yo y a que actividad se dedica.
- **La presencia de ejecutivos, uds. mismos como ejecutivos, les parece adecuado, pensando** en el nombre y el cargo
- **(acceso a la guía)** Yo tengo la primera reserva sobre esta cuestión, yo creo que tiene que haber algún mecanismo de filtro o de registro, de los que consultan esta cuestión, porque si no después uno se empieza a llenar de basura.
- **Esa es la otra pregunta quienes debieran tener acceso.**
- **(acceso a la guía)** A lo mejor cualquiera, en la medida que quede debidamente identificado, por que a mí cada vez me está empezando a llegar más basura por correo electrónico y es por que me han sacado de alguna lista. Yo creo que los que accedan a esto queden registrados o algo
- Nosotros tenemos un sistema que dice, si ud. no quiere seguir recibiendo esta información clic aquí, de tal manera que ese cliente sabemos que está saturado y no quiere que le sigamos mandando boletines. Pero eso cuando a uno ya le llega una vez, ya le molesta a veces, eso es lo que estás diciendo
- La experiencia que yo he tenido con eso, sin embargo cuando yo he contestado esa cuestión, en algunos casos después me llega de vuelta y me dice dirección errónea.
- **Existe mucho abuso de ese tipo de ideas. Esto es una agenda de eventos imaginemos que en algunos de esos días esta presente actividades de la cámara que valoración.**
- Básico
- Clave
- Muy bueno, por que tú seleccionas lo que quieres
- Los hitos que van a pasar
- Super interesante
- **Que tipo de información creen que debe tener.**

- Eso es relativo por que cuando uno está participando activamente de algo, uno sabe las reuniones que uno tiene y uno tiene su propia agenda. Entonces en ese sentido que me estén mandando información de los otros comités en los que yo no tengo nada que ver me voy a llenar de cosas
- **Pero no solamente pensemos en que tipo de información debería tener, que otro tipo de eventos**
- Lo que pasa es que esto a lo mejor como la cámara tiene 30 mil actividades distintas, a lo mejor lo que vas a hacer es este mes con actividades de la mesa y del directorio y tienes información y en la tarjeta siguiente no es que aparezca el próximo mes, sino que coinsert otras actividades
- De alguna manera organizadas por áreas, la comisión del ambiente, comisión laboral o comisiones
- Y además pones cosas que salen del comité que son cosas externas, que son ferias o reuniones internacionales
- Señales eventos
- **Quiénes deberían tener acceso a esta área? (acceso al servicio)**
- Los socios
- Si son cosas relativas a la construcción en general, para cualquiera. Cosas internas de la cámara para los socios
- Participan municipalidades
- **Uds. les gustaría recibir en su mail cuando aparezca una nueva información o se registre un nuevo evento**
- No
- Yo creo que hay que **(servicio esperado)** recibir un mail una vez a la semana con las novedades, un si uno quiere entrar si quiere y listo. Una información que se menciona aquí que no quiero dejar de mencionar, es que yo creo que ni en el boletín informativo, ni en ninguna parte, más que en el libro de vuelos de lufthansa salen las ferias del mundo y esto es una información que uno aprecia mucho y no solamente en el tema de construcción, por ejemplo por un caso banal a mi me encantan los autos, por ejemplo si hay una feria de construcción en Hamburg y coincide con una de auto en Zurich lo mas probable es que yo me de una vuelta. O que se yo. Un ejemplo de esto es el libro de ferias de lufthansa, que tiene un libro de ferias estupendamente bien hecho, que tiene por supuesto muy fuerte la parte alemana, pero además tiene la parte del mundo.
- Pero sabemos que está en la pagina de lufthansa así que podemos hacer un link para allá y listo.
- **Conocen el concepto de e-learning o aprendizaje on line.**
- No (todos)
- **Básicamente se trata de educación a distancia que se está utilizando en otras latitudes para lo que se refiere sobre todo seminarios de actualización, formación de ejecutivos, etc. Y se realiza obviamente a través de internet. A uds. que les parecería que la cámara realizara actividades a través de esta vía? De formación, de actualización.**
- Como funciona eso en un horario determinado o es una página que uno va visitando
- **Hay como dos modelos uno a distancia sincrónico y otro a distancia sincrónica que existe una persona invitado internacional con una charla por ejemplo.**
- Yo pienso que no, por lo general, la parte más interesante de los seminarios no es tanto lo que expone sino también lo que pregunta la otra gente, y un poco el feeling del tema, porque uno en realidad uno frío como un pescado, el tipo te puede decir cualquier cosa
- Tal vez podría tener algún interés en alguna cosa a distancia que se realice a mucha distancia
- O tú no tengas tiempo, me voy a gastar tres días para ir a una conferencia, no puedo.
- Teleconferencias

Edtavel

- Aquí hay un problema, eso yo lo encuentro como algo entretenido y la verdad es que el computador no lo ocupo para entretenerme, es más bien una herramienta de trabajo.
- **Y podría servir para la gente que trabaja con uds.**
- Sí, pero muy coladito
- Lo importante
- Dentro de las corporaciones de la cámara hay una corporación de educación y otra de capacitación, este tipo de cosas tendría que estar en estas corporaciones.
- En el portal
- Ahora para un tema de seminario, a lo mejor podría ser, para darle más difusión, pero para un tema de capacitación y entrenamiento no
- Habría que distinguir eso dos.
- Yo insisto en que lo que sirve para nosotros sirve para nuestros empleados, si nosotros queremos que un empleado nuestro aprenda bien un tema lo mandamos a un seminario activo y si no le compramos un libro y hacemos que se lo lea. Si no lo mandamos igual que nosotros, ellos son igual que nosotros, no veo por que ellos, nosotros podremos divertirnos un poco más, eso es todo. En educación hay un par de principios bien importantes, hay como un 15% que se aprende de los profesores, un 20% de los padres y el resto de los compañeros de curso. O una proporción así pero una parte importante del aprendizaje de los niños son los compañeros de curso, entonces yo creo que esto no es solamente para los niños, sino que para los grandes también, una buena parte importante de lo que uno recibe no esta en el interlocutor, está en las preguntas, en los comentarios que uno hace después, en el fondo el interlocutor lo único que hace es siembra la pregunta, siembra la duda y que la resuelva el público
- Ahora si el presidente de la cámara va a las Naciones Unidas a dictar una charla,(servicio esperado) me gustaría verla, pero no voy a pegarme el pique para ir para allá, ahora si tengo la alternativa de verlo me voy a mandar una hora o dos viéndola por internet.
- Es posible
- (acceso) No se como se dan estas cosas pero por ejemplo un seminario que este dando la cámara que a nosotros nos interese difundir al público.
- Por ejemplo a los socios de provincia
- (acceso)O al público cualquiera,
- **Sí, claro. Es posible**
- Por ejemplo que alguien se conecte a la página en ese momento, eso si que sería interesante, por que (utilidad)eso es parte de la difusión de la cámara.
- Sí, (utilidad)serviría para los consejos, poder hacer consejos a nivel nacional, sin necesidad de que todos los del consejo estén, o las asambleas de socios. Estar en la cámara y que estén participando los socios de provincia en una pantalla, no es lo mismo pero tu sientes. A mí me paso he ido a Casa de Piedra a celebraciones políticas y uno ve ahí, y simultáneamente están los del otro lado, los de La Serena, es entretenido, estar oyendo el mismo mensaje en todos al mismo tiempo, para eso sirve.
- En un sentido más específico una queja permanente que tenemos de los socios de provincia es que no saben lo que está pasando en Santiago, entonces en ese sentido cualquiera de los comités ambiente, cualquiera, a lo mejor tener algún mecanismo así y poder estar comunicados.
- En los mismos directorios, (utilidad)ffijate que para un directorio regional, deberían ver esto con mucha simpatía, podrían estar participando de su oficina del directorio.
- **Y un boletín electrónico**
- **Esto es parecido a lo que invento la cámara en el sentido de avisarles de que hay novedades, que hay algunas cosas nuevas dentro del sitio, como valoran algo así.**
- Yo creo que tendría que estar dividido por temas, por que justamente una de las virtudes de la cámara es que aquí agrupamos a todos lo que tiene que ver con la construcción, po

- lo que hay muchos temas diferentes, a mí no me interesa el tema específico de los materiales eléctricos, por ejemplo. Que estén por categorías de cosas.
- Yo no sé si existe la posibilidad en esto del boletín, que uno se inscriba que van a haber boletines de distintos temas y que uno diga estos temas si mándamelos. Estos no. No se si eso técnicamente se puede.
 - Si técnicamente se puede
 - Mandar a todos los socios pero segregado
 - En forma segmentada.
 - **Vamos a la otra, foros de opinión. Han participado alguna vez**
 - Como un chat
 - **No es un chat es como esto es una pregunta y uno dice envíe su opinión y queda publicado creen que algo así sobre temas que les interesen**
 - La ley laboral
 - Yo creo que es interesante
 - Es una buena herramienta de dar su opinión. Y creo más, creo más en esto que en un codisep? que habremos 90 participantes, en que se inhibe la participación frente a estos temas, somos 90, esto pasa yo lo veo en el chat de los niños uno escribiendo tu opinión de los temas es mucho más osado, realmente la das, con más facilidad.
 - Aquí yo creo que puede pasar lo mismo, ahora lo siento por el gallo que la recibe, por que puede llegar a ponerse salado
 - Yo opino distinto, yo creo que uno cuando da una opinión necesita un feed back rápido, uno está dando una opinión, testando no más a ver si estamos bien o estamos mal no necesariamente una opinión que uno comparte.
 - **Eso sucede, hay una contestación**
 - A mí me ha pasado, te hacen encuestas en una serie de páginas, que opina ud. de y tu contestas y lea la respuesta de otra gente
 - Interesante
 - **Si esto se implementara quienes debieran acceder (acceso)**
 - Deben haber secciones de nuevo
 - Dependiendo del tema uno tendrá que ser restrictivas para los socios y otras abiertas a público
 - Porque puede ser interesante saber como el público esta recibiendo el servicio de la cámara, o quejas de empresas constructoras.
 - Sí claro.
 - Una línea directa media complicada también, hay que aceptar criticas.
 - **Esto esta relacionado con lo que tu estabas mencionando antes, muchas veces actúan en forma conjunta, una encuesta a los socios como lo valorarían uds. En este caso simplemente estadístico**
 - Me parece bien positivo
 - **Que tipo de consultas**
 - Fundamentalmente cosas contingentes
 - Hoy día la ley laboral
 - Respecto que opina ud. de tal y tal, preguntas específicas y uno poder decir me parece que sí, me parece que no.
 - A mí las encuestas me cargan
 - Y las de la cámara
 - Yo no las lleno
 - Yo las lleno todas
 - Es como un cuestionario
 - Por lo tanto para mí tendría que estar muy bien diseñada la encuesta
 - Ya estamos terminando

- **Esto es tutoriales, guías simples que le explican como acceden, sería importante que este presente en el portal como por ejemplo para esta navegación complicada**
- Yo los manuales en cualquier idioma no los entiendo, el problema es la forma como se redactan las explicaciones en los manuales, si este tutorial va a ser una explicación que no la voy a entender no me interesa.
- Tendría que ser algo muy sencillo.

Termina la conversación

Car-men Vaccari
Princesa
SOCIOS CCHC: No usuarios activos.

Participantes:

- Compañía*
- 1) Gustavo Lange (empresa constructora PRECOR, tema industrial, institucional, comercial. presidente de la acumulación de desarrollo tecnológico.)
 - 2) Vania-Facaro, trabajo en la empresa XXXXXX, fábrica de ladrillos. Soy gerente de ventas y colaboro en la cámara como vicepresidente del comité de proveedores.
 - 3) Tadasí Asañ, soy consejero de la cámara y participo en la comisión de ciencia y tecnología en la confederación de la producción y comercio.
 - 4) Pedro Grau, soy gerente general de prefabricados Grau. He participado de la cámara desde hace años, pero ahora estoy un poco alejado.
 - 5) Igual que Pedro estoy alejado de la cámara y soy consejero del comité de contratistas generales y temas como estos son importantes de realizar en grupos pequeños, lo hemos hecho en otras oportunidades.
 - 6) Ricardo Cherwin, director de McKensey-Hill, la empresa constructora, estoy reemplazando a mi hermano. Nuestra empresa es conocida por un estudio que hace cada 6 meses respecto de las áreas de espacios de oficinas, estamos concentrados solamente en oficinas y hacemos consultoría, corretajes, etc. Yo no tengo ningún contacto con la cámara.
 - 7) Daniel Salinas, de la constructora Daniel Salinas una constructora bastante antigua en el ramo de la inmobiliaria. Soy miembro del Comité de vivienda privada, donde soy consejero.
 - 8) otra persona que no escucho nada. El último en llegar (atrasado)

PROQ: Les sintetizo los objetivos de la reunión de hoy: captar su apreciación sobre el desarrollo tecnológico y básicamente de la herramienta de Internet Dentro de lo que es su ámbito de trabajo. A lo largo de la reunión, trabajaremos en distintos aspectos que tomaremos como herramientas para terminar haciendo un análisis sobre cuál es el servicio que está brindando hoy la cámara chilena de la construcción a partir de su portal.

PROQ: Veamos esta palabra, que es muy conocida, y les preguntamos con qué concepto asocian Uds. la palabra CALIDAD.

ENTREV: Cumplimiento, Control, Eficiencia, Satisfacción de necesidades de los clientes, símbolo de liderazgo.

PROQ: Si Uds. dijeran qué empresas además de las propias, son reconocidas como marcas de calidad

ENTREV: FINANS, IBM, TOYOTA

PROQ: ¿por qué las asocian a calidad, qué encuentran en ellas particularmente?

ENTREV: Han dado un servicio excelente; productos de alta confiabilidad

PROQ: Con qué factor se asocia una empresa con mala calidad

ENTREV: XXXXXXXX

PROQ: SERVICIO. Con qué se asocia la variable de servicio

ENTREV: velocidad de respuesta; arquitectura es un servicio que se da hoy día, porque hay un requerimiento, los profesionales lo toman y lo transforman en un producto, a lo mejor el producto, no es material, sino un producto intelectual que se expresa.

Por otro lado servicio es lo que colabora en el trabajo que uno hace, es una forma de apoyo, se puede tener una gran cantidad de oferta, que es lo importante en el tema de Internet, pero un verdadero servicio es el que le colabora a uno realmente. En Internet uno de los problemas es que es donde más hay información que podría asociarse a servicio, pero en realidad no está muy claro si hay clientes que lo necesitan

PROQ: Uds. que están en el tejemaneje de las empresas: ¿es realmente importante el tema de servicio, concretamente?

ENTREV: El área de servicios en este momento, es lejos lo más importante es la tecnología que existe actualmente y que va a generar un producto mejor que los otros, yo hablo de mi área, ladrillos: ya todas van a ser todas iguales. En lo que uno se va a diferenciar es en servicio, si cumples, si tienes o no, si llegas a la hora que lo piden. Yo quiero agregar, que hay unas palabras que yo empleo casi cotidianamente en nuestro país, que es la vocación de servicio. Creo que es algo que debería enseñarse desde el Kinder. Eso afecta la efectividad en los servicios

PROQ: Qué empresas reconocen como empresas de servicio, que se diferencian del resto, por una buena calidad de servicio.

ENTREV: Bellsouth, te ayuda, llamas por teléfono y aparte de una voz amable te guía y te ayuda. Yo considero el servicio como la parte que viene después de la venta. La venta todo el mundo la percibe como una cosa fácil, porque entra la plata a quien vende. Pero el servicio que viene después es lo que mucha gente que vende no atiende, entonces uno se lleva una mala inversión cuando uno compra y lo tratan bien, pero de ahí en adelante te dan la espalda.

PROQ: Entonces sería como un servicio de post venta.

ENTREV: claro, no es lo único del servicio, pero uno tiende a pensarlo como lo que viene después de la venta

PROQ: Les presento el logo de la cámara chilena de la construcción, con qué lo asocian

ENTREV: acción gremial. Pienso que es un lugar de encuentro, donde la gente puede tener 2 motivos principales: un motivo de recibir y un motivo de aportar, pienso que en ese sentido, en este encuentro uno puede transmitir experiencias de las buenas y de las malas, para que beneficien a otros y a la vez otros también pueden entregar vivencias e información que también pueden servir desde un punto de vista de la actividad que uno está desarrollando, que es la construcción

PROQ: y con relación a la calidad y el servicio, si tuviéramos que evaluarla del 1 al 10, en qué nivel ponemos a la cámara chilena de la construcción en lo que es servicio

ENTREV: hay una parte la cámara que es celular en cuanto al dinero. Pero la verdad que en la historia, la cámara se ha conformado en mucho más que eso, en una cabeza del ministerio (¿?)económico, en un centro de reunión del sector privado frente al gobierno, con quien hemos tenido buenas relaciones, yo creo que también nos ha tocado avocarnos más al servicio gremial.

PROQ: y en cuanto a la calidad de servicio también va lo que sería una red social, ¿no?

ENTREV: exactamente, esto es lo que sería una graduación del blanco al negro, hay matices, hay entidades sin fines de lucro, hasta algunas que claramente son de negocios. Creo que a Ricardo Cherwin habría que preguntarle, porque como es primera vez que viene a la cámara, yo creo que es importante cómo la ve desde afuera, alguien que nunca ha estado acá adentro.

Para mí la cámara me da la impresión de ser una cosa bastante importante, bastante abarcadora en el país, de una actividad que definitivamente es la que da más empleo en el país y por lo tanto tiene un impacto muy importante. Yo creo que la actividad de la construcción es lo más fundamental, pienso en actividades como la arquitectura, la salud, otras áreas y se me ocurre que la construcción es una de las cosas más gravitantes que hay en Chile, por lo tanto a la cámara, la veo como la cabeza de esa cosa muy gravitante

PROQ: Qué beneficios encuentran en el servicio que les están brindando en todo el tema gremial

ENTREV: Hay que tener cuidado, yo diría que hay quienes estamos bastante cerca de la cámara y los que simplemente pagan sus cuotas a la cámara y se preocupan sobre

"qué me da la cámara a mí", "los otros qué me importan, yo quiero que a mí me mantengan informados de los temas que a mí me interesan, que me ayuden a ser competitivos"

PROQ: la parte del boletín informativo, es un buen servicio?

ENTREV: Creemos que es muy valioso, ha habido cambios en el formato del boletín, creo que ha ido mejorando. También estoy consciente que las publicaciones en papel son valiosísimas, mucho del traspaso de información llega por otros medios y entre que llegue la revista a la oficina y pase por un escritorio hasta que alguien se entere, muchas veces es difícil que llegue hasta el escritorio de los profesionales. Esa es una de las preocupaciones que tenemos en la cámara, que la información tecnológica llegue a cada uno, que no se pierda en esa maraña.

PROQ: Haciendo un resumen: Entre las cosas que hay que mejorar es difícil establecer una nota a la calidad del servicio de la cámara porque habría que manejar muchas variables

ENTREV: Creo que el servicio que da la cámara, depende de la persona que busca el servicio, porque si uno busca dentro de la cámara, encuentra. Quizás la información no te llega siempre a tu escritorio, pero en medida que si hemos tenido problemas gremiales, al traerlo, al conseguir cosas en el SERVIU, en los organismos, en el MOP, si uno quiere, lo consigue, pero también es parte de cada persona que está en el tema

PROQ: O sea, ¿hay información?

ENTREV: Hay, pero uno tiene que buscarla, a veces tener 2 o 3 reuniones y se arman cosas complejas, como una comisión, o liderar la comisión, es trabajo para uno pero se tiene que hacer

PROQ: Pero se le puede poner nota o no

ENTREV: Es que son áreas difusas, depende del sector. Por Ej. En el último concejo nacional, el presidente nos informó que la cámara llega a 7 millones de personas dentro del país. O seas llega a la mitad de la población de alguna manera. Por otra parte la importancia del concepto de solidaridad que ha creado esta organización gremial, fue la primera institución que visualizó la asignación familiar, hoy es algo común pero fue en el ámbito de la construcción, ayuda a su gente, a sus trabajadores por una parte; por otra la defensa de los intereses de las instituciones y empresas socias de la cámara y todo esto va generando un espíritu, una visión cámara, por tanto no es fácil decir de 1 a 10 cuánto vale

PROQ: Por eso digo que depende del tema al que nos refiramos, no es fácil colocar una nota global a un logo que aparece ahí, sino dependiendo de qué servicio, variable, contexto, historia, acción en el país. Podría tener notas sectoriales, por área

ENTREV: En el aspecto gremial, está hecho de algunas personas que trabajan acá que dedican tiempo y diría que eso es admirable, es como los clubes deportivos a la antigua, que los socios hacían cosas. Buena parte de lo que hace la cámara se debe a los socios. Se arman grupos de trabajo, se comparten inquietudes, tiene esa magia. Mucho de lo que es la cámara, lo hacen los mismos socios, eso es algo muy importante. No es buscar información porque yo aprieto un botón y la voy a tener. También involucra la gestión de cada uno

PROQ: Por qué la gente hoy en día se motiva a participar

ENTREV: Yo represento a mi empresa básicamente, y llegué a esta cámara y empecé a tomar cosas nuevas por el comité donde estaba

PROQ: Pero cuales son los beneficios de Uds. Hoy que tienen una participación activa

ENTREV: Es parte de tu trabajo. Necesitamos estar en contacto con nuestros clientes, con nuestros pares, para eso no se logra solo recibiendo, sino también hay que dar. Hay una conciencia de eso. En el comité nuestro, que es un comité de industriales, se ha convertido mucho en de profesionales. Creo que tenemos una conciencia que compartimos: necesitamos estar donde están los mercados, donde están definiéndose los productos, las arquitecturas o los urbanismos y hay que estar ahí. Pero para poder

tener información, hay que dar, hay que hacer una contribución, eso motiva fuertemente el suministro, el ser una cosa mixta que va para los dos lados

PROQ: En el tema de Internet. ¿Qué significa para Uds. Internet?

ENTREV: Coincido en que es una gran solución para la cámara y para la estructura del edificio donde vivimos, no seguir acumulando papeles, esto se diseñó para determinados archivos y llegado un momento, el centro de documentación no daba. Ahora, la velocidad es tan vertiginosa que uno no tiene tiempo de estar pinchando todo el día. Ayuda mucho, cuando uno está en contacto permanente con la cámara, uno se informa por irradiación, además que como consejero se tiene el compromiso y la obligación de estar informado y si está en el directorio, con más razón. Entonces yo diría que Internet, va a ayudar físicamente un montón aquí se da cuenta uno la cantidad de papeles que no leía y que tenía que leer, es un aporte. Ahora, seamos selectivos, quiero volver atrás y destacar que en la cámara hay algo nítido: hay 250 profesionales que trabajan acá 4 hrs. A la semana como mínimo. El brain storming que se hace a la semana, gratis, y este patrimonio está aquí en la cámara. Obviamente que para eso costó mucho formarlo, sobre todo con el crecimiento que tuvo la cámara. El Staff que tiene la cámara es relevantemente superior en cuanto vocación de servicio, a cualquier organización que hay en Chile. Afortunadamente, estas células de la cámara a través de sus distintas organizaciones gremiales o de red social, se ha podido diluir. Esto no es un monstruo inmanejable, patrimonialmente sí, pero no en eficiencia y como detrás de los directorios de las entidades hay generalmente profesionales que por algo están ahí, eso tiene una dinámica de por sí. Con eso quiero decir que la burocracia es el enemigo común a nivel país. Si Uds. analizan los acuerdos en los concejos, nosotros andamos detrás de definiciones y les exigimos al gobierno que tiene que ser como nosotros y eso es doloroso, porque la modernización del estado no ha sido asumida en Chile jamás y cuando tenemos interlocutores del estado, del MOP, vivienda y todos los organismos anexos, sin hablar de la parte ambiental, tenemos una vara de medida totalmente distinta. Quiero decir que sería ridículo ponerle una nota, pero respecto a esto que viene, sería un espectáculo porque nos quitaría horas hombre y saliva para convertir a nuestros interlocutores

PROQ: Ahí hay un mono que sale con un signo de interrogación y la pregunta es ¿quién creen Uds. que utiliza Internet?

ENTREV: las empresas, los niños, los profesionales jóvenes. Jóvenes profesionales, los que tuvieron desde que entraron al colegio en adelante. Internet es un mal necesario, cada vez más necesario, pero es un mal. Porque cada vez abre más cosas, más alternativas y uno se empieza a perder. Tratas de buscar algo en Internet y me cuesta mucho el manejo y pierdo un tiempo enorme y si pesco una revista lo voy a encontrar mucho más rápido.

PROQ: ¿Es difícil Internet?

ENTREV: yo lo encuentro enredado, para mí, que no soy como el resto de los niños. Para ellos es todo muy lógico. Para mí es absolutamente ilógico cada paso. Reconozco ser yo el formado distinto.

Internet da la sensación que uno está muy comunicado, da mucha información, entonces uno está sólo y muy comunicado, yo creo lo contrario de la cámara ya que uno viene, conversa y tiene un sentido de pertenencia, creo que es un desafío que Internet de en la cámara de mantener ese sentido de pertenencia y participación. Yo creo que esta interacción que se produce, aunque creo que es posible producir interacción y pertenencia a través de Internet

PROQ: ¿Internet puede ser un peligro en el sentido de la pertenencia a la cámara o den menos encuentros?

ENTREV: hay una posibilidad de aislamiento. Es un peligro

PROQ: ¿qué piensa el resto?

ENTREV: yo lo uso a diario y me siento mejor con ir comprendiéndolo, pasa que yo me dedico mucho a las importaciones, como domino bien el inglés, tengo una penetración a todos los rincones del mundo porque me dedico a importar lo que venga, porque para mí Internet son 2 cosas: uno es el mejor sistema de comunicación que se ha inventado hasta el momento. Uno llama por teléfono y las personas pueden estar ocupadas mientras que a través del **email**, uno manda todos los mensajes, la gente los recibe cuando los quieren leer y responder. Es el gran respondedor sobre todas las interrogantes, uno q

quiere saber algo... El problema es que uno tiene que encontrar, es una cosa compleja, es como el comprador que empezó recién y no sabe mucho como llegar a distintos proveedores v/s el que tiene mucha experiencia que llega con rapidez a muchos proveedores. Creo que Internet es maravilloso.

PROQ: ¿Dónde se ocupa más Internet, en el trabajo, la casa?

ENTREV: Mi comunicación por email es para todos lados, pero para buscar temas y cosas es mi casa

PROQ: Pero Ud. utiliza Internet frecuentemente?

ENTREV: no

PROQ: cuántas horas en una semana

ENTREV: depende de lo que necesite. A veces puede ser una hora en la semana.

Yo la uso más que nada para comunicarme, creo que Internet es un mecanismo de comunicación muy bueno, pero primitivo aún, adolece de una serie de cosas. También por más que hayan buenos buscadores, uno tiene que leer un montón de cosas que no le interesan. Debería haber un filtro

PROQ: en el lugar de trabajo de Uds. se ocupa Internet

ENTREV: sí. Hay que diferenciar lo que es el correo, del resto de internet. El correo lo ocupamos todos

PROQ: El correo lo utilizan masivamente

ENTREV: sí

PROQ: respecto al acceso a Internet, ¿acceden a página web?

ENTREV: En mi caso, como empresa, nada. En el caso industrial se ocupa bastante, sobretodo en el tema internacional, da facilidades, compartir experiencias sin necesidad de un diálogo directo, por catálogos de otras empresas o búsqueda de proveedores o de maquinarias.

En mí área no, pero en las de producción sí, traspaso de archivos o planos

PROQ: Tienen tiempo para navegar en Internet en sus trabajos, se toman el tiempo

ENTREV: Navegar por navegar no tiene sentido, eso puede ser en un inicio.

PROQ: Pero en el caso que no tuviera tiempo para usarlo, delega esta herramienta para que otro busque.

ENTREV: Para mí trabajo, no uso Internet, a no ser para el diario, pero para eso tengo tiempo en la casa, no en la oficina. Eso en mí oficina. En las áreas de producción sé que lo utilizan bastante, para buscar productos, proveedores.

Yo tuve una experiencia muy reciente, fui a hacer una construcción chica al sur y todo lo de los proveedores los traté de hacer por Internet y te empiezan a rebotar las cosas, te devuelven. La gente tiene Internet y le ponen los catálogos (hablo de Chile) eso es lo que yo llamo la vocación de servicio: el tipo que se mete a Internet y no le sirve Internet, está engañando. Y eso tiene relación con los empresarios en que tenemos que perder mucho tiempo. No creo que yo alcance a usarla más de una hr. Lamentablemente. Posiblemente hay muchas empresas grandes que pueden tener un departamento de ingeniería o una oficina técnica, para eso es más fluido. Pero en Chile al contratar algo hay que estar siempre cateteando. Se ofrecen servicios por internet pero cuando uno trata de entrar, tiene problemas la página web. En Chile la calidad de servicio de internet es un triángulo, la eficiencia es pésima.

En la empresa nuestra yo diría que el 99% de la búsqueda es bajísima. Creo que lo de la búsqueda se complica y se necesitan filtros, entes intermedios que seleccionen. Creo que se necesita un ordenamiento, creo que en ese sentido la cámara ayudaría algo. En una empresa diría que sirve poco

PROQ: Como identifican el concepto de buscador, ¿conocen alguno?

ENTREV: yahoo; desconcierta en las noticias cuando dicen "yahoo se va cayendo" entonces uno le pierde confianza. No confío, ellos se destruyen, la competencia globalizada es nefasta.

PROQ: Les presentaremos unos portales o páginas web y queremos saber su opinión. El portal de la biblioteca nacional de Chile, qué les parece estéticamente, como imagen

ENTREV: malona. Pienso que no se aprovecha en todo el espacio que dispone, cuesta leer lo que quieren decir, además la parte gráfica se ve difusa, a primera vista no se capta el sentido de lo que quiso decir.

PROQ: si les tapamos el título y le sacamos lo que dice Biblioteca Nacional de Chile, con qué otro producto y servicio relacionarían este portal

ENTREV: Correos, Turismo. Me parece la entrada a una enciclopedia

FIN LADO A

LADO B

PROQ: a qué apunta el tema

ENTREV: la gente que llega ahí quiere buscar en la biblioteca, tiene sus opciones claras, te permite ir directo a lo que uno está buscando, ahí tengo el menú. No necesito tener submenús para adentro. Lo más importante de un portal es que sea rápido, si bajan muchos elementos se aburre. La gente busca cosas claras, la navegación es un tema que durará poco. Quizás no sea muy bonita la página, pero corresponde al sentido clásico de ocupar la biblioteca

PROQ: Estéticamente como la encuentran

ENTREV: Creo que es muy recargada, el título muy lejano. Prefiero el título horizontal

PROQ: de 1 a 7 qué nota le ponen

ENTREV: 4

PROQ: La otra es una página conocida, emol.com del mercurio. ¿qué les parece visualmente esta página

ENTREV: Aquí entra la contaminación de la publicidad que cambian las páginas. La publicidad a mi me molesta en general

PROQ: Si le sacamos el título, con qué producto y servicio la relacionarían

ENTREV: Para noticias, aún sacándole el emol. A una revista que yo nunca leo, de cable, que tiene los programas de televisión

PROQ: En qué parte sería lo primero que harían el click

ENTREV: una página que yo ocupo es esa y la encuentro muy poco atractiva, muy saturada, me molesta, pero la ocupo porque conozco el mercurio, se que encontrar y me es más fácil

PROQ: qué beneficios le encuentra

ENTREV: No es malo, la lista de la izquierda es un índice claro y fácil de ver, es una página que cambian cada hora, entonces sé lo que dirá el mercurio del día siguiente. Pequeñas ventajas de ese tipo.

Yo estuve 4 días afuera sin leer un periódico, y se que existe esta página, voy a ver lo que me sirve instantáneamente

PROQ: La distribución y los subtítulos, los ven bien organizados?

ENTREV: me metería por la columna de la izquierda, lo demás es un poco confuso.

PROQ: Da la sensación que la publicidad llevará a que todo esto sea más económico

ENTREV: Yo creo que es indispensable. A mí me da rabia es que en general la publicidad pone más lento el sistema. Es interesante reflexionar que la vista se va más hacia el lado derecho, porque hacen más atractiva la presentación de la publicidad. La vista se me va al lado derecho, por los colores, la variedad, el contraste, la letra, las letras grandes dan el concepto, aquí uno se tiene que meter. Ahí uno se le va la vista. Al bci yo le he dicho que uno quiere obtener las cosas que más quiere, pinchar y tener las cartolas etc. A veces se demora horas en abrir la página por los colores, etc. Yo tengo que ver los bancos de Chile, BCI, Citybank y el Estado. El mejor es el del Estado y los peores son el banco de Chile y el citybank. Te piden datos, rut, etc

PROQ: Uds sienten seguridad al enviar información confidencial a través de internet

ENTREV: Es un problema generacional, yo llevo yo mismo al banco y los profesionales de 25 años pasan de la cuenta al deposito como si nada. No lo haría.

PROQ: El pago a proveedores, lo haría por internet?

ENTREV: no, pero no lo descarto.

Todo lo que es tradicional, por internet, no. Yo diría que es más un proceso que una reticencia. A futuro en el mercado se hará todo eso.

PROQ: la tercera página, es una fundación española. Qué opinan

ENTREV: la imagen es clara

PROQ: si la asociaran a un servicio o producto, con qué la asociarían

ENTREV: el diseño no me dice nada, es neutro, en cuanto a diseño a habido preocupación, se ha simplificado la página, pero no la identificaría a primera vista.

Yo creo que es para personas que saben que quieren llegar ahí.

PROQ: De las 3 con cuál se quedan si tuvieran que hacer una página. En la parte estética, cual es la más agradable

ENTREV: la tercera; la velocidad es lo principal. La primera es interesante, es desahogada, el mercurio es muy densa, la tercera es más sencilla. La primera es bastante más fácil por lo que tiene, el secreto es no poner demasiado sino lo necesario para que uno ahí entre

PROQ: Y en cuanto a lo que les produce el ver la cantidad de contenido en cada uno de los portales, como lo evalúan

ENTREV: que sea rápido

PROQ: De qué depende que sea rápido.

ENTREV: A veces les entregan las páginas a creativos que ponen mucha arte, lo que quieres es que sea rápido. Sin ir más lejos el símbolo de la cámara no tiene para qué ir tan destacado. Me gustaría ver qué diseño alternativo ven Uds.

PROQ: ¿Uds conocen el portal de la cámara chilena de la construcción? ¿lo ocupan? ¿cuál es la dirección del portal?

ENTREV: Creo que si la cámara tiene temas que puede agrupar en 12, ahí estaría todo.

ENTREV: La dirección es www.CCHC.cl

PROQ: ¿es fácil de recordarla

por qué van a ese portal?

ENTREV: para buscar información de una reunión que no fui; creo que la CCHC tiene un mérito es un lugar donde reúne al sector privado, es rápido es directo.

PROQ: Cuándo necesitas entrar al portal de la CCHC delegas esa tarea?

ENTREV: en este caso específico

PROQ: qué les parece este portal

ENTREV: Comparado con los 3 ejemplos anteriores me parece bastante bien, es nítido, no tiene cosas que distraigan y la parte grafica la manejan bien.

PROQ: al usar esta página, a qué lugares van. Que seleccionan primero

ENTREV: xxxxxxxx

PROQ: Y en 2º lugar

ENTREV: actualidad del gremio. Yo creo que hay varios temas, entonces si quiero una cosa específica me gustaría encontrar a la izquierda los temas para entrar a los lugares que quiere.

PROQ: esta página a cuál de las 3 que vimos se parece

ENTREV: A la 3°. Tiene una combinación entre la 2 y 3. La uno era algo para entrar ocasionalmente, hay otras a las que se va todos los días y otras que se va 2 veces por semana y sabe donde esta entrando. A esta se entra sabiendo que se va a la cámara

PROQ: Se usa siempre, frecuentemente o poco

ENTREV: Depende. El centro de la página debe ir al centro. Hay que hacer énfasis a las noticias importantes en el sector construcción. El acceso a temas específicos tiene que ir muy guiado específico.

PROQ: Qué información debería ir sí o sí en es página

ENTREV: Son 2 preguntas: qué debe estar en el portal o que debe estar en la página de entrada del portal

PROQ: en la página de entrada del portal

ENTREV: Un buen índice y noticias relacionadas con la actividad, todo lo novedoso en el sector vivienda, el sector público, muy focalizado para que sea una página obligada de los que estamos en el sector. Tiene que quedar la sensación que al no verla, se está perdiendo de algo

PROQ: Al ver esta imagen, saben distinguir las distintas zonas en que está conformado el portal

ENTREV: 3 zonas, izquierda, al centro y a la derecha. Para mí podría tener mejor organización, además en los últimos meses ha tenido algunos cambios y desconciertan

PROQ: ¿se puede interactuar con esa página?, mandar mensajes, conectarse con alguien o ese aspecto no les interesaría

ENTREV: A veces le sale a uno que tiene que confirmar si uno la ha usado, reconfirmar todos los datos. Una de las cosas que me gustaría pagar por internet, sería la cámara

PROQ: Con qué frecuencia usa el portal

ENTREV: si lo usamos.

Desgraciadamente muy poco, porque no tengo más tiempo

PROQ: Resumiendo la información que si o si debería estar: los indicadores económicos, noticias relacionadas con la actividad. Alguna otra cosa debería estar como categoría

ENTREV: Un reglón destacado que dijera "estamos innovando en algo" y uno dijera aquí hay un cambio.

Lo otro es que uno lo lea como el diario de la construcción y el sitio web de la cámara no es la suma de noticias de la construcción, tienen que estar las actividades, una mano editorial que de relevancia a las actividades de la construcción

PROQ: Qué tipo de servicios podrían implementarse en el sitio web, que fueran de valor para Uds

ENTREV: Bases de datos de socios

PROQ: Uds. pagarían por alguna información específica

ENTREV: Nosotros pagamos por un resumen que hace la empresa privada de licitaciones. Ahí la cámara tendría que tener cuidado y preguntarse si es capaz de responder con eficiencia

PROQ: Crees que el portal es confiable

ENTREV: sí. Con la cámara sí.

PROQ: y por qué Uds. van a buscar información fuera del portal de la CCHC.

ENTREV: porque es un servicio focalizado y eficiente y partió antes, un problema de cultura y habitualidad y se está acostumbrado

PROQ: Qué tipo de información están pagando

ENTREV: Información de llamados a propuestas públicas. También es un tema de hasta dónde la cámara se mete en negocios quitándole espacios a otros socios, un tema conflictivo dentro de la cámara

PROQ: Como organizarían estos elementos en la página web. Para organizar una página qué es lo más relevante

ENTREV: información corporativa o de la organización en particular y noticias externas a la organización.

PROQ: El objetivo es ver en qué sector y según a como Uds. valoran información pertinente. Existen estas distintas formas

ENTREV: Es fundamental decir que información y noticias

PROQ: La información es sobre la organización. Y noticias es lo externo. La idea es que dentro de los 3 formatos distintos, organizar los 4 elementos

PROQ: en cuanto a la página de la cámara, si le sacamos el logo saben que es la página

ENTREV: se debilita. Tal vez el 50% diría que es la cámara. Es importante la exportación de la página, Uds. nos consultan como usuarios internos, pero afuera, no.

PROQ:Cuál es para Uds el color corporativo de la cámara

ENTREV: El rojo ladrillo. El rojo solo es más difícil de aceptar.

PROQ: Estamos terminando, sus opiniones las analizaremos. Qué creen Uds. que sería importante decir para que nosotros lo tengamos más claro

ENTREV: un enfoque que se les ha dado que es muy de imagen y yo pienso que el aspecto visual es importante pero no es el más importante. Creo que en la reunión hemos enfatizado mucho y creo que es más importante lo que se dice y el contenido.

PROQ: O sea se profundizó poco en el contenido

ENTREV: Uds. lo dirigieron mucho a la parte visual, recalcándola más de la importancia que tiene

PROQ: Qué otra cosa no se dijo y debería estar en el portal

ENTREV: no

PROQ: Algo más para enfatizar y aclarar el aporte

ENTREV: El portal de la cámara chc debería tener un mecanismo que permita a la empresa salir a través de ella. Por ejemplo si viene una consulta del exterior, que pudiera acceder a una base de datos. Lo mismo para salir, si quieres investigar algo nuevo. aquí preguntan por pc O MAC.

PROQ: Cual de los 2 es el que más usan

ENTREV: el MAC es útil para el diseño grafico pero para transmitir información usamos PC porque todos los ingenieros usan PC, trabajamos con ambos para respuestas a requerimientos de envíos de información. Yo solo usaría MAC pero la realidad hace que se usen ambos. Al decir entrega de información digo que no es solo ver o leer una imagen sino dar materiales de otro tipo la cosa es más viva

PROQ: Cuando Uds se enfrentan a este tipo de herramientas de descargas de archivos y archivos PDF y ese tipo de cosas, lo usan habitualmente, les resulta cómodos o colaboran en el proceso de formación y tener el computador disponible para otro momento

ENTREV: en la empresa se va haciendo de a poco

PROQ: Tienen un mecanismo de control que les permita saber si navegan o dónde han navegado en la empresa?

ENTREV: no mientras se preocupen de su trabajo, es gastar demasiado en control. A través de la red limitamos los megas que se bajan, pero es un mecanismo automático no hay que estar controlandolo

PROQ: Bueno gracias, fin

FIN

CASSETTE 2 : SOCIOS ACTIVOS CCHC, NO USUARIOS

ENTREV: Detectar elementos que estén fortaleciendo o complejizando el acceso, el nombre, la organización de los elementos, el diseño, la información, el tipo de información, Uds. mencionaron algo interesante que eran las salas virtuales que aparentemente aporta valor. Y es una manera de reunir a la gente sin una fuerza centrífuga. Salas virtuales por ejemplo en la elaboración de los documentos, sería interesante que una comisión haga informes intermedios y los sometan a comentarios de la gente fuera de la comisión y con eso se tiene la seguridad que la información será más relevante. En el momento que sale, uno ya ha acogido la opinión de los más interesados, que son los que llegaron. Ojalá que lo pudieran hacer llegar al sujeto masivo que alega por qué no me informaron. También sería importante tener una agenda de actividades relevantes, de tal modo que si a ti te interesa la cultura, puedes saber también donde hay exposiciones, a mí me gustaría saber actividades como conciertos o exposiciones. Hacer que filtre uno sus cositas. Objetivamente la cámara entrega una cantidad enorme de información, hay quienes dicen que no y teniendo una página se confrontaría eso, la información está ahí y si no la leyeron es porque no la quiso leer él.

PROQ: Qué tipo de información sería interesante, además de la agenda pensando en un servicio

ENTREV: la base de datos es interesante

PROQ: Sería interesante que estuviera resguardada para que fuera solamente de los socios

ENTREV: Uds. ubican el sitio mercantil, que antes era chile net?

PROQ: Sí

ENTREV: Ese era un directorio

PROQ: Pero en cuanto a la información que está ahí ¿un directorio de empresas? Porque es complicado compartir base de datos, pero es distinto si está en un directorio, por ej. Buscas una determinada empresa y en vez de estar en una base de datos, lo encuentras en un directorio ordenado, como un mini yahoo de sólo las empresas que forman parte de la cámara, una especie de páginas amarillas. Poner un "search" específico o particular. Es que el equipo de internet quiere entregar otros servicios y que aumente la interacción.

ENTREV: El problema de la pregunta (la interacción de la cámara de comercio al usar internet) es dónde va, si es gente de staff; si tiene buena respuesta puede verse absolutamente sobrepasado. Sobre todo que buena parte de la actividad es interactiva de los 2, es apoyo y si le llegan las preguntas al staff y nos mandan a preguntar que le contesto, no estoy seguro que vamos a apoyar eso.

PROQ: bueno, gracias chaoooooooooooooo!!!!!!!

- PROQ: sería bueno hacer una encuesta con preguntas "qué opina ud. de...."

Transcripción Socio Pasivo Usuario

- Mi nombre es Tatiana K. Trabajo en Greis, soy gerente de marketing, es una empresa de productos químicos para la construcción y tiene una línea un poco más amplia en Chile, empresa de materias americanas que llegaron, no llegaron antes pero compraron el año 99 compraron Polpaico Que era la empresa de construcción donde trabajaba antes, yo empecé en Polpaico el año 88 y la compraron con todos nosotros
- Yo soy Cristian B. Soy subgerente de informática en Socovesa llevo un poco más de dos años trabajando ahí y antes estaba trabajando en (no se entiende)
- Para Uds. que es el tema del servicio
- Yo con ser oportuno, en hacer la oferta en respuestas en satisfacción de necesidades.
- Servicio que uno da o que uno recibe?
- En términos generales
- Yo creo que el servicio es aquello que no es tangible, por ejemplo nosotros vendemos casas y las casas están todas por todos lados, pero al final, y yo conozco muchas empresas que venden casa, pero al final lo que la gente más la compromete a comprar nuestro producto, obviamente las líneas de calidad mínimas que establece el mercado, es el servicio que tu le otorgas al cliente el términos de preocupación de cumplir con los horarios, cuando vas a entregar una casa, en términos de haber revisado la casa antes de tal manera que cuando llegan haber revisado los detalles mínimos, ponte tu una cuestión trivial, haberla limpiado a fondo que no esté sucia. Cosas de ese estilo para mi gusto conforman lo que es el servicio al cliente. Obviamente, después viene lo que es post venta que es todo el tema de atención cuando la persona tiene inquietudes, reclamos o preguntas.
- Sus clientes lo escogen por esta variable o es un tema menor.
- Lo que pasa es que el mercado donde yo me muevo los estándares de calidad y de precio están dados por un número reducido de competidores que dominan el mercado, fundamente estamos nosotros, entonces el cliente muchas veces lo que diferencia es el servicio, el servicio esta muy personificado en nuestros representantes de ventas y sabe que entre estos 3 que más o menos son los, no va a tener problemas de calidad, los precios son competitivos, entonces lo que va a diferenciar es por ejemplo con que oportunidad me entregan, el tema de créditos, asistencia técnica
- Saliendo un poco del rubro de uds. que empresas consideran que se destacan en el servicio
- En el buen servicio o en el malo
- En el bueno que empresa
- En sentido personal, de repente en el área de utilidad pública es como difícil encontrar una que uno diga ha ésta tiene un buen servicio. Pero en el área de la banca, yo creo que hay varios bancos que tienen buen servicio. Hablo en el sentido personal, a veces uno tiene problemas con un banco y todo ha estado mal siempre.
- Parece que el servicio es así si falla una cosa uno tiende a evaluar todo malo.
- Fíjate que yo creo que es un poco más que eso, a veces las cosas fallan, pero pensar que una falla es un rubrico, la clave es que una vez que ocurre un problema como se soluciona, es tener la solución. Hay es donde e nota realmente, hay gente que lo que hace es chutear la pelota para el lado y dice no que es problema de otra persona, en alguien que esta comprometido con el tema del servicio lo va a poder solucionar, lo vamos a tomar y lo vamos a solucionar. En esa perspectiva yo creo que se nota una gran diferencia. Ahora si se equivocan mucho se van para otro lado. Pero de repente tu tienes relaciones con un proveedor y el tipo el 90% del tiempo lo esta haciendo bien y 10% se equivoca, pero ese 10% es capaz de superarlo a través de un buen seguimiento, buenas intervenciones y en definitiva tu puedes tener un problema un día y ese problema no se te vuelve a repetir, no caen en el típico problema

- El jumbo, variedad de productos, calidad
- Te da confianza el jumbo
- Sí
- Respecto a la variedad de productos, cuando hablan de calidad que entienden
- Que se cumple con lo ofrece, el producto cumple lo que promete. No sé en realidad si eso es lo que yo entiendo por calidad o que me gustaría que el cliente entendiera.
- Que interesante eso, por que
- Por que ponte tú si yo vendo quesillo, y viene mi cliente en 15 días me dice oye este producto esta malo, ud. no me vende un producto de calidad, yo le vendo un producto de calidad por que yo le dije que esto duraba 7 días no 15.
- La calidad esta unida al servicio o no
- Son complementarios
- Yo los veo unidos, yo no creo que pueda haber un buen servicio sin calidad, por que entra un poco lo que tu mencionaste, o sea un buen servicio algo que tiene bien definido sus límites, los plazos y las condiciones en que tu vas a dar por satisfecho tu requerimiento y poder lograrlo en plazos, en condiciones es parte de lo que se considera calidad. Ponte tú nosotros vendemos casas, si nuestras casas se llovieran no serían productos de calidad.
- La calidad lo ves asociado más a lo tangencial y el servicio a lo intangible
- No sé yo los veo unidos, doy por hecho que el producto tiene que ser de calidad porque el mercado así lo exige, si tu producto no es de calidad vas a quedar fuera del mercado, la gente rápidamente se va a dar cuenta, puedes engañar a la gente durante un tiempo corto, después de eso se dan cuenta y definitivamente te va a dejar fuera, por eso es que el servicio es un complemento de un servicio de buena calidad, como concepto global.
- Yo creo que lo que tu dices que si el buen servicio me garantiza que es de calidad, sin embargo yo puedo pensar en algo que tenga buena calidad y un mal servicio.
- Ese es un mal producto creo yo
- En relación al logo que vemos, con que concepto asocian a este logo (imagen y percepción de Cámara Chilena Construcción)
- Que están demoliendo
- Les gusta
- No
- A ti
- No soy diseñador, la primera imagen que se me viene es una empresa muy grande y que probablemente es una de las más grandes de este país. Como lo primero que se me viene a la mente. Respecto del logo podría no decir cámara chilena de la construcción. Podría enfocarse más en una cuestión sin tiponal. No es muy bonito
- Que opinan uds. del servicio de la cámara (valoración del servicio CCHC)
- No
- Conocen el boletín
- Si, me sirve, busco un poco si sale información de proyectos que estamos manejando y trabajamos la parte financiera y la parte estadística, donde están los datos.
- Yo creo haberlo visto un par de veces y para mi función la verdad es que no me presta mayor utilidad, esta orientado mucho a la parte técnica, no se si mucho, pero esta orientado a la parte técnica.
- Saben algo de la red social de la cámara
- Yo recuerdo la corporación educacional, no se si la compañía de seguros puede ser considerada, la caja de compensación que tenían antes, la hipotecaría
- La isapre
- Que opinión les merece, se destaca por eso o no
- Yo creo que se destaca al final es tan grande porque tiene todos estos elementos.

- Hay un tema que esta en boga que es el de internet, que creen ud. que es el usuario de internet
- Hombres innovadores. Probablemente hay una mayor tendencia hacia jóvenes pero no creo que eso sea determinante
- Tu dices como que si hubiera que sacar un promedio. Yo creo que definitivamente los hombres se conectan más, ahora respecto a la edad, creo que la edad no es factible sacar un promedio, a lo mejor es factible sacar un límite como para arriba
- Serán los niños los que más se meten
- Si los niños se meten es por que los papás se metan, así que da lo mismo, no me imagino una casa donde un niño se meta y los papás no. Por otro lado yo creo que la gente se mete a internet más en la oficina que en la casa. Por lo menos es nuestra experiencia si tu vez nosotros tenemos una pagina en internet y recibimos consultas y peticiones, y uno se da cuenta de que la mayor cantidad de peticiones llegan los días lunes y martes y en horarios de oficina. Yo creo que eso se está dando mucho, se ocupa mucho más internet en las empresas que en la casa
- Ud. ocupan internet
- Yo no ocupo, la verdad es que el resto, si yo creo que si
- Para que
- Para ver la competencia, para ver los clientes, para entretenerse.
- Mucho
- Yo trato de minimizar eso
- Yo lo uso para comprar cosas que no encuentro en Chile, para ver la competencia, para buscar información financiera.
- Te manejas sin problema
- En general no pido ayuda, me demoro un tiempo decente en llegar a lo que ando buscando.
- Por que te demoras
- A veces me demoro quizás por que es muy especifico lo que ando buscando, si es algo nuevo no se donde buscar
- En el caso tuyo, es porque esta directamente relacionado con tu trabajo
- Si claro, pero además hay que reconocer que hay otros usos que se le está dando, uno ponte tu es el tema financiero, hoy día tu puedes acceder a cualquier banco a través de internet, una gran cantidad de gente está revisando su cuenta corriente, está haciendo sus transacciones, está pagando cuentas, todo lo que se hacía antes yendo al banco, es una estrategia de la banca notoria, él trabajar a través de internet.
- Eso te genera confianza
- Creo que no tengo alternativa, por lo menos como es mi rubro tengo que tenerle confianza, pero también reconozco que no tengo otra alternativa, la otra sería venir al banco y hacerlo directo con el cajero, pero eso tiene un costo muy alto.
- Todas las transacciones lo haces por el tema de la empresa y en el caso particular
- También, por lo menos estamos buscando la parte banca empresa trabajarla a través de internet, por todo el ahorro que representa para nosotros por un lado, pago de proveedores, entre comillas las hacemos a través de la banca pero les transferimos el archivo, a través de un banco, nosotros la transferimos de nomina, lo único que no mandamos es el cheque, incluso eso podríamos dejar de hacer, pasa por el tema de la confianza. Estamos construyendo confianza
- Tienes alguna dificultad para lograr cada uno de tus objetivos
- Hay que reconocer que a veces los bancos tienen sitios, que estas en una red que esta llena de servidores y sitios raros y hay una serie de elementos interdependientes, que a veces las cosas no te resultan, claro, desde una tontera, que te corta una trama digital de la CTC y te deja fuera, no sólo a ti a un montón de empresas fuera o al banco le pasa algo, como hace unos meses a tras le paso al Santander que se les quemó una caja telefónica y el banco quedo sin teléfono por dos días, te puedes

imaginar que sin transacciones. O que se yo, trabajas a través de un isp y el isp tiene un problema en sus instalaciones físicas, sea quien sea, por que aquí hay una cantidad más o menos importante y la verdad es que muchos de ellos son terceristas, o sea sub arriendan aquello que ya arrendaron. O sea el tener un problema es como super, entre comillas, ahora hay que reconocer también que el nivel de servicio a mejorado

- El mail como lo valoras
- Altísimo nosotros incluso dentro de la empresa nos mandamos muchas cosas que tiene la ventaja de poder contactar a muchas personas simultáneamente, queda un registro, un respaldo de lo que estas haciendo y además como es una compañía internacional la conexión es muy rápida, por ejemplo uno manda una planilla tiene que mandarlas por correo.
- Cuales son los elementos que le otorgan valor, por ejemplo les da confianza enviar o les da un poco de desconfianza, como para no mandarla
- Desgraciadamente no
- Algún cosquilleo pero no el suficiente como para dejar de hacerlo
- Quienes utilizan internet en tu empresa todos
- No, definitivamente no, no por que el ser humano es eminentemente lúdico, si les das internet a todos, lo que va a ocurrir es que todo el mundo va estar navegando por internet y nadie va a estar trabajando. Durante un período de tiempo, después pasa un poco la novedad del tema y la gente vuelve a sus trabajos, pero no estamos dispuestos a sumir ese costo. Así que en realidad los que tienen internet son, obviamente, la plana ejecutiva y en general, la gente que compra, los técnicos
- Hay algunos que no tengan acceso a internet pero si a correo
- Bueno nosotros tenemos un correo interno y todo el mundo tiene acceso a éste, después viene la etapa del correo externo, que hay gente que tiene correo externo y no tiene acceso a internet.
- En tu empresa
- Es abierto, pero hay un ojito por ahí, no se en algún lado en EEUU
- Tienen un controlador de navegación, si tu visitas un sitio porno eso se sabe
- Se sabe y es escándalo y ha pasado.
- Las políticas en ese sentido que tan estrictas son
- En EEUU son muy estrictas, en Chile son a la chilena, un amonestación, te pueden restringir el acceso por un tiempo o definitivamente.
- Y una situación como se enfrenta
- A través de la jefatura. A mi no me ha tocado, no sé como fue el caso que se presentó
- En el caso tuyo en que todos tiene acceso a internet cual es la frecuencia de uso
- No sé
- En el caso tuyo
- Nosotros tenemos un enlace dedicado
- Que paginas son las más visitadas
- No tenemos estadísticas al respecto pero yo me atrevería a decir que la banca, pero la gente es lo que te decía al final es un beneficio a la empresa que la gente haga sus transacciones a través de internet, es más barato, no tiene que salir de la empresa, no pierde tiempo.
- En transacciones comerciales tu empresa las realiza a través de internet, lo hacen a través de portales o en la página de la otra empresa
- Directamente en la página de la otra empresa, para transacciones comerciales, de nuevo está esta relación con los bancos, que hoy día es factible de hacer digitalizado, pero en realidad si yo pudiera comprarte a ti a través de internet lo haría, obviamente sale más barato hacerlo y en eso estamos dispuestos a hacerlo, lo que pasa es que hoy por hoy, no existen los proveedores que puedan manejar este tipo de situaciones.
- El tema de software de control

- No todavía, pero lo vamos a implementar, desgraciadamente vamos a tener que hacerlo, por que esto lo hemos dejado un poco al criterio personal y nos hemos dado cuenta que el criterio no es todo lo que uno quisiera.
- Puede más lo lúdico
- Claro, no hay gente que cree que hay cosas que no son erróneas de hacer, a pesar de que tu le dices una cosa ellos creen que no es erróneo de hacer. Cuando tu le dices oye los recursos son de la empresa, son para ocuparlos en funciones de la empresa no en otro tipo de situaciones, igual la gente no lo comprende. Implementar un mecanismo de este estilo no es una cuestión barata, lo que tú tienes en EEUU es caro y hay gente dedicada a ese tema, o sea ahí te empiezas a dar cuenta que el problema de esa gente lúdica tiene un costo y el costo no es despreciable.
- Un costo que atenta contra los beneficios.
- Claro tu estas ahorrando por un lado y gastando por este otro, de hecho yo se de muchas empresas que no tienen conexión dedicada y tienen un correo electrónico para toda la empresa, por que por que no quieren entrar en este costo sin beneficios. Por otro lado son empresas pequeñas que están bien asesoradas y por lo tanto no saben sacarle partido a este tipo de mecanismos. Ahí hay una tarea interesante que vamos a realizar.
- Cuales son los buscadores que mas usas
- Googles, me ha dado mejores resultados, me arroja mayores resultados, una búsqueda entre dos o tres

Fin primer lado

- Que les parece esta página
- En lo estético a mí me gusta, porque no es como pesada, es como limpia.
- No me da información, que tengo que saltar una página más para pensar en llegar a lo que estoy buscando.
- Si le sacamos el título con que lo relacionamos
- Se relaciona con archivos
- Los colores te gustan
- Me gustan, creo que va bien con la biblioteca nacional, es como consecuente
- Se ve ordenada o no
- Ordenada
- Presentación vertical o horizontal
- Horizontal
- Te refieres al punto de vista de cómo impresiona o como presentación
- Presentación
- Horizontal
- Veamos la segunda emol. Que les parece
- Caótica, demasiada información en poco espacio
- Yo creo que están perdiendo espacio, podrían colocar más información todavía, si tu te fijas es como un diario y uno tiene que escoger lo que va a ver, para poder escoger te tienen que dar una pista. Es un poco lo que te mencionaba de la página anterior en que uno mira y no te están diciendo nada, estoy buscando algo, porque uno entra a las páginas a buscar algo y si tu no puedes llegar rápido a eso no se cumple la función.
- Parece que es más ágil que la otra
- Es la página que debería tener un diario, yo no sé si la otra es la página que debería tener una biblioteca. Es discutible, tampoco me parece que esta debiera ser la página de una biblioteca, tampoco correspondería.
- Por que la página de un diario
- Por que en definitiva el negocio son las noticias, la información. Si tu miras esta página, claro está super recargada de información, pero su objetivo es ese.

- Es fácil para la lectura
- No a mí no me atrae
- La has ocupado
- Si
- Para que
- Para buscar el cine me parece, el teatro
- Buscar noticias
- No me acuerdo parece que no salía el teatro,
- Te costo llegar a la información
- Si
- Que es lo primero que observan en esta página
- Esas guaguas
- Por donde empiezan
- Por bajar, verla completa y después verla
- Emol tiene un servicio de envío por correo de noticias, están inscritos
- Yo estuve inscrito y después me retire, porque eran de la CNN.
- Estas suscrita a algún servicio de esas características
- No, por mail no.
- Yo estoy inscrito en CNN y efectivamente me llegan las noticias antes que por emol, lo malo, no me he salido de emol, pero lo malo es que me llegan después que aparecen no sirve
- La tercera página española
- Me costo captar de que se trataba
- Yo todavía no
- La distribución de la información, que opinan
- Muy plano, creo que es importante el aspecto grafico, y en esa perspectiva creo que es importante sacarle provecho al aspecto gráfico.
- Los colores te gustan
- Si
- De las tres cual les gusta más
- A mi la de la biblioteca
- A mi ninguna me convence mucho
- Que valoras al acceder a un portal
- Que la información este disponible, puede ser una línea, una palabra, una foto, un icono, hay muchos mecanismos para dejarla disponible y lo otro que me importa es la velocidad de acceso, que tu hagas clic aquí y llegues a lo que quieras, a lo que estas buscando, creo que esa es la clave en una página web. Esta no cumple con esas características y esta me parece que está bien para un diario, pero no la extrapolaría a otro negocio y la siguiente me parece que le falta, lo que tu dijiste me costo llegar a saber de que se trataba, no te ayuda en ese sentido, por lo tanto a pesar de que dice hartas cosas en rigor no las está diciendo. A lo mejor el logo de allá arriba es conocido en España, pero yo no lo podría identificar
- En tu caso que valoras como elemento
- La rapidez, prefiero mil veces una página bien sencilla, pero bien rápida, que esas páginas super impactantes con movimientos y fotos que se demoran unos minutos en descargar.
- Uds. han consultado la página de la Cámara se acuerdan de la dirección
- Cchc.cl, no es muy rápida la página por lo menos no fue mi experiencia cuando la visite.
- Cuando fue la última vez
- La primera y la última, la he visitado una vez no más, lo que pasa es que me pidieron información que estaba en la página, entonces había que inscribirse, eso fue

hace un par de semanas atrás no más. Me pidieron información que estaba en la página, específicamente estadística, que estaba publicada.

- Como llegaste a la página, sabías de antes, azar
- Si
- Y tu Tatiana, la usas, con que frecuencia.
- Sí, vengo llegando después de varios meses afuera, pero quincenalmente yo creo.

Siempre el resultado es menor que mis expectativas

- Que buscas
- Información de proyectos, la encuentro, pero no con la exactitud con que yo la necesito.

- Profundizando en que
- Volúmenes de obras, plazos, empresas involucradas, seguro
- Recuerdan las áreas del portal

- No

- El aspecto estético, te gusta

- No me acuerdo

- De que color es

- No, supongo que es de los colores del logo pero no me acuerdo

- A ti te gusta

- No me desagrada

- Te acuerdas como es

- Oscura

- Los contenidos, se acuerdan

- No se que sale información de proyectos que es lo que yo busco

- Cuando vas a buscar es a través de un icono o un buscador

- En la cámara, no me acuerdo, parece que era con icono, si no me acuerdo que use buscador. Me puede estar engañando mi memoria, por que hace un par de meses que no me aparezo

- Tienes información si para el resto del área les sirve la utilizan.

- Bueno, recién ahora me pidieron que gestionara la conexión para entrar al área de socios

- Lo van a empezar a usar más

- Supongo

- Para cuantas personas lo inscribieron

- Para uno

- Veamos la página

- Esta con una nueva imagen

- Se acuerdan de las anteriores esta a cual se parece más

- Al emol

- A la tercera

- Si tapáramos el logo de que sería esa página

- De un diario

- Parece como una cuestión más bien general, porque tiene panorama económico, EEUU y la decisión económica

- A mi me parece un diario financiero

- Es fácil de leer, pueden identificar áreas

- Las del lado izquierdo tienen software, red social, a esas áreas te refieres

- Cuales son las áreas temáticas que están presentes en esta página

- Información de actualidad

- Yo creo que aquí hay distintas áreas, un área económica que está en el lado izquierdo que de hecho dice panorama económico, y me van a perdonar pero no me queda tan claro que sea eso, informaciones por internet, o es bueno que los comités tengan una visión completa del país

- Alguna vez participaron en un comité dentro de la cámara chilena
- Yo personalmente no, en la empresa si.
- No, en la empresa si, yo tengo entendido que si esta participando, por lo menos en un estudio
- No participan por que hay otros que lo hacen
- Tengo entendido que la participación se orienta en el lado técnico constructivo y yo no
- Yo lo mismo
- Les interesaría participar
- Donde pudiéramos hacer un aporte yo creo que si.
- Que tipo de nuevos servicios específicos se les ocurre que pudieran ser útiles para su propio trabajo en este portal, o a sus compañeros de trabajo
- Yo no se si están, pero yo creo que las cosas que para nosotros son de interés que yo pienso que podrían estar relacionadas con el área son la información financiera, la información de proyectos, temas técnicos, por ejemplo acceso a normativas, a normas.
- Conoces si hay esta información ahora
- No sé no se me ocurriría buscarlo hay ahí.
- Yo la verdad no conozco la página, no sé que servicios da y no sé que servicios puede dar.
- Vamos a ir mostrando ideas potenciales, nos interesa su percepción si creen que aportaría a la empresa en que trabajan, por ejemplo la guía de la construcción.
- No
- Yo creo que no, lo que pasa es que hay otros sitios donde uno puede acceder a eso.
- Que tipo de información podría aportar acá que no estuviera en otro sitio.
- Una seña quienes son curriculum.
- Ejecutivos contactos
- Eso si sería bueno. (dice algo que no se entiende)
- Esa es la parte comercial, puedes llamar y vender, ahora eso lo puedes hacer hoy día, cosa de llamar por teléfono y preguntar quien es el gerente, nadie te va a negar esa información
- No si no se niega pero tienes que tener una persona dedicada a hacer las llamadas telefónicas
- Ese tipo de información te la van a vender, tu lo pagas una ves y punto. Yo creo que la pregunta clave aquí es cual es el valor agregado, o sea antes de hacer nada cual es el valor agregado que tu le puedes dar a la página. Honestamente yo he visto muchas páginas que tratan de hacer, como ven que otras páginas lo hicieron y les resulto, ha nosotros vamos a hacer lo mismo, pero no le dan valor agregado, van y hacen lo mismo. Tendría que ser en la cámara una guía de búsqueda de las empresas, las amarillas son eso. Si es para hacer eso mejor no lo hagan, hay que buscar otras alternativas para dar valor agregado, creo que por el lado de las estadísticas, boletines públicos, creo que es ahí donde está el fuerte.
- Una agenda de eventos.
- ~~No, yo creo que no creo~~ que la cámara debería informar a través de mail a sus socios de las actividades que tiene, pero tenerlo en la página creo que no
- Elearning, sería un servicio que podría agregarle valor
- Yo creo que hay mucha información que la cámara puede transmitir a sus socios, desde como hacer un tabique a técnicas de cómo fraguar el hormigón, toda esa información es importante y es útil para los socios y eso esta en el concepto digamos.
- Como lo valoras
- Yo lo veo como el dice, pero lo veo más como material técnico más que a que tome clases por internet, pero que como un prejuicio anterior a que la cámara, es como la evaluación que yo tengo de este tipo de servicio.

- Lo que pasa es que si tu vas y colocas un documento, así como la especificación técnica de alguno de productos, a lo mejor no vas a lograr que la gente lo lea o que lo maneje, no es un mecanismo como para aprender como se hace. Yo creo que el elearning apunta un poco hacia eso agarrar eso y a darle una forma distinta de tal manera de cambiarle este frasco a la gente y lograr que sea más fácil
- Acceder a una información específica, comprenderla
- Tu puedes colocar un texto plano de 20 páginas con letra chiquitita y nadie va a leer eso, esta claro, en cambio si tu pones 3 páginas con monos con una cuestión interesante, atractiva, vas a lograr por lo menos que la persona pase a la segunda página
- Pero, igual tu lo estas pensando como documento, no como clase a través de
- Clase en rigor no hay clase es autoaprendizaje.
- Bueno hay dos modalidades. Uno el asincrónico que es lo que están conversando en este momento y el otro que es a distancia sincrónico que hay un moderador que expone una charla y que lo están escuchando personas desde su oficina.
- La segunda la veo difícil por un tema cronológico la verdad es que hoy en día hay empresas que con suerte tienen un mail para toda la empresa pensar en que puedan llegar a conectarse en una charla lo veo complicado.
- En esos casos cual pudiera ser el medio más factible
- El autoaprendizaje que mencionaba al principio, tener un poco el formato de los documentos, que las personas puedan conectarse a la página de una forma amistosa creo que en el proceso en el que hay que ir desarrollándose, hoy día si tu conectas a través del teléfono, que es probablemente como la mayoría de la gente, las empresas se conecta, el tener una cuestión de este estilo te consume un ancho de banda muy grande y no es factible.
- Si recibes una información vía mail o vía correo normal, cual lees.
- Yo te diría que probablemente desde el mail iría a la página web a leer. Lo que me llega por correo a lo mejor lo abriría y lo leería, o lo hojearía más que leerlo y después lo botaría a la basura.
- Por correo, de hecho por lo general cuando hay algo en mi correo que me interesa, generalmente, lo imprimo para leerlo.
- Aquí hay otro el boletín informativo
- Si
- Yo creo que al final eso va a ser el estándar
- Que tipo de información tendría que enviar, a quien debería estar dirigido
- Bueno otra vez el tema de información financiera que si uno siente que como socio tiene así un plus, que va a estar actualizado, estudios hechos con cierta rigurosidad, sería atractivo.
- Estar abierto a toda la comunidad, es como discutible, porque si hay un concepto de carácter de socio, se supone que el socio está haciendo un aporte y fruto de ese aporte surge
- Algunos beneficios específicos
- Claro, o sea, alguna información debería estar abierta a la comunidad pero otra debería estar, debería ser parte del beneficio de ser socio. Específicamente podrían ser todos los temas que representan estudios, encuestas, elaboración de información.
- Información más reservada o entre comillas estratégica
- Estratégica
- Ni siquiera eso, yo creo que tu la información que le das a todos los socios no puede ser estratégica o no debería ser estratégica.

Fin segundo lado

- Vamos a pasar a los foros de opinión

- Yo tengo una opinión personal y bien particular en este tema, yo no les creo mucho, porque como bien dices tu hay un moderador y el moderador le pone una pauta a todo lo que se dice, entonces al final el foro tiene una sola línea, entonces en términos reales no es ningún foro, cualquiera podría sentarse y escribir, fulano dijo tal cosa, en definitiva vas dando o empujando. No es un amplio espectro de conversación. Es como las cartas del diario, se publican solo las cartas que el editor quiere, entonces el moderador da la línea
- Tu participarías
- Si yo fuera gerente general de una empresa, me parece que sería más bien un distractor de los ejecutivos de la empresa, que un aporte.
- Encuestas
- Yo de nuevo estoy segado frente al tema, si quiero decir es insuficiente, voy y foto 20 mil veces que es insuficiente
- Existen mecanismos para controlar esto
- Ese es el problema de estas encuestas, tu en rigor no tienes control de la gente que te esta contestando, por lo tanto la encuesta en rigor no refleja nada, la muestra, la población que está contestando, por lo tanto los resultados de las encuestas no valen, no representan a nadie. La gran gracia de las encuestas que se hacen es que tu tienes una muestra de la población y esa muestra es una muestra estadísticamente bien lograda, por lo tanto las conclusiones reflejan la tendencia total, no es el caso de estas situaciones.
- Yo también estaba pensando en la muestra, sin pensar que pueda haber alguien que quiera meterse tantas veces a contestarla, igual estaba pensando que probablemente los resultados de la muestra no iban a servir para tomar decisiones, porque la muestra no iba a ser representativa.
- Veamos tutoriales
- Eso me parece super atractivo.

Dos ejercicios más, que organicen un sitio web.

Distinción entre **información y noticia**.

Cuestionario

CUADRO ANÁLISIS DE CATEGORIAS

tipo de grupo	Socios Pasivos Usuarios	Socios Activos No Usuarios	Socios Activos Usuarios
características de los integrantes del grupo	Gerente de Marketing de Greis/ subgerente de Informática de Secovesa	presidente de la comisión de desarrollo tecnológico/ gerente de empresa constructora/ gerente prefabricados grau/ director mckenssey-hill no tiene contacto con cchc/ miembro comité de vivienda- son todos gerentes y están dentro de algún comité	gerente/ construcciones/ inmobiliaria
calidad	producto que cumple con lo que promete/ falta de comprensión del cliente de la duración de calidad del producto.	calidad asociado a cumplimiento / control/ eficiencia/ satisfacción de necesidades de los clientes/ símbolo de liderazgo/ servicio excelente/ producto de alta confiabilidad/	cosa bien hecha/ cosa que responde a lo que espera/
servicio	ser oportuno/ satisfacción de necesidades/ todo aquello que no es tangible/ define que los clientes compran mínima norma de calidad/ preocupación por cumplir/ relacionado a la postventa/ servicio personalizado/ diferencia los productos/ capacidad para dar solución.	velocidad de respuesta/ arquitectura es un servicio/ requerimiento transformado por profesionales/ forma de apoyo/ servicio en internet es lo que le cobra a uno/ en el servicio lo más importante es la tecnología/ permite generar mejores productos que otros/ actualmente en lo que se va a diferenciar uno es en el servicio/ asociado a cumplimiento en tiempo/ servicio debería enseñarse/ la mala vocación afecta la efectividad de los servicios / se asocia con la postventa/ mucha gente lo deja de lado/	atención al cliente/ colaboración con el cliente por resolver inquietudes/ un buen servicio permite la permanencia de nuestras empresas/ empresa de servicio atento para solucionar el problema de los clientes/ cliente es exigente/ un mal servicio el proyecto se muere en algunas sectores(hotelaria)/ servicio acompaña al producto/ catalizador de la compra de un producto/ servicio es lo que nos hace responsable de lo que entregamos/ permanencia en el tiempo/ servicio de postventa/ es un seguro/ lo opuesto al servicio es la burocracia/
calidad y servicio	complementarios/ unidos (un producto que tiene mal servicio es un mal producto)	parte de la cámara es celular en cuanto al dinero/ avocados al servicio gremial/ la calidad del servicio de la red social es otra cosa/ excelente/ brinda beneficios / C10	servicio de bancos en internet son ejemplo de un buen producto sin servicio/ termino haciendo las operaciones por teléfono. / preocupación por mejorar la calidad del servicio / apoyo en una legislación que convoca para resolver problemas / la calidad del servicio nos ha simplificado la vida/
ejemplo de organizaciones de servicio	dificultades en el sector público/ bancos tienen buen servicio/ jumbo	FINANS/ IBM/ TOYOTA/ belsouth/	bancos= ineficiente servicio de internet - reducción costo transacciones/ demoras/ rut/ esocio calidad de servicio a IBM/ 3M/ servicio de impuestos internos/ estado no tiene un concepto de servicio al cliente/
imagen y percepción CCHC	demolió/ empresa muy grande, una de las más grandes de este país / se destaca por tener toda la red social. No he participado pero, nos interesaría participar desde donde pudiéramos / tengo entendido que la participación es sólo en lo técnico constructivo	acción gremial/ lugar de encuentro/ donde se aporta y se recibe/ se tiene una actitud activa en la participación para obtener resultados y beneficios/ se comparten cosas buenas y malas/ es un centro de reunión del sector privado frente al gobierno/ cabeza del ministerio económico/ variedad de organizaciones internas con fines y sin lucro/ vista como una institución bastante abarcadora que cumple con intereses de negocios pero también con cuestiones sociales/ dentro de la cámara hay socios activos y pasivos/ unos pagan las cuotas y esperan que los beneficie y sean más competitivos/ desarrollo del concepto de solidaridad/ la cámara es parte del trabajo/ lugar de conexión con los clientes/ con los pares/ conocimiento de los mercados/ instancia de pertenencia y participación/	organismo gremial ejemplar en Chile y el mundo/ organización de calidad/ seriedad/ profesionalismo/ no es acaudal/ otros no socios dicen para que vas a la cámara/ que te da/ rechazo a la parte gremial/ gran participación en las tareas gremiales- proyectos de ley/ leyes vigentes/ más conocimiento de leyes que los propios legisladores/ grupo reducido frente al estado/ agrupamos a todos que tiene que ver con la construcción/
Calidad del servicio CCHC	no conozco el boletín/ me sirve/ busco información de proyectos, financiera y estadística / para mi función no me presta utilidad/ servicio orientado a la parte técnica. Red social de la cámara, se recuerda corporación educacional, caja de compensación, hipotecaria, isapre.	red social es muy buena/ tiene dos lados un interés puesto en los negocios y en los socios/ boletín informativo: es muy valioso/ ha ido mejorando en su formato / las publicaciones son valiosas/ pero el traspaso de la información llega por otros medios/ lentitud/ dificultades para que llegue a los profesionales/ se pierde la información/ inquietud de la comisión de tecnología/ la calidad del servicio de la cámara depende de la persona que busca/ se requiere tener una actitud activa/ la información hay que buscarla cuesta que llegue a uno/ es trabajo para uno pero se tiene que hacer/ primera organización que visualizó la asignación familiar/ ayuda a su gente / ayuda a sus trabajadores/ defiende los intereses de las instituciones asociadas a la cámara/ cuesta evaluar a la cámara/ podrían diferenciarse por áreas/ sectores/ panorama gremial: gran trabajo/ depende mucho del nivel de participación de los socios/ se arman grupos de trabajo/ se comparte/ cultura de la participación para conseguir cosas/ capacidad de autogestión / para obtener beneficios se tiene que tener una actitud participativa/ existe vocación de servicio/ superior a cualquier organización de servicio/ superior a la calidad del servicio que ofrece el Estado/ exigimos que sean como cchc.	con los socios ahí empiezan los problemas/ pérdida de tiempo/ que me da/ como servicio al cliente-socio creo que hay un punto bajo/ desamorado ante la burocracia/ imagen de la red social: ejemplo tremendo/ preocupación por la gente/ no hay otra organización en el mundo que haya hecho lo que tiene la cámara/ la demanda de los socios no están siendo atendidas/ necesidad de audacia por parte de la cámara/ defensa de intereses jurídicos y construcción/ peleamos y estamos equivocado donde lo hacemos/ desatento para actuar/ buena comunicación con los socios/ boletín: muy bueno/ tiene calidad/ pero no lo leo/ no lo consulto la verdad es que uno confía más en sus propios medios de información con los proveedores contratistas/ informa pero consulto a los precios por teléfono/ no es un tema de confianza sino de utilidad/ se confía en la parte de información de construcción de interés general/ permiso de construcción por comuna/ la parte de precios nadie confía nada/ yo no informo precios no me interesa/ no se hacen negocios ni se consulta/ las estadísticas se usan más/ para ver información de negocios o venta de departamentos no confío/ la información no es buena porque viene todo globalizado/
valoración internet	otro: mejor sistema de comunicación/ mejor que el teléfono/ uno puede disponer cuando atiende a las personas. / es un sistema de comunicación que adolece de cosas por más que hayan buscadores presenta mucha información que a uno no le interesa/	internet es un servicio con grandes problemas por la cantidad de información que se puede servir a un cliente / su problema es que está info no está específicamente demandada/ solución para la cámara/ permite administrar papeles/ permite estar en contacto permanente con la cchc/ como consejero permite estar informado todo el tiempo/ internet es un mal necesario/ uno cuando se conecta se pierde/ sensación de estar muy comunicado y muy solo/ contrario a la cámara/ instancia de comunicación e interacción/ posibilidad de aislamiento/ grandes problemas técnicos/ se pierde mucho tiempo por mail cuando se trabaja con proveedores/ se ofrecen servicios por internet pero las páginas tienen problemas/ la calidad del servicio de internet en Chile es pésima/ se promocionan empresas que tienen problemas con sus páginas web/ la calidad de la búsqueda es pésima/ la búsqueda se complica/ se necesitan filtros/ problema generacional/ en el tema de las transacciones en los bancos los jóvenes hacen transacciones sin problemas/ desconfianza/ no lo haría pero no lo descartar/ todo lo tradicional no lo haría por internet/ en futuro todo se hará vía internet/	es una herramienta actual / un signo de los tiempos/ muchas empresas ocupan internet para informar/ reemplaza otras fuentes de información (ej. páginas amarillas) / es más interactivo/ no te compromete con el interlocutor/ internet son dos cosas (páginas web y emails) / el mail me ha producido un cambio en la manera de trabajar-revolución/ va a reemplazar al teléfono y fax/ tiene una gran ventaja / no necesitas a la persona en frente/ distinto internet al correo electrónico / es práctico correo /
perfil del usuario	hombres innovadores/ mayor tendencia de jóvenes/ no es excluyente/ mayor cantidad de mujeres/ niños se matan/ uso más en oficina que en casa/ peticiones	empresas/ niños/ profesionales jóvenes/	estudiantes/

conocimiento internet	consulta de productos y servicios/ proveedores/ a nivel internacional/ catálogo de otras empresas/	me cuesta mucho el manejo/ lo encuentro muy enredado/ pierdo mucho tiempo/ reemplazo internet por otras fuentes como revistas/ lo encuentro lógico cada paso/ estoy formado de distinta manera que los niños de ahora/ todos usamos mail/	
motivo de uso	para ver competencia/ para ver clientes/ para enterarse/ para comprar en el exterior/ búsqueda de información financiera/ servicios de bancos/ consultas cuentas corrientes de empresas/ reduce costos de tiempo pago de proveedores/ existe confianza en internet/ control uso de internet/ todos usan mail pero no internet/ intranet/ registro interno de las acciones a través del mail/ correo interno/ correo externo pero sin internet/ otro: uso para importaciones/ dominio en inglés/	lo utilizo para comunicarme con todos por mail/ intranet para pasar planes, archivos/ no se utiliza en todas las áreas de mi empresa pero sí para la parte de producción/ en la empresa no se usa/ los que están encargados del área de industria navegan por navegar no tiene sentido/ en mi trabajo no uso internet/ lo uso para leer el diario uso en casa/ para trabajar con proveedores hay que molestar/	para trabajo (correo electrónico) / compra y consulta productos por internet/ transacciones banco, libros/ en mi empresa usamos fundamentalmente correo/ venta de servicios 60%/ tenemos página de nuestra oficina/ compra de pasajes/ los bancos no nos gusta se demora mucho/ para el trabajo con la cchc como vivo fuera de Stgo. trabajo a nivel internacional/ se ahorra toneladas de papel/ trabajo con mi socio por correo/ si utilizo intranet en el área de socios/ para el banco es complicado / da miedo / yo no navego por entretenimiento/ trabajo mucho en el computador/
frecuencia de uso	mucho/ yo no uso pero mis compañeros sí/ se usa mucho para transferencias bancarias/ no todos usan internet, gran costo/ sólo planta ejecutiva y gente que compra, los técnicos/ otro: uso a diario	uso mucho mail / para usar internet lo hago desde casa (plataforma electrónica) horarios de uso una hora a la semana / navegar por navegar no tiene sentido/ no estoy más de una hora/ páginas más usadas bancos (BCI, CHILE, CITYBANK, ESTADO) mejor la página del Estado y las peores del cchc y chile.	correo en la primera hora de la mañana/ en el chequeo/
Navegación internet	dificultades para acceder en la información/ demoras para buscar datos específicos/ no sé donde buscar si es algo nuevo/ sistema de control de la navegación/ alto costo excluye sus implementación/ gente lúdic/ mail uso de internet/ buscadores/ buscadores más usados google		lanchile web/ bancos/
percepción del portal	1) biblioteca 2) emol 3) fundación española 4) cchc	1) biblioteca 2) emol 3) fundación española 4) cchc	1) biblioteca 2) emol 3) fundación española 4) cchc
aspectos estéticos del sitio	1) claridad visual/ agradan colores/ 2) caídas/ poca claridad visual/ falta de equilibrio/página que no tiene asociación con la función- la página no dicen nada/ complejidad en la lectura 3) agradan los colores/ la imagen no permite asociarla a algún producto o servicio 4) no me acuerdo la imagen / ni de los colores/ es una página oscura/ relacionada con los colores del logo/ es una nueva imagen no es la que pensaba/ imagen parecida a la de la página de un diario emol/a tercera/ cuestión general de temas no algo específico porque tiene noticias internacionales/ parece un diario financiero	1) Biblioteca: malona/ no se aprovechan los espacios/ complejidad de la lectura/ la parte gráfica se ve difusa/ no se relaciona con producto o servicio/ no se entiende el sentido/ no tiene una asociación a una marca/ se lo puede asociar con correo/ turismo/ entrada a una enciclopedia/ muy recargada/ título muy lejano/ evaluada con un 4/ 2) emol: recargada de publicidad/ poca claridad visual/ identificación de la publicidad/ asociada a producto revista de cable que nunca lee/ me molesta a la vista/ recargada/ 3) fundación española: simplificación de la página / no está asociada a una marca/ es una página para personas que saben que existe/ 4) cchc: es una página bastante buena/ tiene una combinación entre la página de emol y la fundación/ no tiene presencia de marca/ el color corporativo de la cámara es el blanco/	1) no tiene presencia de marca/ si le cubro el título me pierdo/ asociado a museo/ no conozco página parecida/ chico el menú/ opciones debería ser claras/ precisas/ no debes tardarte leyendo el menú/ los colores son claros/ el edificio que está chiquito tendría que ser grande/ relacionado con la imagen de la biblioteca/ no se lo identifica con la organización/ da sensación de seriedad/ 2) mazamorra de información/ me carga estas páginas/ poca claridad de las letras/ muy recargado/ encuentro mejor una página densa así uno navega menos/ 3) me gusta pero no dice nada - no hay asociación, sea la misma/ poco atractiva/ no te invita a entrar/ es una página bien/ tamaño de las letras está bien/ pero no me gusta/ 4) la asocio con colores rojo y amarillo/ otro a la izquierda/ se parece a la página de emol/ tiene un símbolo y una imagen/ asocio a instituto militar/ ministerio de economía/
conocimiento del portal	4) no lo he usado mucho/ cuando me lo pidieron / conocimiento por otros/ búsqueda de información estadística / no es frecuente su uso - la primera y la última hace una semana atrás / si se reconoce el nombre de la página / búsqueda de información de proyectos/ hace un par de meses que no me aparece/	buscar información sobre reunión que no pudo asistir/	4) si lo han visto/ lo han visitado/ recuerdan la dirección/ conoce que está sucediendo algo porque recibe un mail/ obliga a meterse/ lo asocian con colores rojo / ocre y amarillo/ azul/
acceso portal	facilidad para recordar la dirección de la página/	reconocen la dirección de la cchc.	4) acceso obligado al recibir el mail/ lo tenta / te avisan de la cchc/ no es muy rápida para acceder/
navegación por el sitio	2) me costó para llegar a la información/ veo la página completa y luego voy a noticias específicas 4) el resultado es menor que mis expectativas / no me acuerdo que hayan buscadores/ busco a través de los iconos	buscador yahoo/ la competencia hace que se desorienten de los buscadores y de lo que estos te presentan. 1) opciones claras/ facilidad para moverse dentro/ permite ir directo a lo que está buscando/ tengo menú / y no necesito tener submenús hacia dentro / la página de la biblioteca es para entrar ocasionalmente/ 4) esta es una página que se entra dos veces por la semana y sabe que uno va para allá. / interacción con la página- confirmación de datos/ 4) reemplazo la información que podría darme la cchc con otra fuente de cotizaciones/ servicio focalizado de licitaciones/	utilizo buscadores como google 4) cuesta encontrar la información (ectas)/ esta página no la había leído/ nadie consulta la UF/ va a otro lado/
información y contenido	1) no me da información/ se debe saltar a otra parte para llegar a lo que estoy buscando/ buena distribución contenido-títulos y subtítulos/ ordenada/ presentación horizontal 2) demasiada info en poco espacio/ pierden espacio, pueden agragar aún mayor info 4) el resultado es menor que mis expectativas / la información la encuentro pero no con la exactitud que la necesito/ espero sobre volúmenes de obras, plazo, empresas involucradas/ confusión de los títulos si es que la cámara tiene una nueva lectura sobre el panorama económico/ servicios esperados información financiera, proyectos, temas técnicos, acceso a normativa/ pero desconozco lo que tienen de información y lo que podrían dar	1) es una página muy recargada de contenido/ 4) se tiene que ser selectivo con tipo de información que se presenta en el portal de la cchc/ una empresa diría que sirve poco/ 2) índice claro de opciones a la izquierda/ fácil de ver/ confuso los títulos de la página/ empiezo por la izquierda/ 4) es una página que reúne el sector privado 4) identificación de áreas: panorama gremial/ distribución del contenido: encontrar a la izquierda los temas para entrar los lugares que quiere/ se reconocen tres áreas/ distribución podría ser mejor/ cambios desconciertan/ contenido esperado: pagamos por esto / si cobran tendrían que pensar si son capaces de responder/ eficientemente/ entitas de noticias de construcción / ubicadas al centro de la página/ acceso a temas específicos/ primera página debe haber un buen índice/ noticias relacionadas con la construcción/ lo novedoso sector vivienda y público/ contenido focalizado/ para que sea una página obligada de los que estamos en el sector/ indicadores económicos/ un región que digan estamos innovando en algo y uno dejara que hay un cambio/ la cchc no es una suma de noticias de la construcción/ importancia de la edición / redacción/ frecuencia de uso: poco por no tener plata	1) el índice me parece seguro/ valorización de la zona/ me permite entrar más seguro a lo que estoy buscando/ me invita a algo/ se ve interactivo/ 2) poca claridad del contenido/ mucha información adicional/ mejor tener una página que cinco/ me permite tener todo y seleccionar/ 3) tiene menos información pero es menos atractiva/ 4) tiene una gran cantidad de información como emol/ información atrasada/ identifica la área de los socios/ acción gremial/ parte social me mato en entidades porque tengo mi fundación/ urbanismo y medio ambiente/ no hay un índice claro/ frecuencia de consultas una vez a la semana máximo/ y si es más es porque nos llega información/ sino estuviera así como una vez al mes/ no se sabe distinguir las zonas / sabe que socio es una de las zonas / reconocen las entidades debajo del símbolo/ noticias/ distintas noticias/ adolece de muchas cosas como la de los bancos meten muchas noticias repetidas/ me molesta que me pongan noticias si no quiero/ no veo lo que me interesa y lo tengo que buscar como medio ambiente/ nadie entra a la página para ver el isa- UF
utilidad del servicio	2) búsqueda de noticias/ recibo información de crm por eso me salí de emol es lenta / actualización de la página 4) el resultado es menor que mis expectativas.	2) una página que utiliza mucho pero está muy recargada. La ocupo porque conozco el mercurio, busco cosas específicas y es fácil para utilizar / útil porque cambia de información cada hora/ se lo que dijo el mercurio ayer/ recopilación de información/ publicidad pone lento el sistema/ las imágenes fuertes de publicidad hace que le focalices sobre ellas/ se le va la vista al leerla/ 4) valorización pagarle por portal de la cchc/	2) si me voy a demorar voy a tardar dos horas/ al mercurio lo ocupo/ yo poco muy recargado/ me carga ir para atrás/ 4) es mucho más útil recibir un mail y cargar la página/
priorización de los elementos	rapidez para acceder a información / imagen sencilla / sin imagen ni movimientos que se demora mucho	es importante un portal que sea rápido/ que tenga poca información/ que permita una navegación rápida/ no tenga carga de elementos / 2) obtener lo que uno busca / algo simple / no se prioriza la estética y si la rapidez/ son buenas cuando no le piden tanta información (rut, etc) Se prioriza la velocidad/ el secreto es no poner tanto sino lo necesario para que uno entre/ 4) la cchc tendría que agrupar los temas / información corporativa/ y externas relacionadas a aspectos de la construcción/ información y noticias/ el aspecto estético es importante pero no el más importante/ es más importante el contenido/	1) página fácil de operar/ agil/ base de datos de nuestros clientes/ registro de información de clientes/ no debe tener muchas imágenes es lo que se demora/ por mí solo tendría que tener una sola imagen de la apertura/ opciones que puedo entrar con más rapidez y luego aparecen imágenes/ menos diseño y más contenido/ 2) busco información específica/ 3) lo que uno busca es la simplicidad/ operatoria/ hay página que tienen mucha información y no la hablan de nada/ lo más importante es el servicio de una página/ que nos ahorre tiempo/ si necesito más lo puedo hacer (luego???)

<p>evaluación de nuevos servicios</p>	<p>Gula de la construcción: otros sitios donde uno puede acceder a esta información esperada curriculum/ contacto de ejecutivos/ esa información la pagas una vez y punto/ ver cual es el valor agregado que le podés dar a esto/ tendría que ser una página amarilla de las empresas/ el valor agregado es en las estadísticas/ boletines públicos/ agenda de eventos: no / la cchc debería informar a sus socios a través del mail las actividades que tiene/ e-learning: hay mucha información que la cámara puede transmitir a sus socios/ desde como hacer un tabique / toda información es importante/ lo veo más como material técnico más que clases por internet/ complicado por el tema cronológico/ hoy por suerte hay empresas que con suerte tienen mail para toda la empresa/</p>	<p>la cchc puede servir de filtro de información/ un ente intermediario de selección/ Tendría que agrupar los temas en 12 / base de datos de socios/ tema de servicio propuestas públicas la cchc se plantea hasta qué punto no está quitando espacios a sus socios. / debería tener un mecanismo que permitiera salir a través de ella/ base de datos externa/ salas virtuales en el que la comisión haga informes intermedios y los sometan a comentario de la gente/ corroborar qué tipo de info es la más relevante/ agenda de actividades relevante como exposiciones/ base de datos parecido al sitio mercantil/</p>	<p>me gustaría que me llegaran libros por correo/ y me sale una página en la que me dicen estos son los productos nuevos / lo mismo con la cchc/ ir a favoritos / cargar toda la página me da lata/ me gustaría recibir una vez a la semana lunes me llegara un correo / que vierá la página solo lo que me interesa/ contenido y servicio esperado: saber de los problemas de la rama de la construcción/ qué se está haciendo/ planeamientos de la directiva de la cámara/ que se está hablando con la autoridad- con el presidente por ejemplo/ 1)</p>
	<p>boletín informativo: estándar/ el valor agregado está dado en la info financiera/ como socio esto tiene un plus/ estudios / elaboración de información/ estadística/ alguna info abierta al público pero los beneficios tendrían que ser para los socios / foros de opinión. influencia del moderador / no es un amplio espectro de conversación/ escéptico / si fuera gerente esto es un distractor de los ejecutivos/ Encuesta: no son representativas las muestras /no tienen rigor/</p>		<p>base de datos (directorio de empresas): información como nombre, identificación, empresa, dirección, mail, actividad que se dedica/ debe haber algún mecanismo de filtro o registro/ acceso a cualquiera identificado/ los que entran deben quedar registrados/ problemas de errores de direcciones para contestar/ agenda de eventos: básico/ muy bueno / seleccionas lo que quieres - hilos/ problemas con información/ conozco mis actividades cuando estoy participando / no quiero recibir de los otros comités/ organizar eventos por áreas/ por comisiones/ ferias relacionar a actividades recreativas/ cosas externas/ reuniones internacionales/ acceso a los socios cuando son actividades internas/ recibir información vía mail una vez por semana con novedades/aprendizaje online pienso que no / porque en los seminarios es interesante los contactos y la interacción más que el contenido/ interés en aquello que se realiza a distancia/ no tenga tiempo/ lo encuentro entretenido y el computador no lo ocupo para entretenerme/ tampoco sirve para la gente que trabaja conmigo/ hay una corporación de educación/</p>
			<p>para difusión si pero no para capacitación/entrenamiento/ para charlas si/ acceso seminario que de la cámara para difundir al público/ para socios de la provincia/ serviría para los consejos en todo chile/ conectar el interior con santiago/ un directorio regional puede var esto con mucha simpatía/ boletín electrónico tendría que estar dividido por temas/ a mí me interesa los materiales eléctricos/ inscribirse en un boletín de acuerdo a los temas/ mandarles a todos el boletín de modo segregado/ foros de opinión: es una buena herramienta/ para participar en temas / es mucho más osado/ no me parece se necesita una respuesta rápida/ se puede poner saldo para aquella persona que recibe la opinión/ acceso: debe haber secciones/ de acuerdo al tema debe ser restrictiva/ otras abiertas al público/ interesante para saber como el público recibe el servicio de la cámara / quejas de las empresas/ encuesta de socio me parece bien positivo/ para cosas relevantes/ ley laboral/ las encuestas me molestar/ no las lleno/ debería estar bien diseñada / tutoriales: manuales no los entiendo/ tendría que ser algo muy sencillo/ problema como se redá</p>

GRAFICOS RESULTADOS

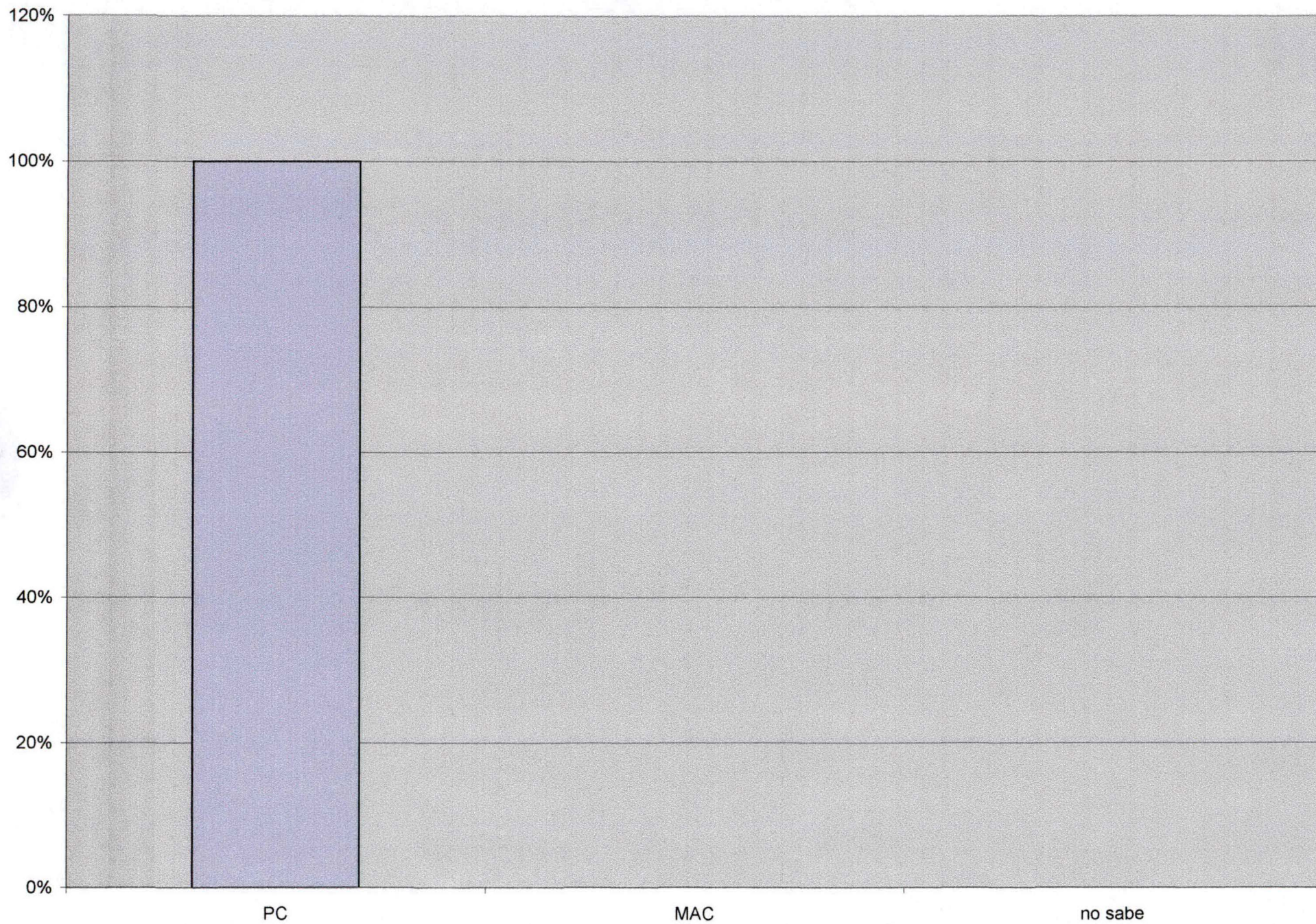
PLATAFORMA ELECTRÓNICA

COMPUTADOR (HARDWARE)		PROGRAMA (SOFTWARE)		CONECTIVIDAD	
Posesión de computador		Sistema operativo PC		Tipo de conexión	
Computador escritorio	93%	Windows 95	14%	conexión conmutada	29%
computador portátil	21%	Windows 98	79%	banda ancha	43%
no tiene computador	0%	Windows Me	0%	enlace dedicado	21%
no sabe	0%	Windows NT o 2000	7%	otro	0%
Tipo de computador		Otro		0%	
PC	100%	No sabe		0%	
MAC		Sistema operativo MAC		Fax modem	
no sabe	0%	MAC OS 7	0%	14 kpps	7%
Ubicación		MAC OS 8		33.6 kbps	
casa	29%	MAC OS 9		56 kpps	
oficina	57%	MAC OS X		0%	
ambos lugares	50%	Otro		0%	
Uso habitual		No sabe		0%	
casa	21%	Internet Explorer		posee	
oficina	86%	4.0		no posee	
Computador apto para internet		5.0		no sabe	
apto	86%	Otra versión (5.5)		7%	
no apto	7%	No sabe		7%	
no sabe	7%	Netscape Navigator		CORREO ELECTRÓNICO	
Memoria ram		4.0		Correo	
16 mb	0%	Versión Superior		posee	
32 mb	14%	Otra versión		no posee	
64 mb	43%	Otro		0%	
128 mb o superior	29%	No sabe		7%	
no sabe	21%	Programas utilitarios		correo webmail	
Procesador PC		Winzip		correo particular	
486 o anterior	0%	Acrobat		no sabe	
Intel Pentium	21%	Babylon		0%	
Pentium II o superior	50%	Viewers		31%	
Celeron	7%	Otro		7%	
Otro	7%	No sabe		14%	
No sabe	14%	Programa multimedia video y audio		intención	
Procesador mac		Real Player		no intención	
Power PC	0%	Windows Media Player		no sabe	
G3	0%	Quicktime		7%	
G4	0%	Winamp		14%	
Otro	0%	Otro		0%	
No sabe	7%	No sabe		43%	
Multimedia		Programa de antivirus		Proyección de renovación	
Cd Rom	93%	McAfee Viruscan		próximos 3 meses	
DVD	14%	Norton Antivirus		entre 3 y 6 meses	
Parlantes	71%	Otro		0%	
Sonido	64%	No sabe		14%	
Animación	43%	Actualización programas		un año más	
Otro	0%	Desde CD		no sabe	
No sabe	0%	Desde Internet		21%	
		Ambos		14%	
		No sabe		7%	

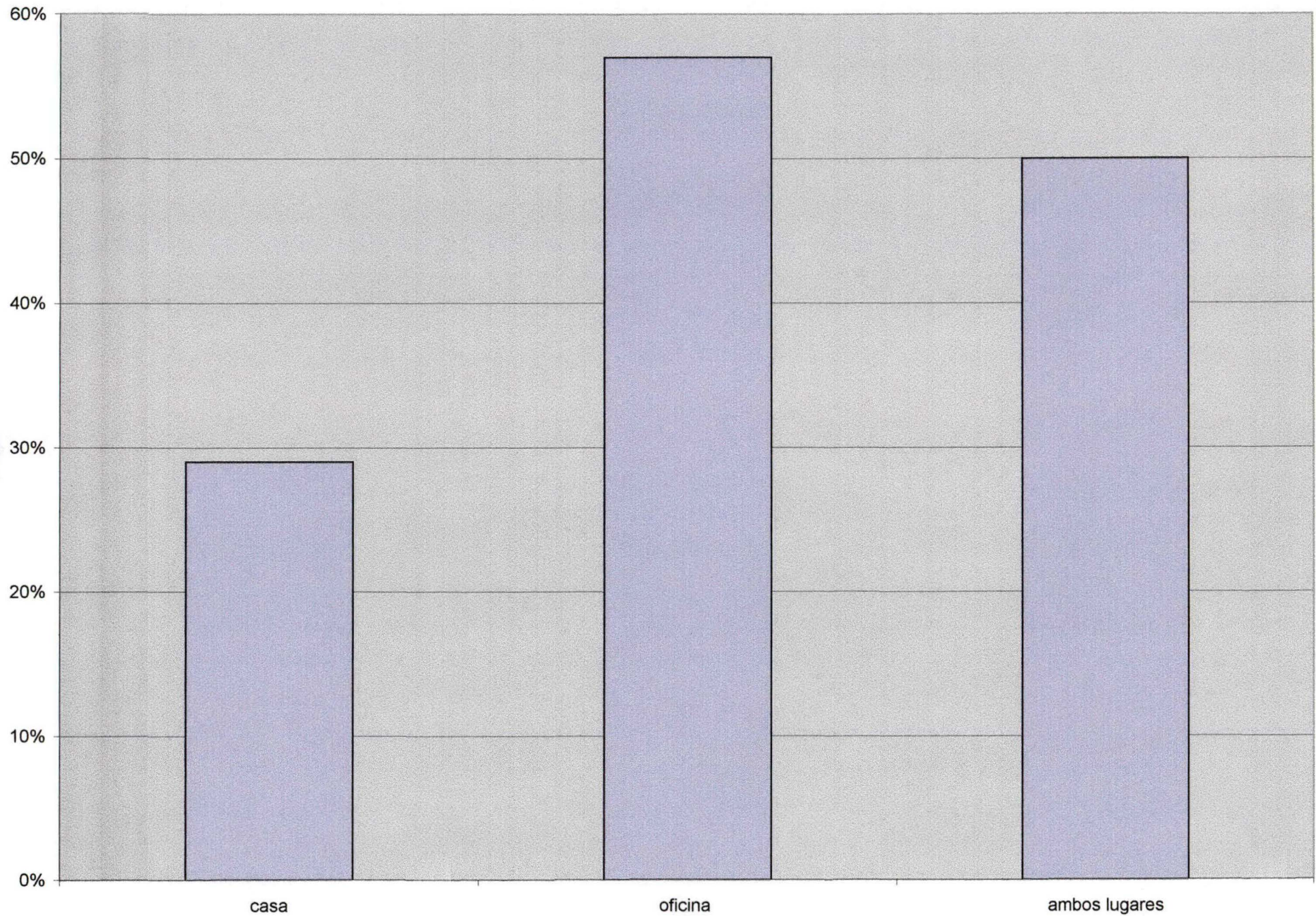
POSESIÓN COMPUTADOR



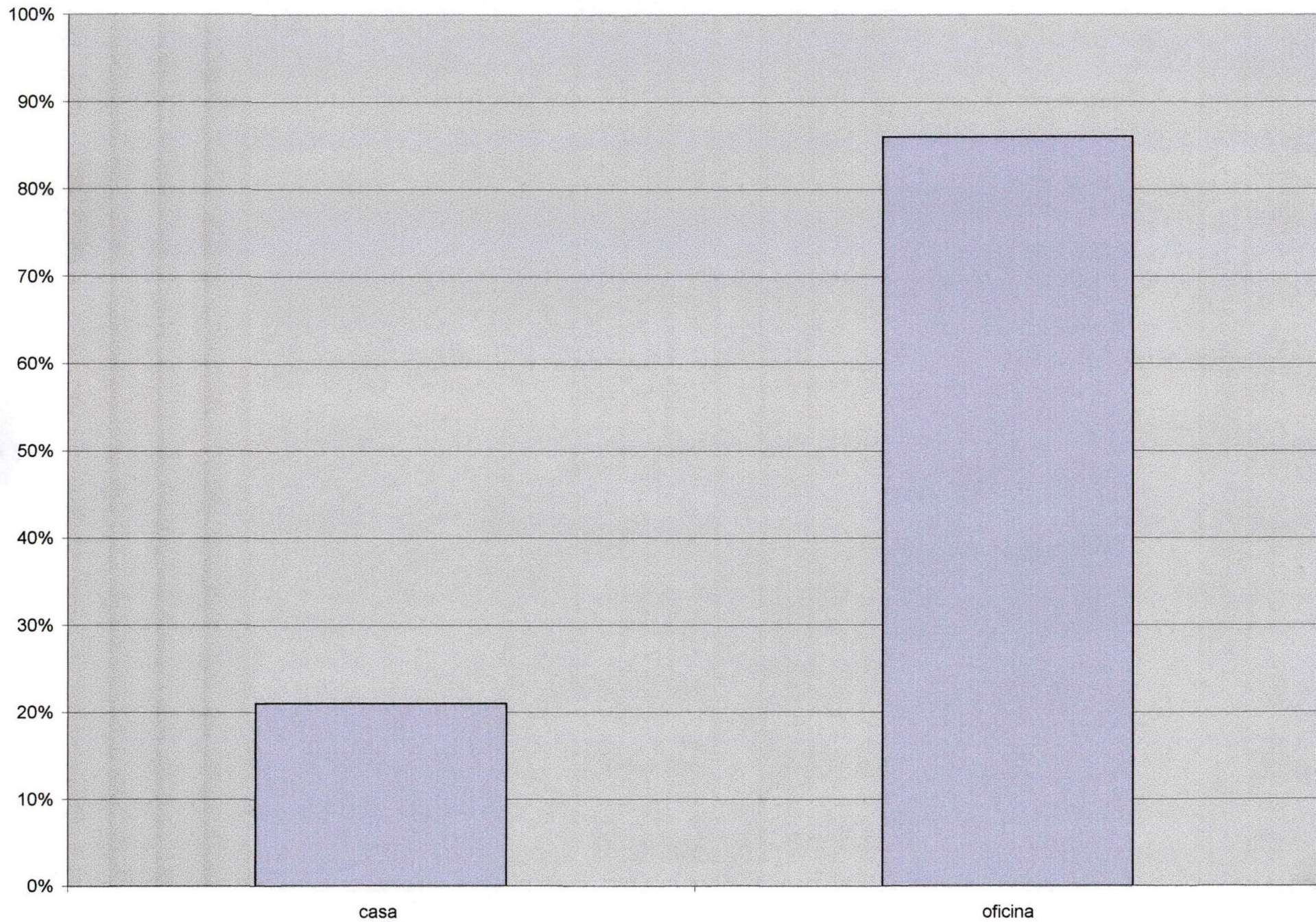
TIPO DE COMPUTADOR



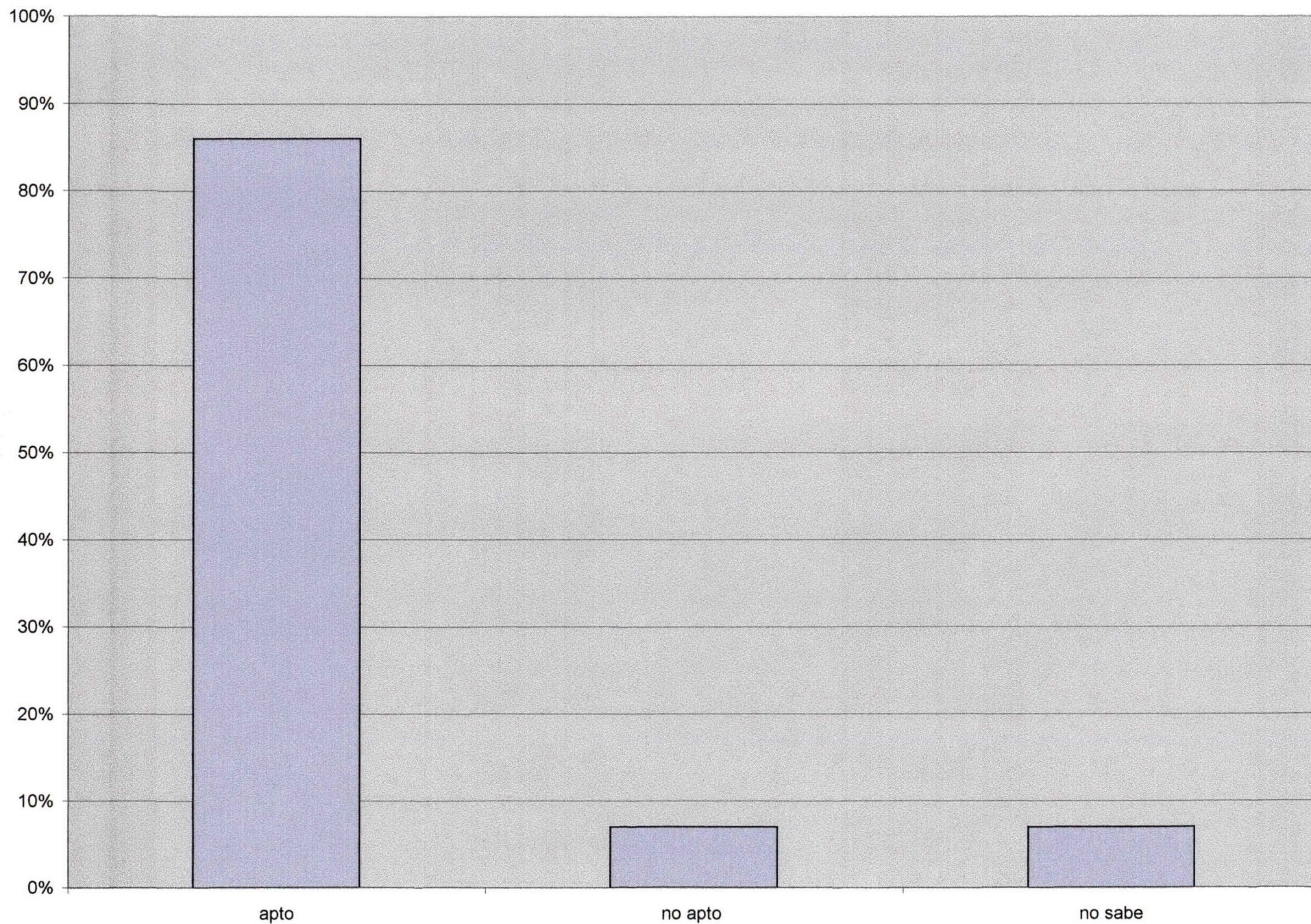
UBICACION COMPUTADOR



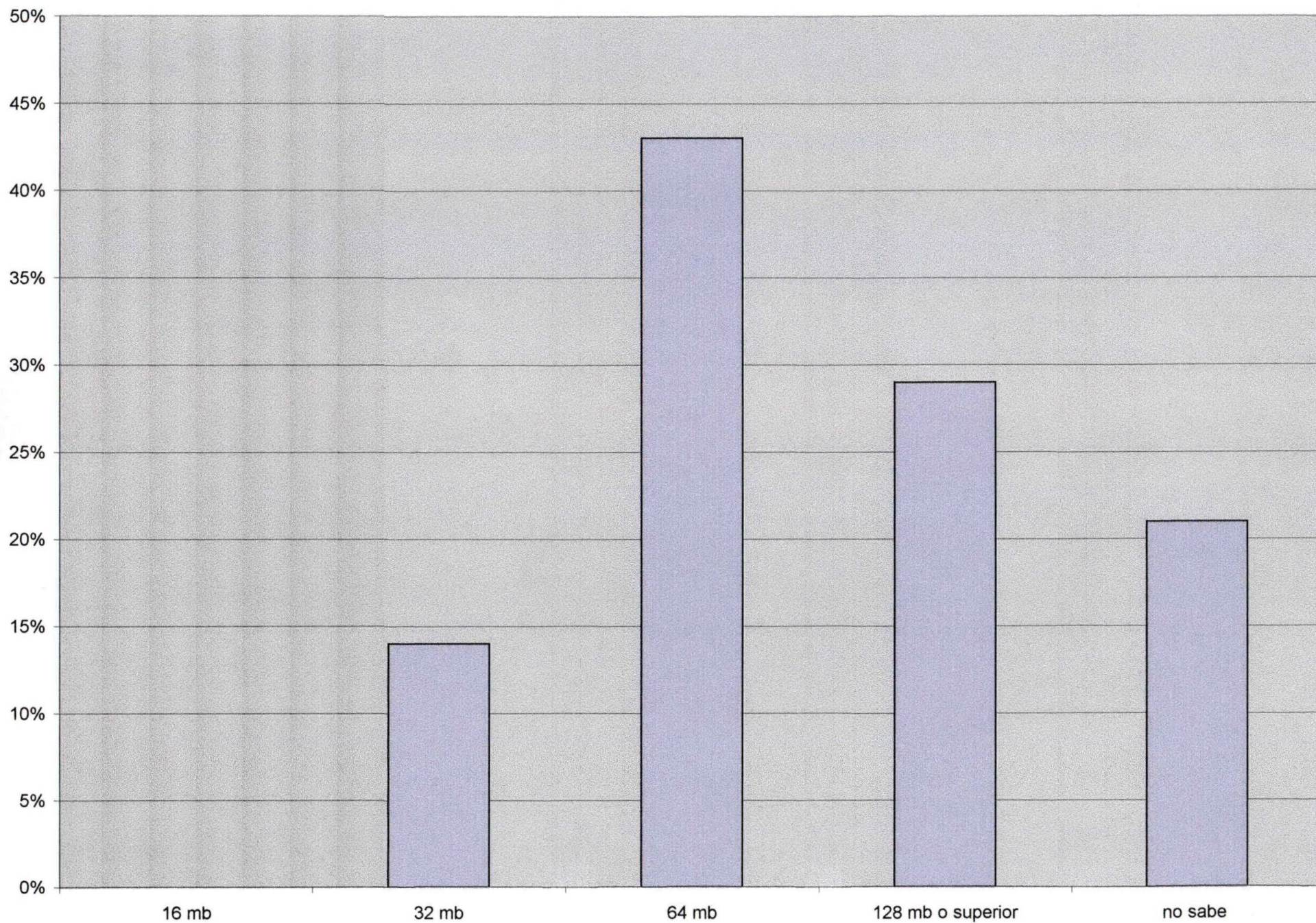
UBICACIÓN USO HABITUAL COMPUTADOR



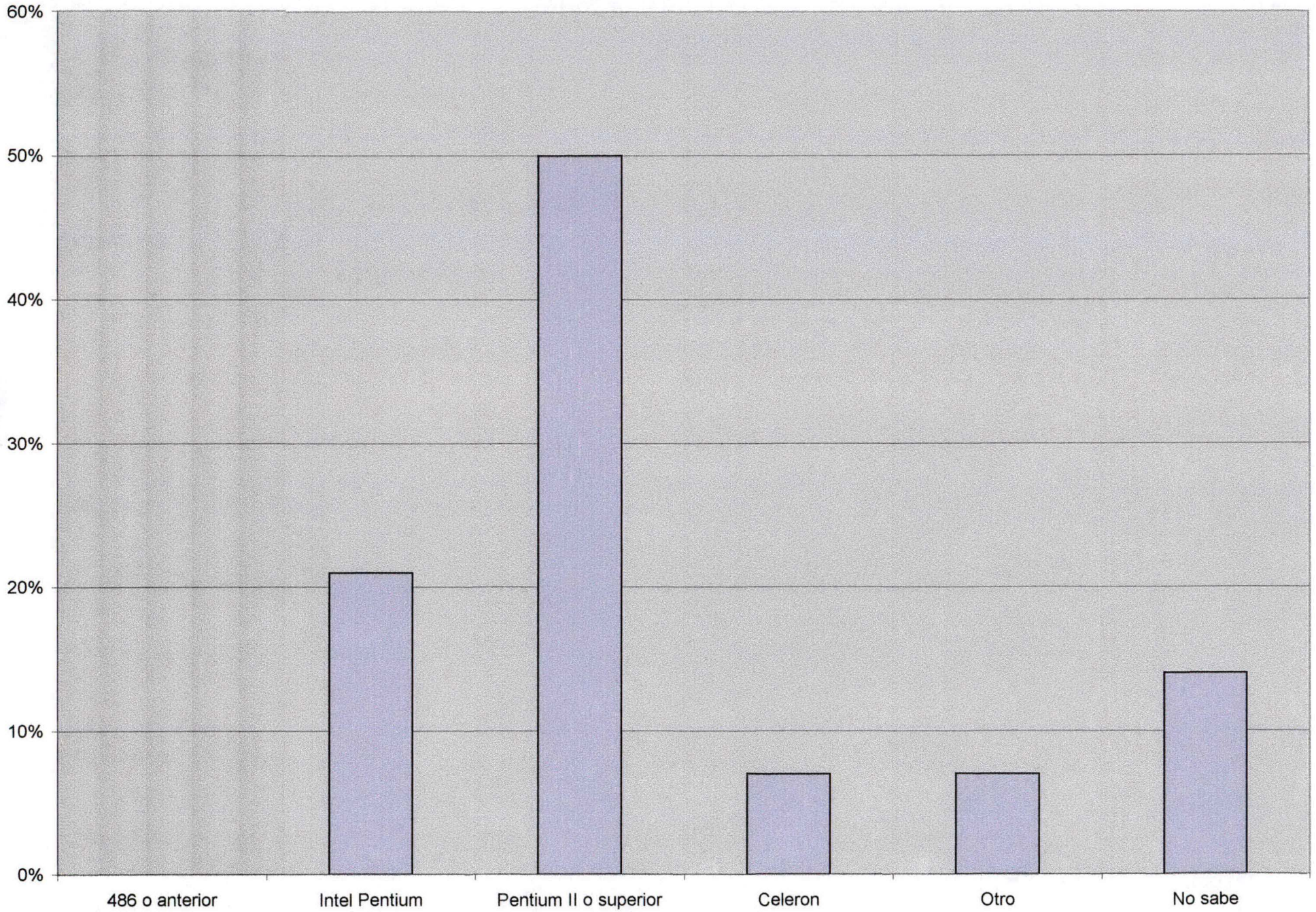
APTITUD COMPUTADOR PARA INTERNET



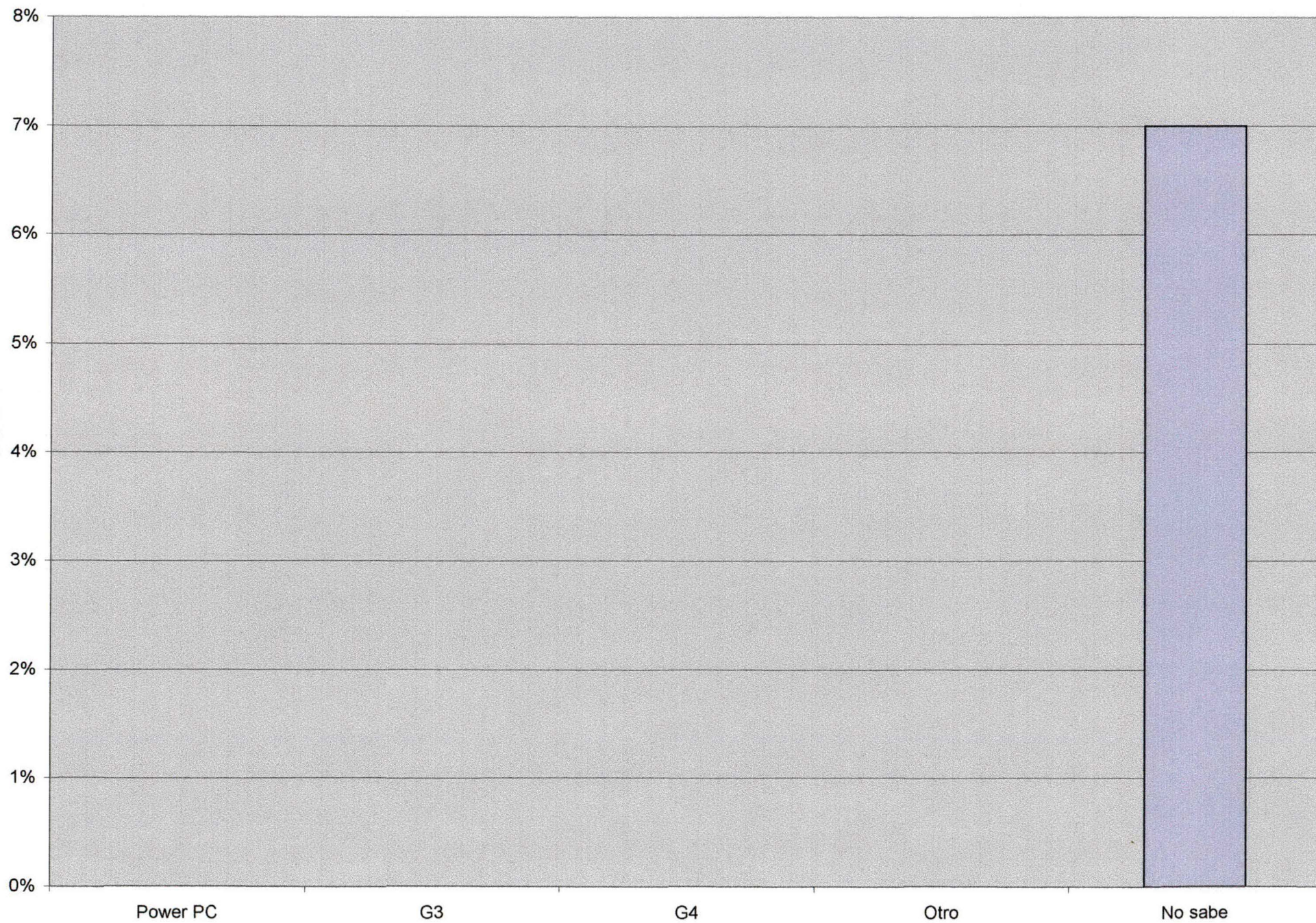
MEMORIA RAM



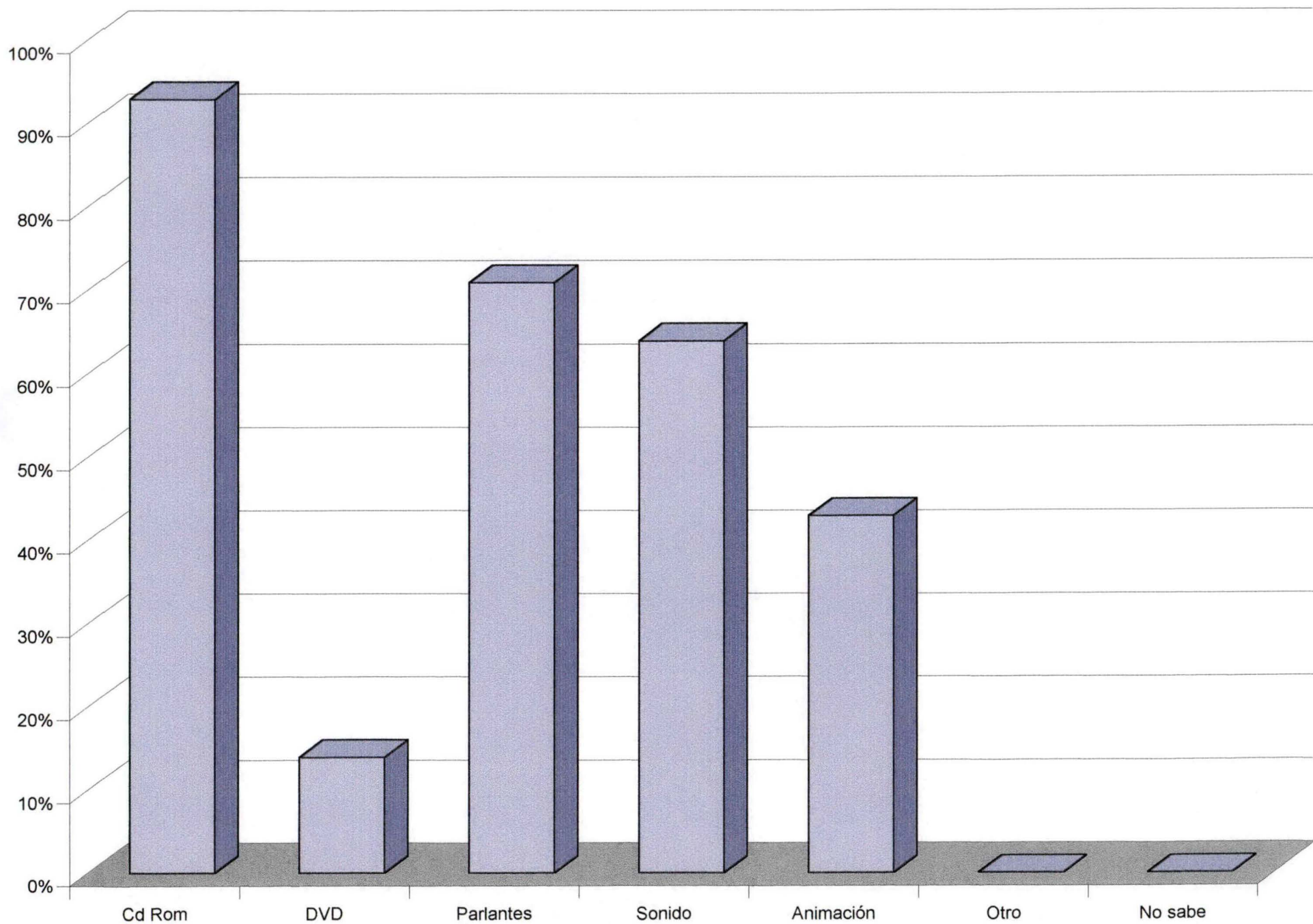
TIPO PROCESADOR PC



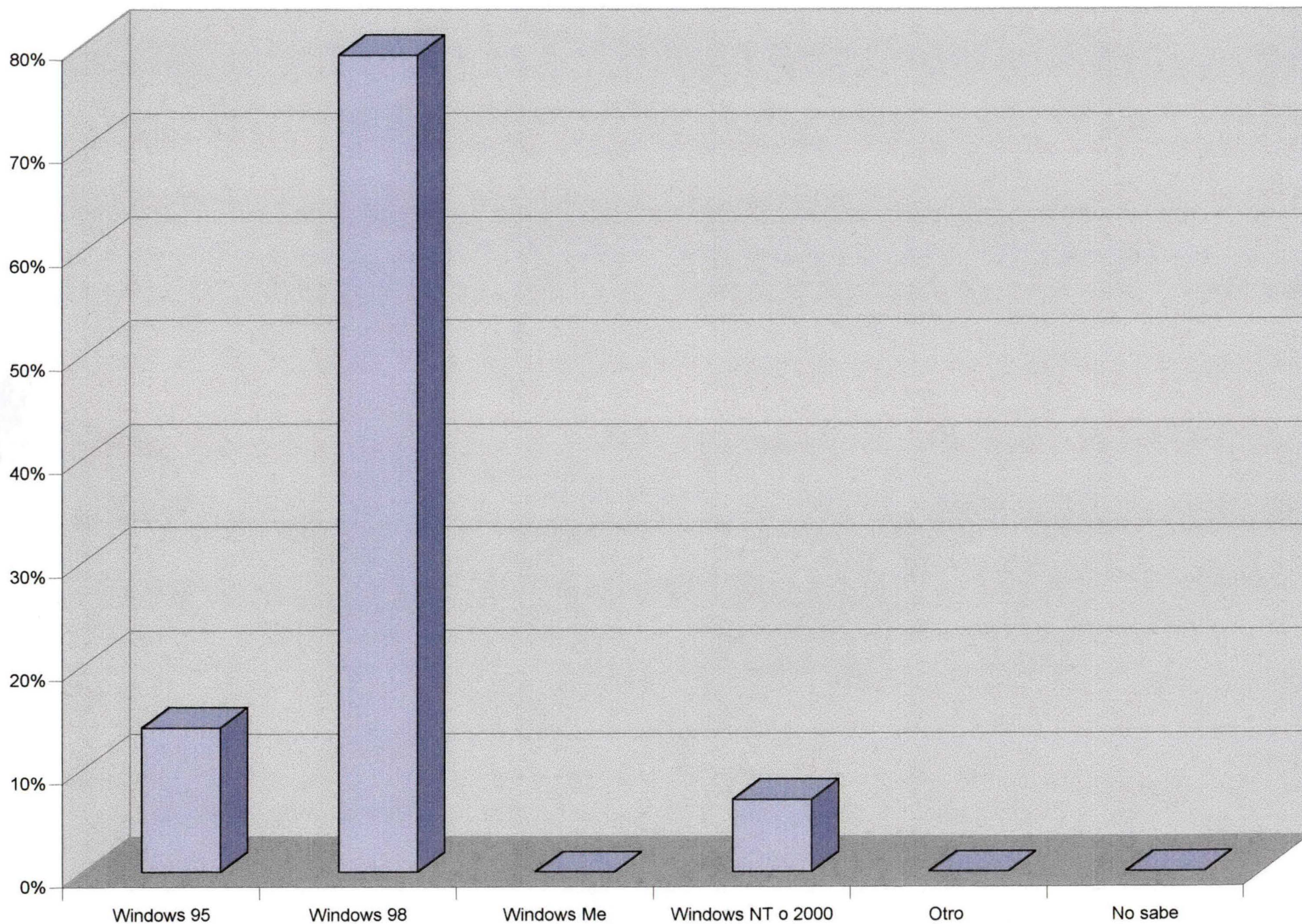
TIPO PROCESADOR MAC



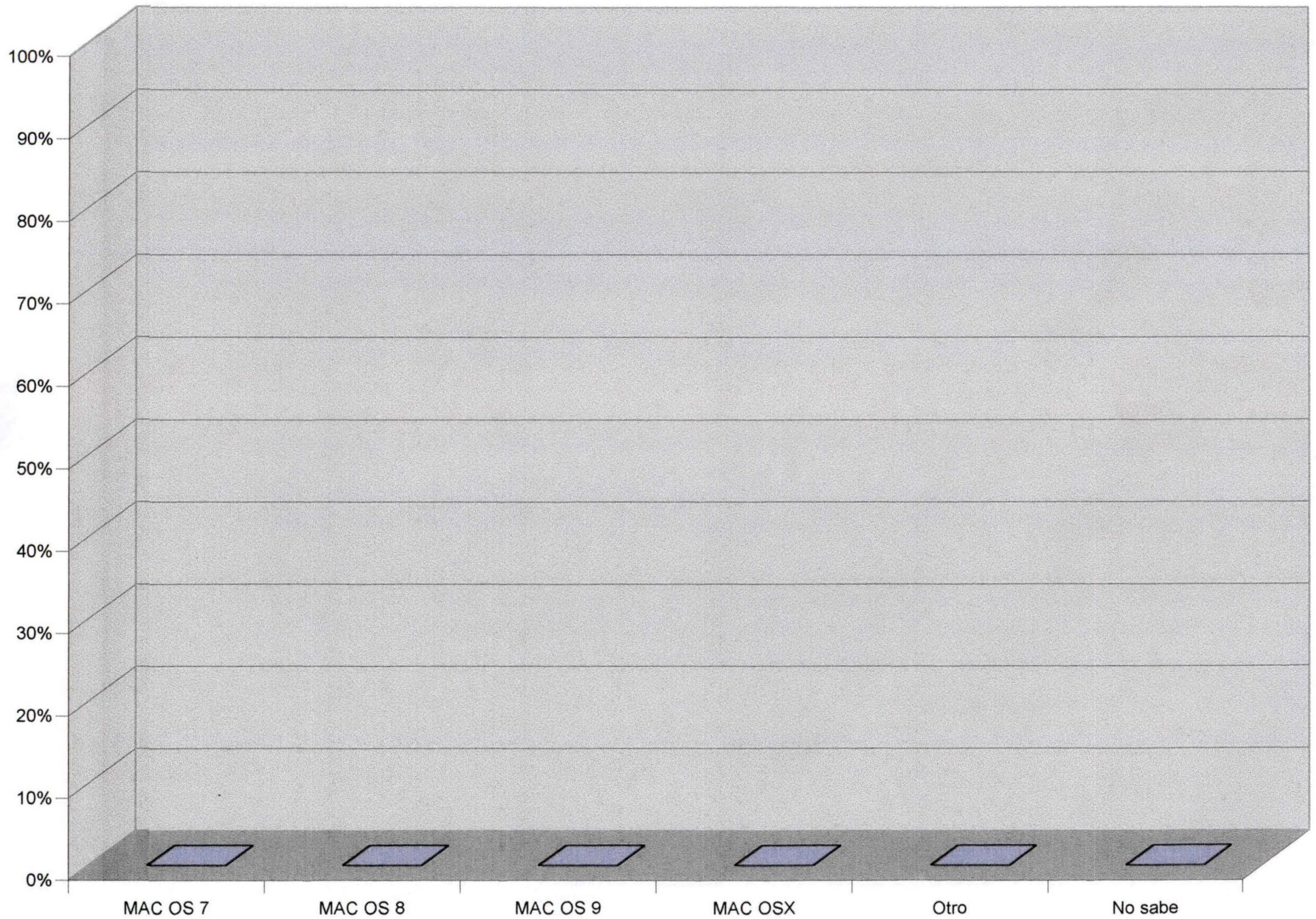
COMPONENTES MULTIMEDIA



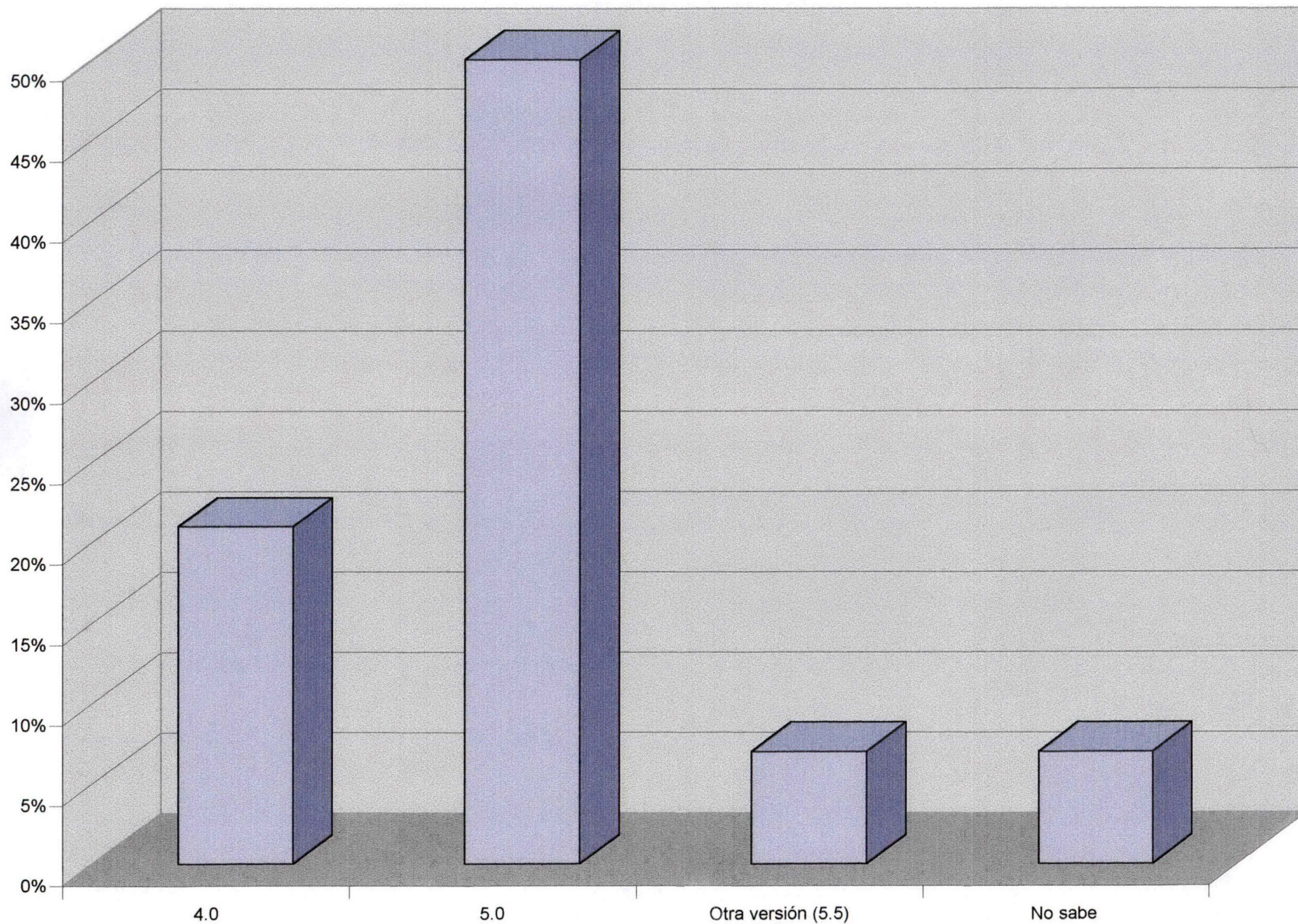
SISTEMA OPERATIVO PC



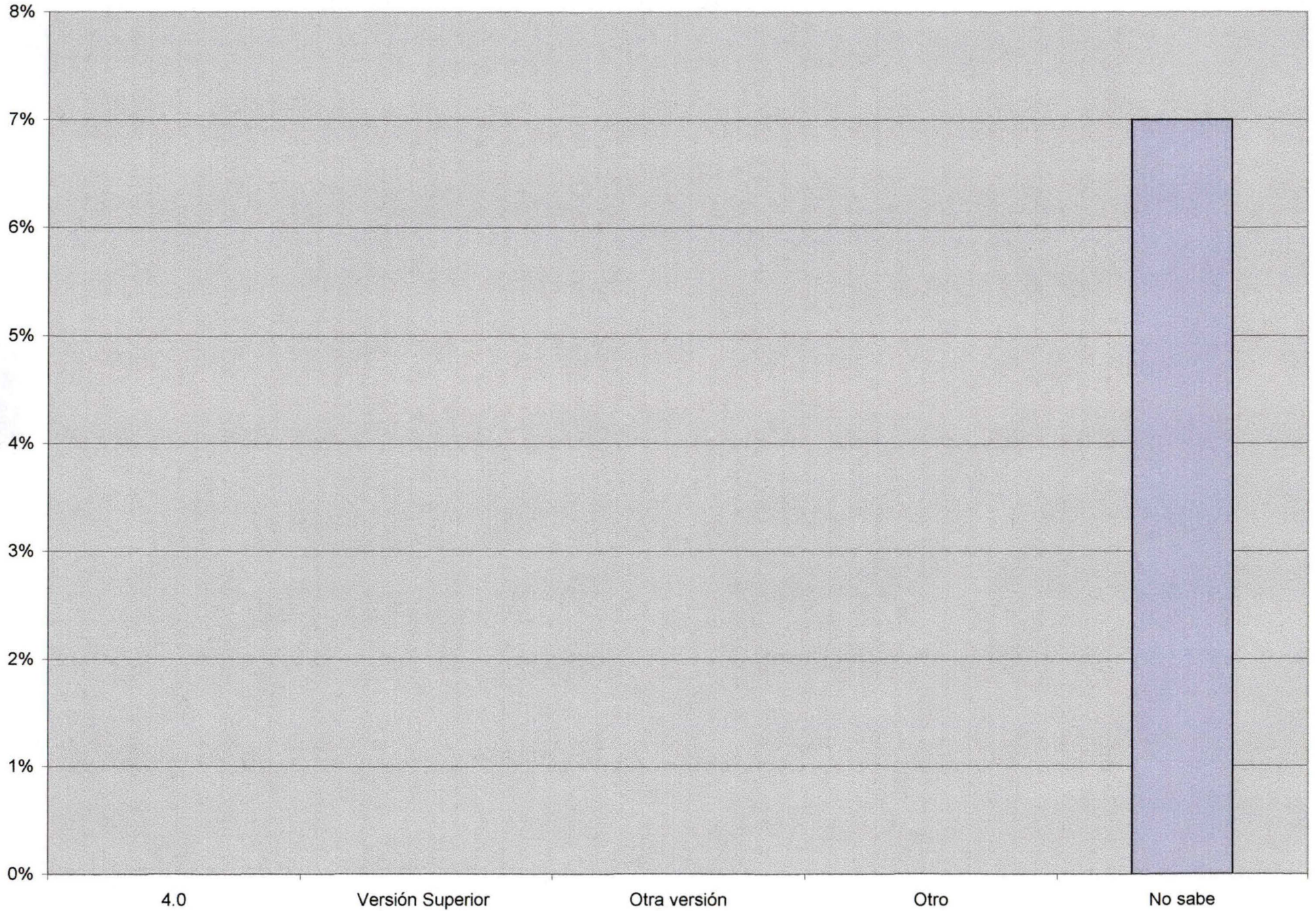
SISTEMA OPERATIVO MAC



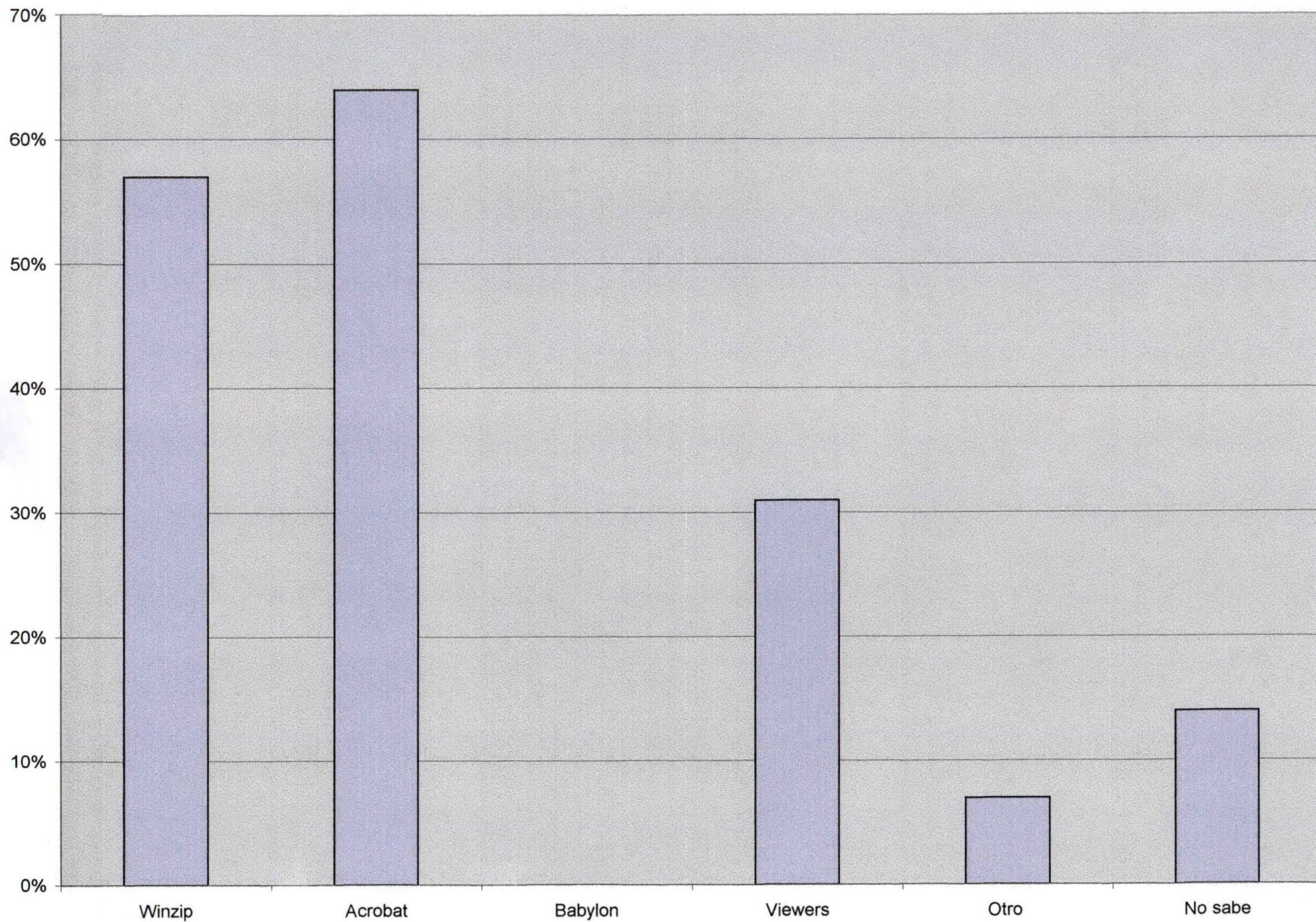
PROGRAMA NAVEGADOR - INTERNET EXPLORER



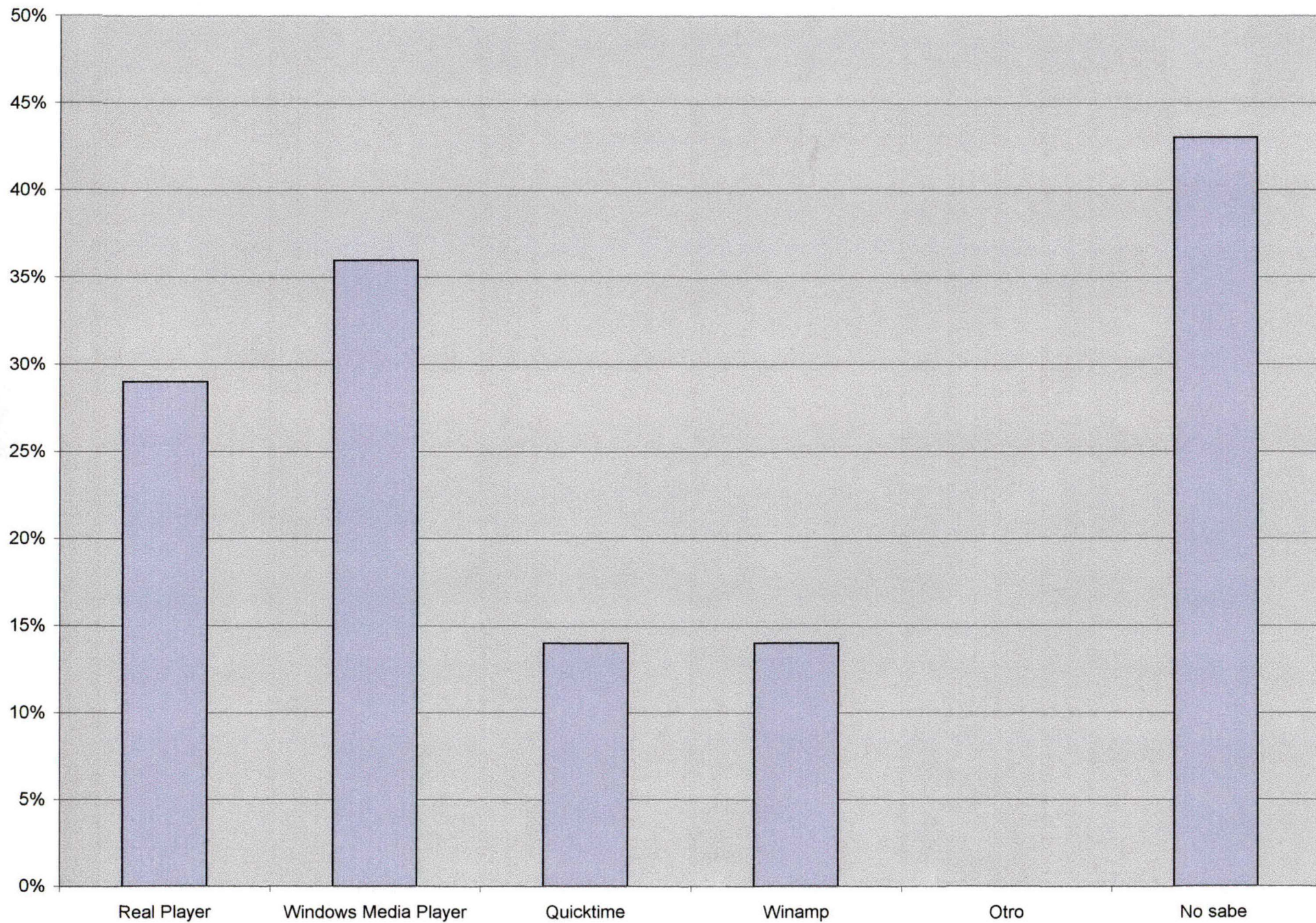
PROGRAMA NETSCAPE NAVIGATOR



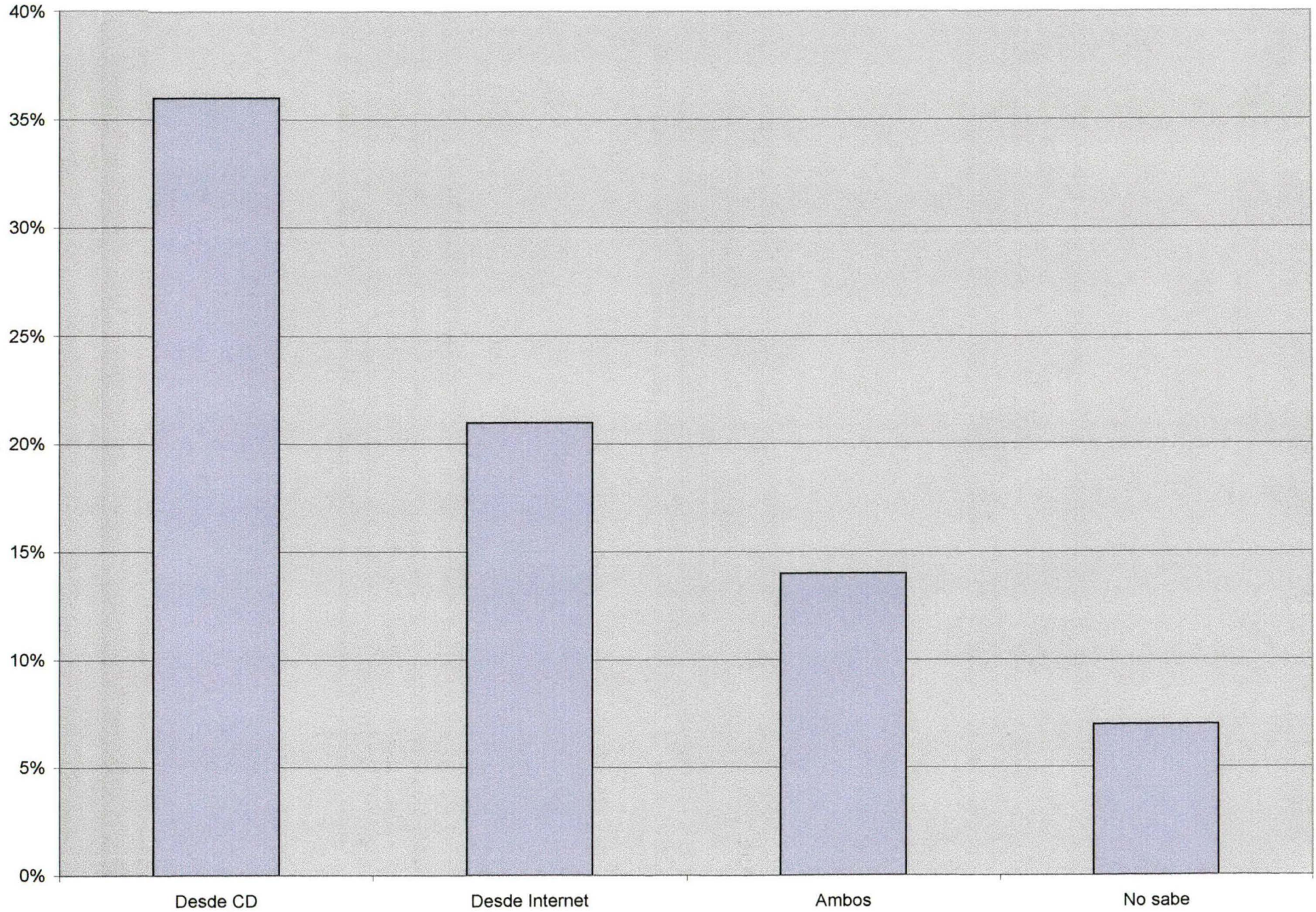
PROGRAMA UTILITARIOS



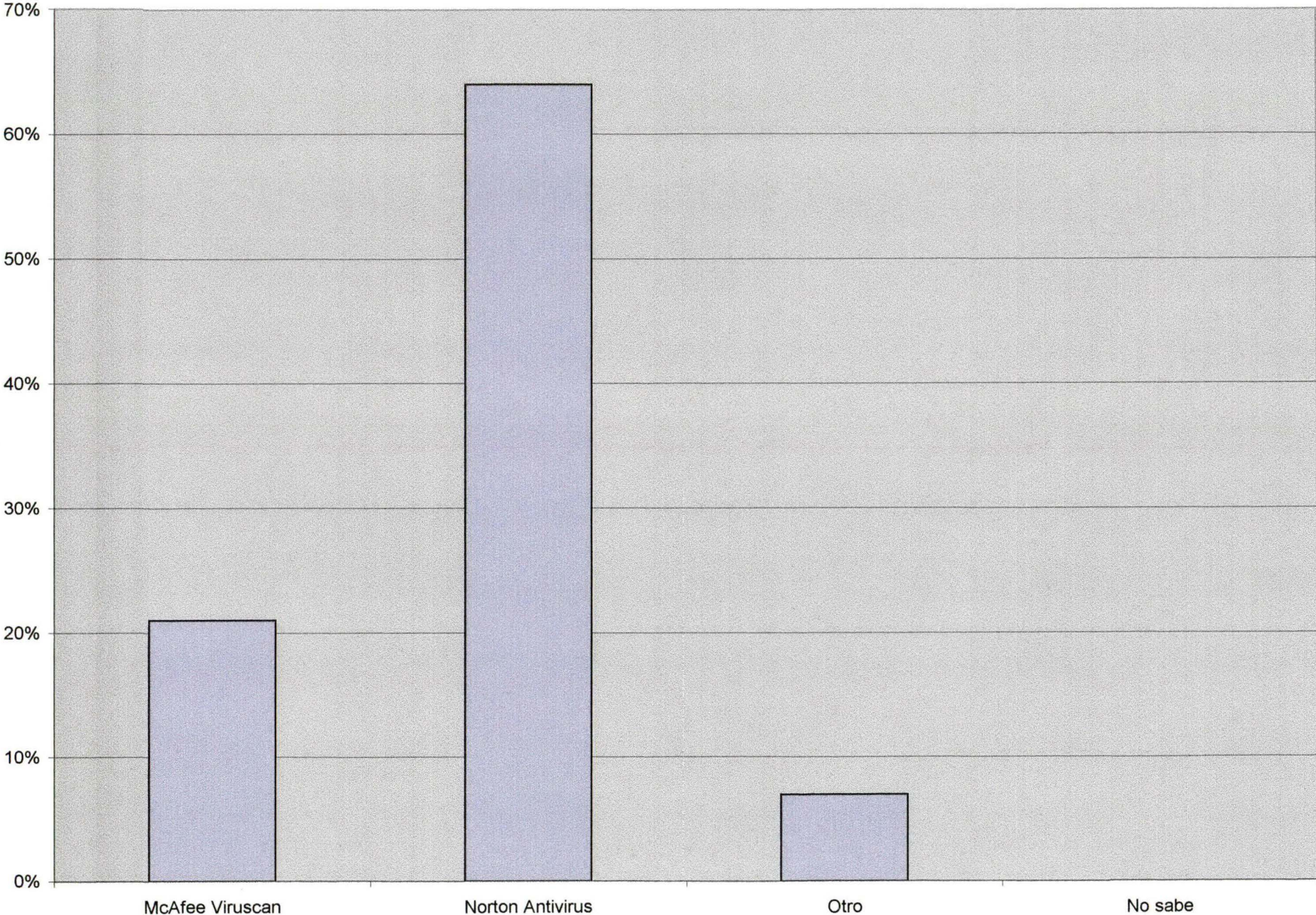
PROGRAMA MULTIMEDIA VIDEO-AUDIO



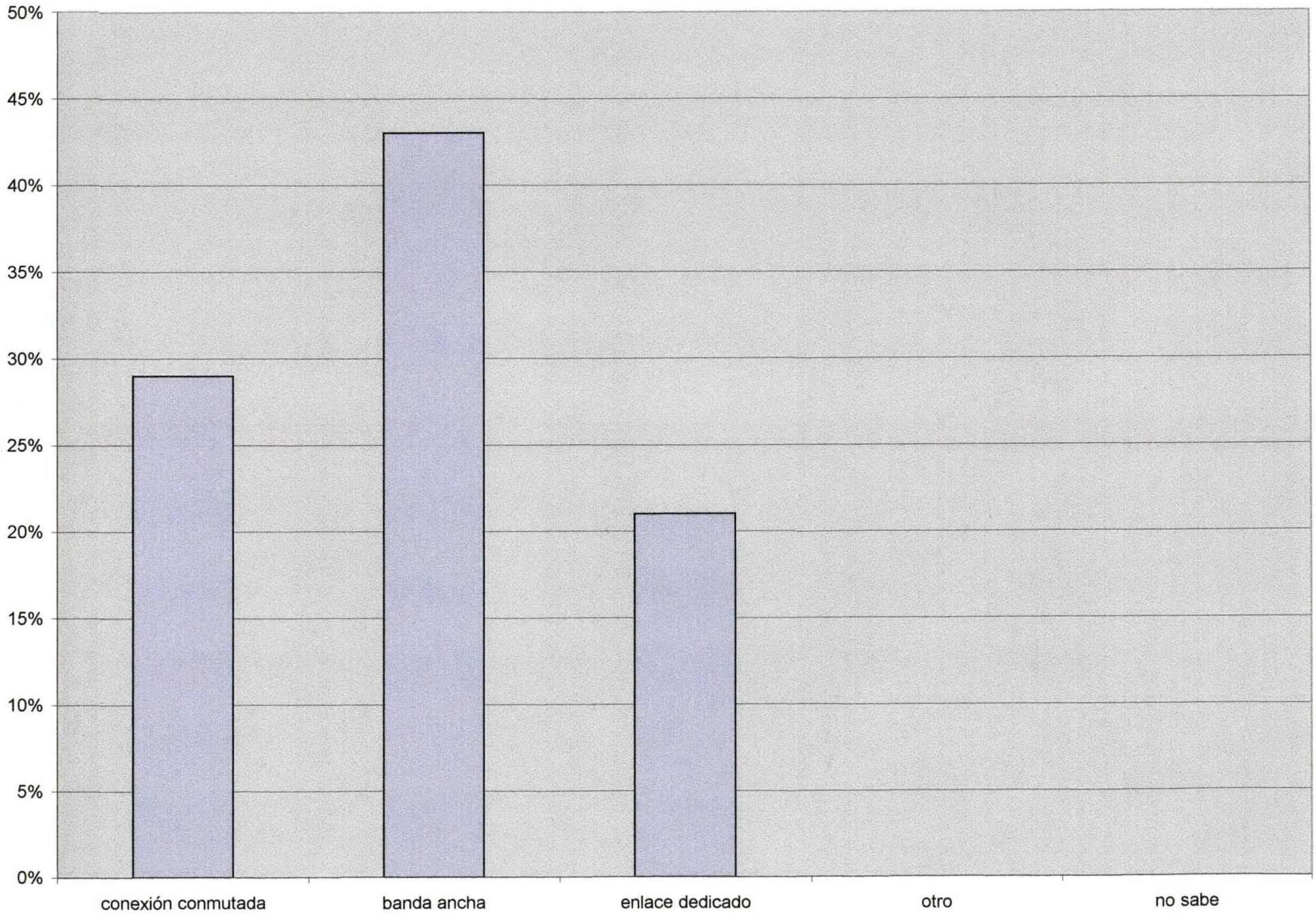
MODO ACTUALIZACIÓN PROGRAMAS



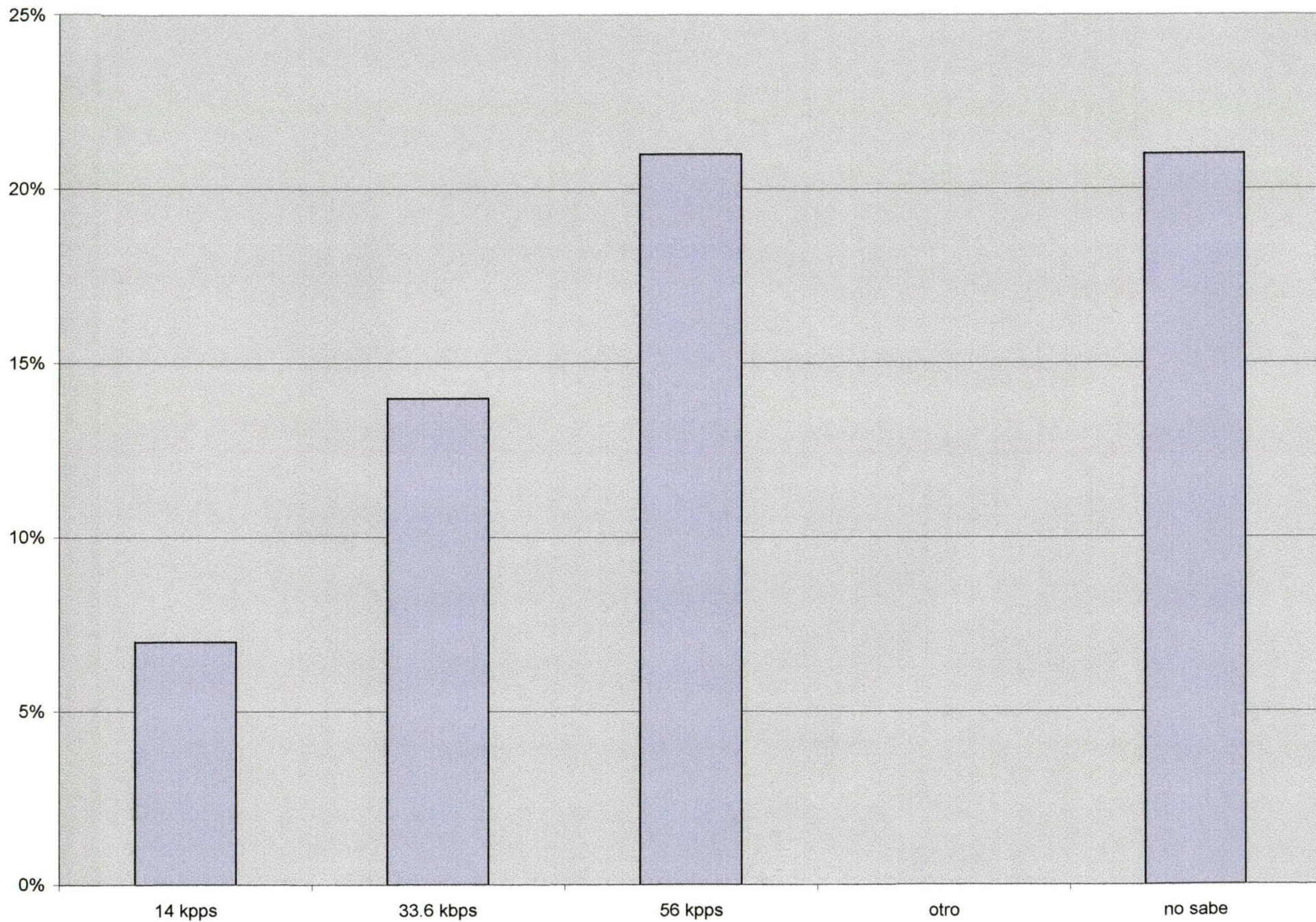
PROGRAMA ANTIVIRUS



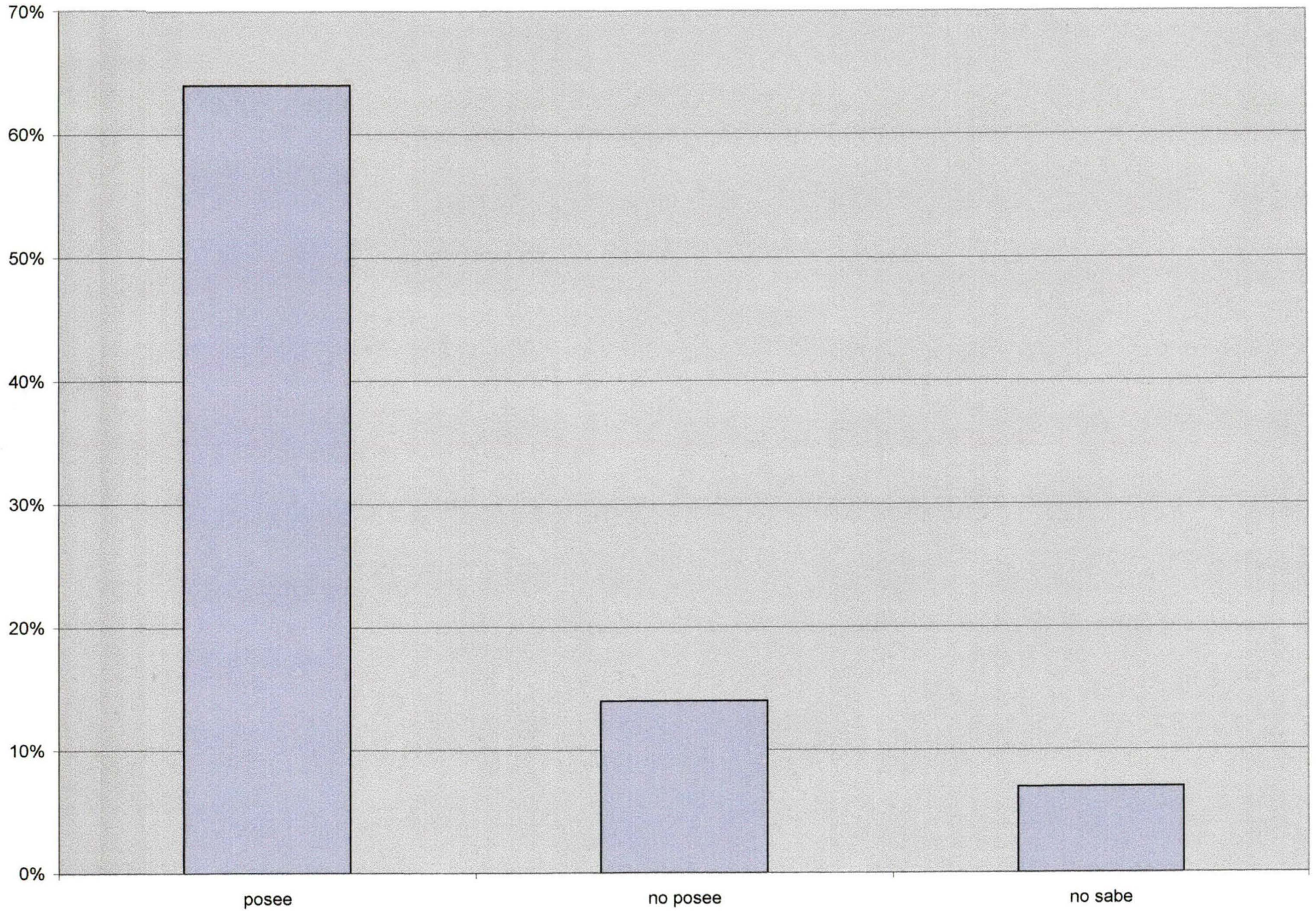
TIPO DE CONEXIÓN



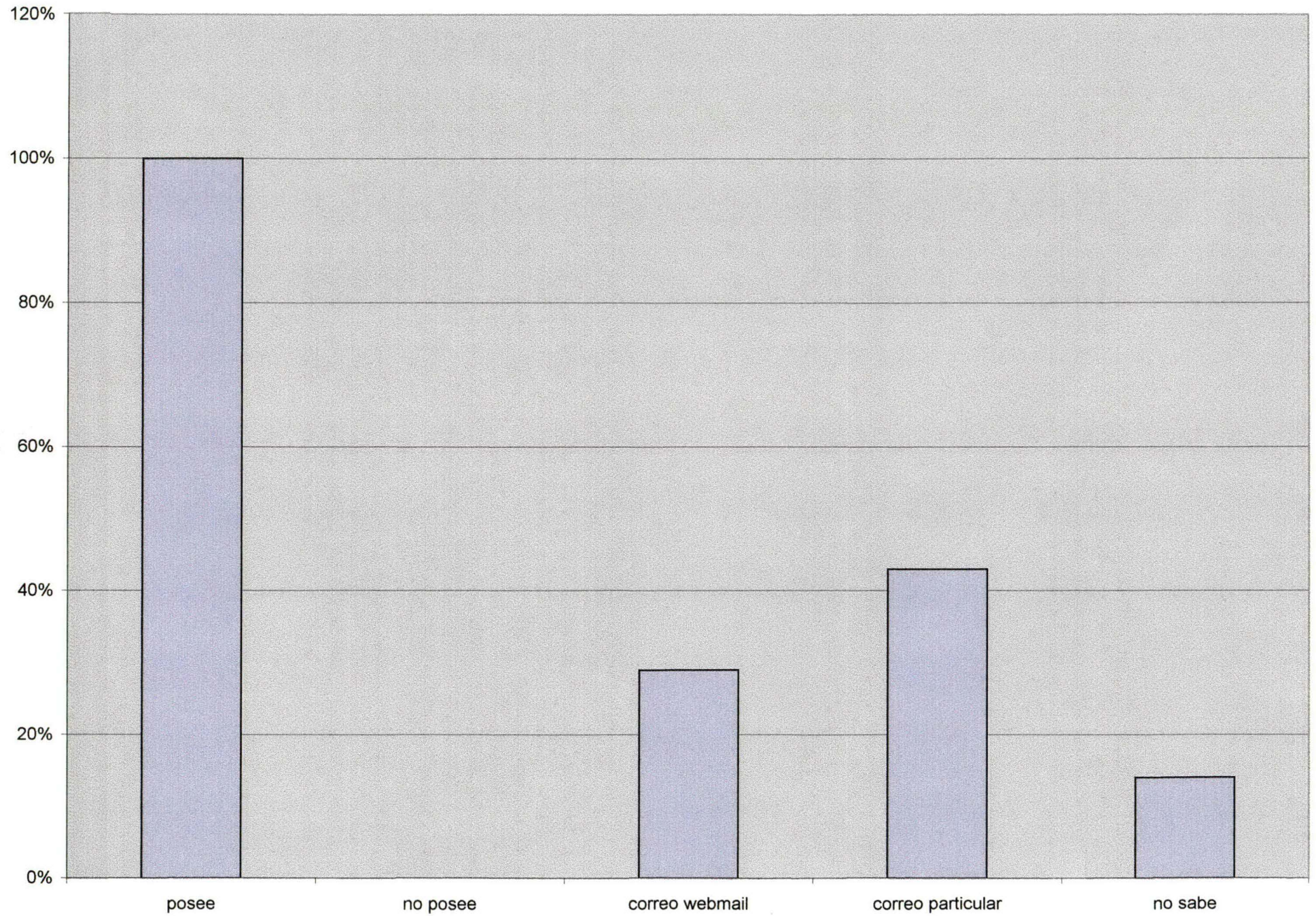
TIPO FAX MODEM



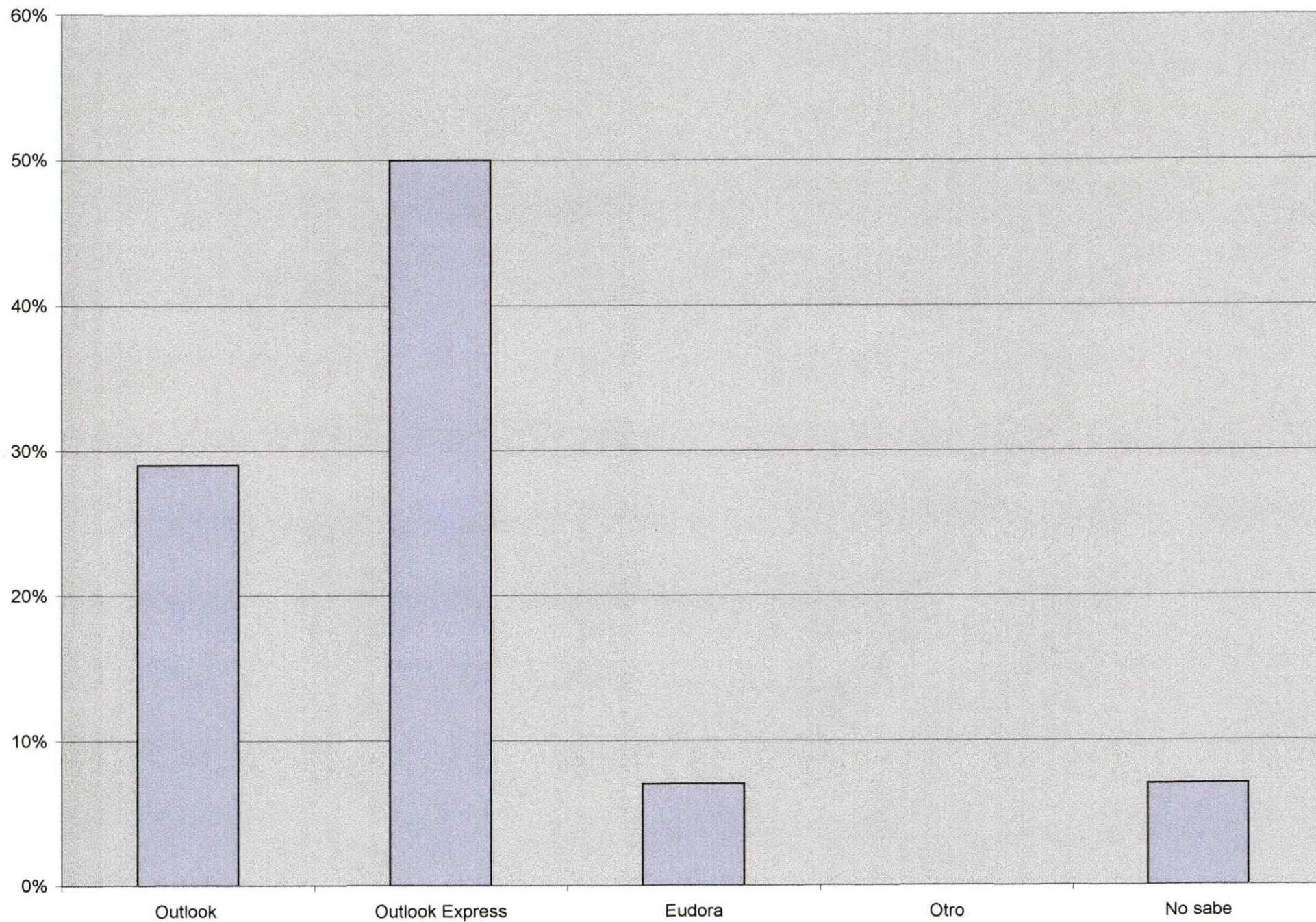
TARJETA DE RED



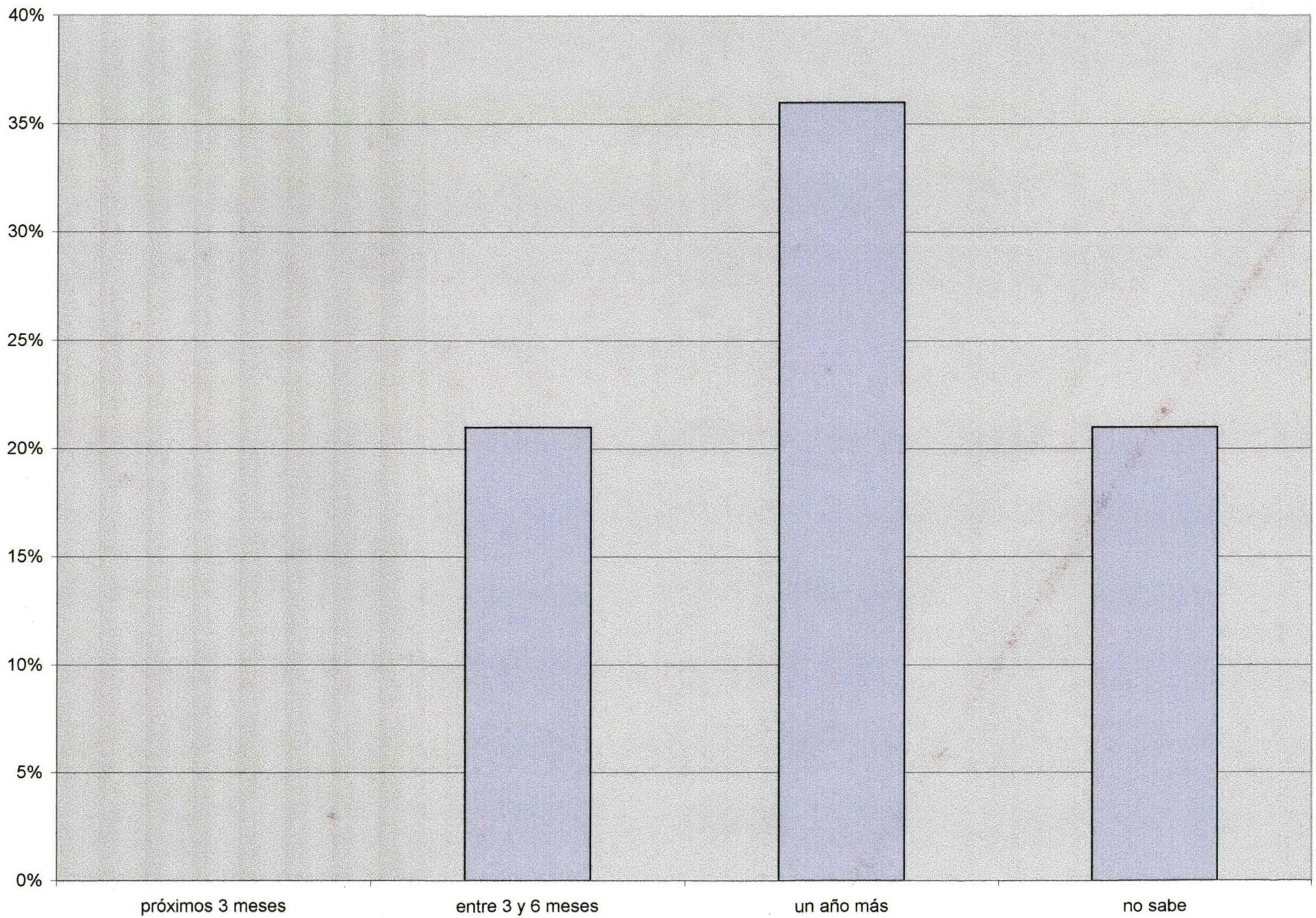
TIPO DE CORREO



PROGRAMA DE CORREO



PROYECCIÓN DE RENOVACIÓN COMPUTADOR





025.066 90
C 7624
C-1

Cámara Chilena de la Construcción
Centro de Documentación

*Sr. Usuario: Solicitamos devolver este documento
en la última fecha indicada*

Fecha Dev.	Fecha Dev.	Fecha Dev.
.....
.....



AUTOR: Continente Seis / Proqueletas
TITULO: Imagen y percepción del
Nº TOP: portal web de la cchc



0016961