



Tesorería General
de la República

Consulta Ciudadana sobre la gestión de redes sociales de TGR



tgr.cl

RESUMEN ENCUESTA

- **Nº de usuarios/as que respondieron la encuesta:** 84
- **Periodo de publicación:** 11 al 28 de junio de 2024
- **Escala de evaluación:** de 1 a 5, donde 1 es muy malo y 5 muy bueno
- **Cantidad de preguntas:** 7, de las cuales 5 son cerradas y dos abiertas
- **Formulario aplicado:** Google Forms

RESULTADOS

La Consulta Ciudadana sobre la gestión de redes sociales institucionales 2024 recibió un total de **84 respuestas**. A continuación, se presentan los datos relevantes obtenidos de las y los participantes, en las cuales quisimos consultar sobre la experiencia global en redes sociales, la calidad de los productos digitales, el nivel de contactabilidad, las cuentas de redes sociales **más** utilizadas así como criterios para informar y comunicar mediante nuestras plataformas.

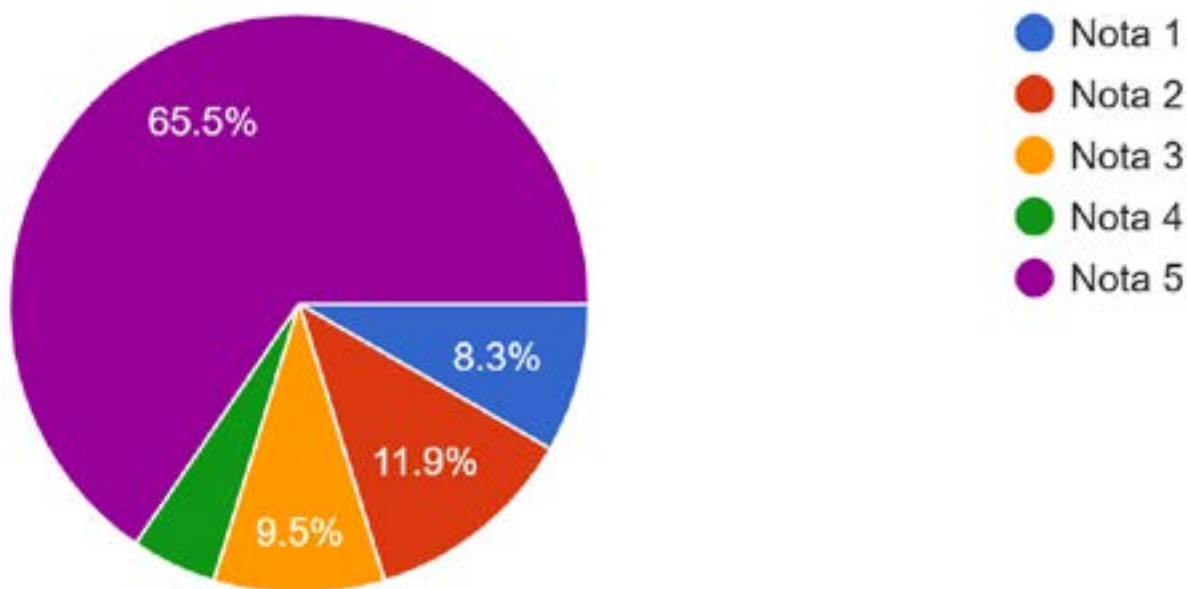


EXPERIENCIA DE INTERACCIÓN

A continuación, se presentan las respuestas en relación a la evaluación de la experiencia global interactuando con las redes sociales, junto con el porcentaje de votos que obtuvieron, ofreciendo así una visión clara y transparente de las preferencias de la ciudadanía en este proceso participativo sobre nuestra comunicación digital.

¿CÓMO EVALÚAS TU EXPERIENCIA INTERACTUANDO CON TGR EN REDES SOCIALES?

84 respuestas



LOS RESULTADOS FUERON LOS SIGUIENTES

Nota 5: 65,5% | Nota 4: 4,8% | Nota 3: 9,5% | Nota 2: 11,9% | Nota 1: 8,3%

ANÁLISIS PREGUNTA 1

Alto Nivel de Satisfacción (Notas 4 y 5):

Un 70,3% de los encuestados evaluó su experiencia con una nota de 4 o 5, lo que indica un alto nivel de satisfacción con la interacción vía redes sociales de **TGR**. La mayoría, un 65,5%, otorgó la máxima calificación (nota 5), lo que demuestra que una gran parte de los usuarios percibe el servicio como muy bueno.

Este resultado positivo sugiere que las estrategias implementadas para mejorar la atención en redes sociales están dando frutos, generando una percepción favorable entre la mayoría de los usuarios.

Moderado Nivel de Satisfacción (Nota 3):

Un 9,5% de las y los encuestados otorgó una calificación de 3, indicando una experiencia regular. Este grupo puede estar compuesto por usuarios/as que encontraron aspectos positivos en la interacción, pero también identificaron áreas con margen de mejora.

Es crucial entender las razones detrás de estas evaluaciones para poder ajustar y perfeccionar los servicios ofrecidos.

Bajo Nivel de Satisfacción (Notas 1 y 2):

Un 20,2% dio calificaciones bajas (1 y 2), con un 11,9% calificando el servicio como malo (nota 2) y un 8,3% como muy malo (nota 1). Este segmento refleja insatisfacción con la experiencia de interacción vía redes sociales.

Identificar las causas específicas de esta insatisfacción es vital para realizar mejoras. Factores como tiempos de respuesta, calidad de la información proporcionada y la percepción de utilidad y apoyo recibido so áreas a revisar.

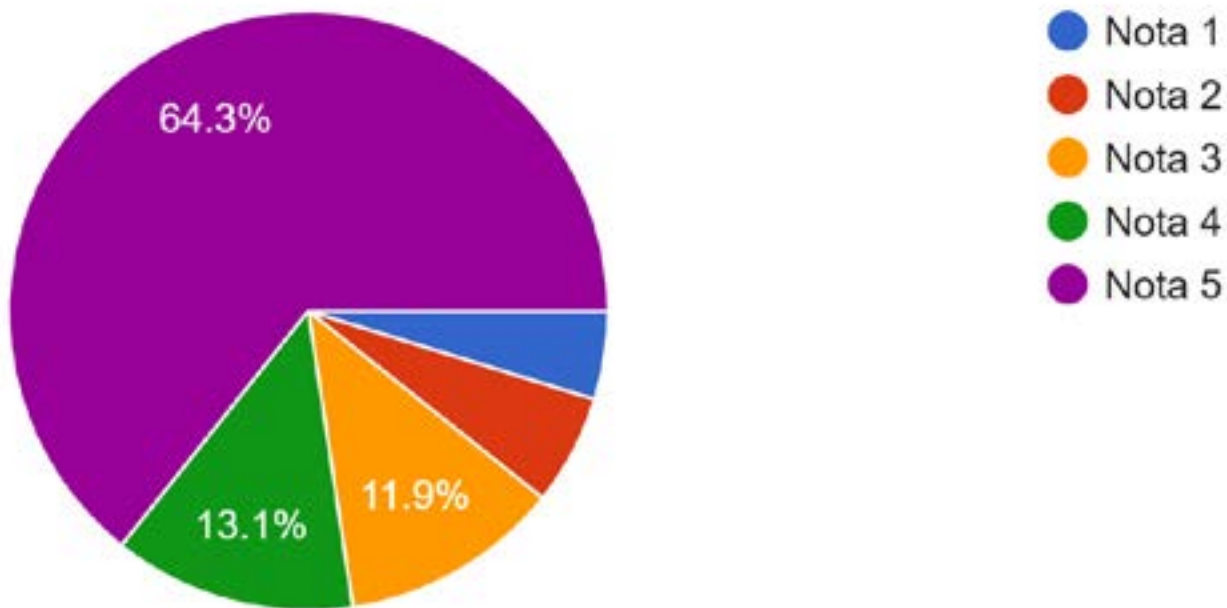


CALIDAD DE PRODUCTOS DIGITALES

A continuación, se presentan las respuestas en relación a la evaluación de la calidad de productos digitales en nuestras redes sociales, junto con el porcentaje de votos que obtuvo cada alternativa, ofreciendo así una visión clara y transparente de las preferencias de la ciudadanía en este proceso participativo sobre nuestra comunicación digital.

¿CÓMO EVALÚAS LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS DIGITALES COMO LAS GRÁFICAS Y VIDEOS INSTITUCIONALES?

84 respuestas



LOS RESULTADOS FUERON LOS SIGUIENTES

Nota 5: 64,3% | Nota 4: 13,1% | Nota 3: 11,9% | Nota 2: 6% | Nota 1: 4,8%

ANÁLISIS PREGUNTA 2

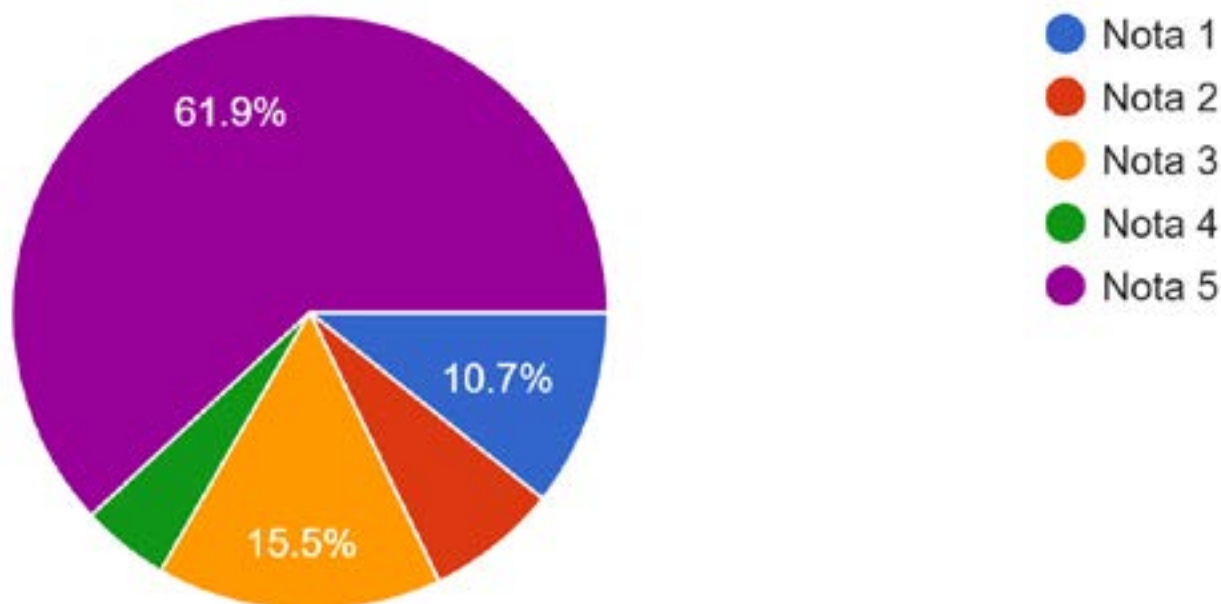
- **Alta Satisfacción:** El 77,4% de las y los encuestados otorgó notas 4 y 5, indicando una apreciación positiva de los productos digitales.
- **Satisfacción Moderada:** Un 11,9% dio una nota 3, señalando que estos productos cumplen con las expectativas, aunque podrían mejorarse.
- **Baja Satisfacción:** El 10,8% calificó con notas 1 y 2, evidenciando que hay un segmento de usuarios insatisfechos con la calidad de los productos digitales.

CONTACTABILIDAD Y RESPUESTAS

A continuación, se presentan las respuestas en relación a la evaluación de la calidad de contactabilidad en redes sociales, junto con el porcentaje de votos que obtuvo cada alternativa, ofreciendo así una visión clara y transparente de las preferencias de la ciudadanía en este proceso participativo sobre nuestra comunicación digital.

CUANDO REQUIERES CONTACTARTE CON **TGR**, ¿CÓMO HA SIDO LA ATENCIÓN VÍA REDES SOCIALES?

84 respuestas



LOS RESULTADOS FUERON LOS SIGUIENTES

Nota 5: 61,9% | Nota 4: 4,8% | Nota 3: 15,5% | Nota 2: 7,1% | Nota 1: 10,7%

ANÁLISIS PREGUNTA 3

- **Alta Satisfacción:** El 66,7% otorgó notas 4 y 5, indicando una apreciación positiva respecto a la contactabilidad y las respuestas recibidas.
- **Satisfacción Moderada:** Un 15,5% calificó con nota 3, señalando que las respuestas son adecuadas, pero podrían ser mejoradas.
- **Baja Satisfacción:** Un 17,8% calificaron con notas 1 y 2, reflejando insatisfacción con la contactabilidad y la calidad de las respuestas.

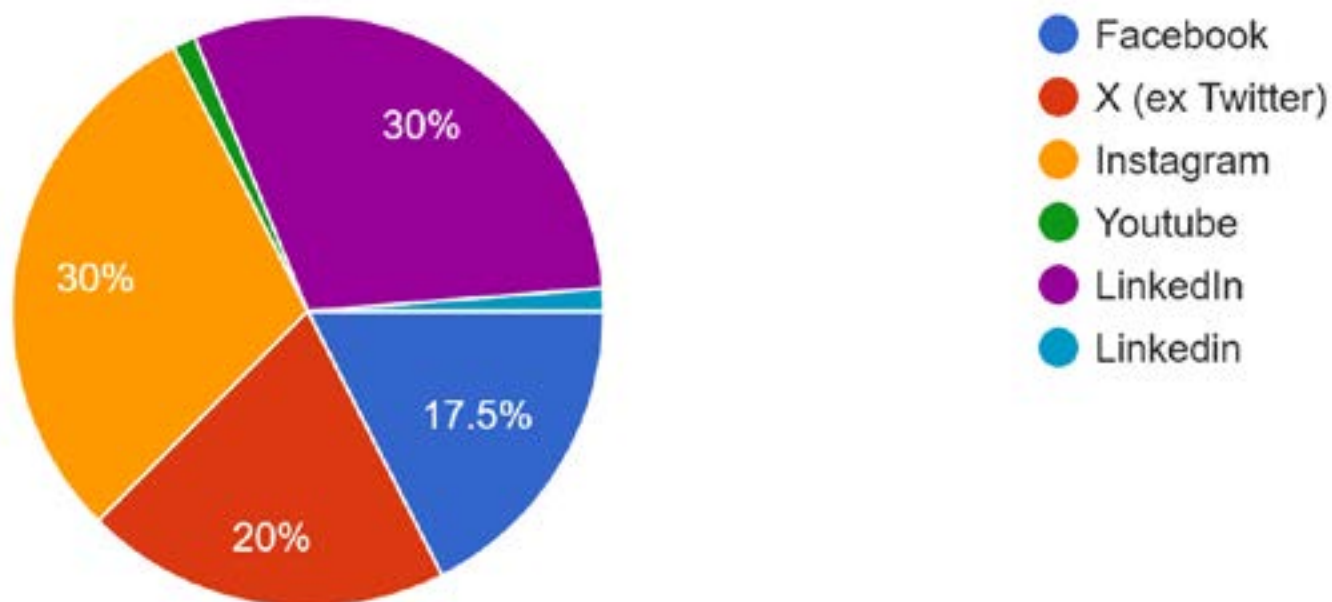


REDES SOCIALES MÁS USADAS

A continuación, se presentan las respuestas en relación a la evaluación de las redes sociales más utilizadas para comunicarse con **TGR**, junto con el porcentaje de votos que obtuvo cada alternativa, ofreciendo así una visión clara y transparente de las preferencias de la ciudadanía en este proceso participativo sobre nuestra comunicación digital.

¿CUÁL ES LA RED SOCIAL QUE MÁS USAS PARA INFORMARTE DE TGR?

80 respuestas



LOS RESULTADOS FUERON LOS SIGUIENTES

LinkedIn: 31,2% | Instagram: 30% | X: 20% | Facebook: 17,5% | YouTube: 1,2%

ANÁLISIS PREGUNTA 4

LinkedIn e Instagram: Con un 31,2% y un 30% respectivamente, LinkedIn e Instagram son las plataformas más utilizadas para recibir información sobre **TGR**, lo que refleja una fuerte presencia en estas redes y una preferencia por sus características de contenido profesional y visual.

X (ex Twitter) y Facebook: X es utilizada por el 20% de las y los usuarios, mientras que Facebook es preferida por el 17,5%. Aunque menos populares que LinkedIn e Instagram, ambas plataformas siguen siendo importantes canales de comunicación.

YouTube: Con solo un 1,2%, YouTube es la menos utilizada para informarse sobre **TGR**, indicando una baja preferencia debido a política de comunicaciones sobre esta plataforma.

Para maximizar el alcance y la efectividad de la comunicación, **TGR** debería centrarse en fortalecer su presencia y contenido en LinkedIn e Instagram, mientras continúa utilizando X y Facebook para mantener una cobertura completa. La baja utilización de YouTube sugiere que podría ser beneficioso reevaluar la estrategia de contenido en esta plataforma o explorar nuevas formas de uso adicional al de carácter interno.



TEMAS A INFORMAR

A continuación, se presentan las respuestas en relación a la evaluación de la calidad de productos digitales en nuestras redes sociales, junto con el porcentaje de votos que obtuvo cada alternativa, ofreciendo así una visión clara y transparente de las preferencias de la ciudadanía en este proceso participativo sobre nuestra comunicación digital.

¿SOBRE QUÉ TEMAS TE GUSTARÍA QUE INFORMEMOS EN REDES SOCIALES?

83 respuestas



LOS RESULTADOS FUERON LOS SIGUIENTES

- **Principales trámites y gestiones que puedes realizar en TGR:** 41%
- **Actividades de participación ciudadana:** 21,7%
- **Cifras de recaudación, custodia y distribución del Tesoro Público:** 16,9%
- **Actividades de gestión de la Red de Tesorerías:** 9,6%
- **Actividades oficiales del Tesorero General:** 6%
- **Aspectos de cultura organizacional y temas de gestión estratégica:** 4,8%

ANÁLISIS PREGUNTA 5

Enfoque en Trámites y Gestiones: Con un 41%, la información sobre los principales trámites y gestiones en **TGR** es la más demandada por las y los usuarios. Esto destaca la importancia de proporcionar contenido práctico y útil que ayude a los ciudadanos en sus interacciones con **TGR**.

Participación Ciudadana: Un 21,7% prefiere información sobre actividades de participación ciudadana, lo que refleja el interés en involucrarse y conocer más sobre cómo pueden participar en la gestión pública.

Interés en Cifras Financieras: El 16,9% desea recibir información sobre las cifras de recaudación, custodia y distribución del Tesoro Público, mostrando un interés considerable en la transparencia y el manejo financiero del país.

Gestión de la Red de Tesorerías y Actividades Oficiales: Las actividades de gestión de la Red de Tesorerías y las actividades oficiales del Tesorero General son preferidas por el 9,6% y 6% respectivamente. Aunque estos temas tienen menor demanda, siguen siendo relevantes para ciertos segmentos de la audiencia.

Cultura Organizacional y Gestión Estratégica: Solo el 4,8% de las y los participantes prefiere información sobre aspectos de cultura organizacional y temas de gestión estratégica, indicando que estos temas son menos prioritarios.

CONCLUSIÓN

Para optimizar la comunicación y satisfacer las preferencias de la audiencia, **TGR** debería focalizar sus esfuerzos en la creación y difusión de contenido sobre trámites y gestiones, así como actividades de participación ciudadana y cifras financieras.

Al mismo tiempo, se debe continuar informando sobre la gestión de la Red de Tesorerías y las actividades del Tesorero General, aunque con menor intensidad. Por último, aunque con menor prioridad, mantener un enfoque ocasional en la cultura organizacional y la gestión estratégica puede seguir siendo beneficioso para ciertos segmentos de la audiencia.

ANÁLISIS PREGUNTAS ABIERTAS

COMENTARIOS DE LA ATENCIÓN A TRAVÉS DE X

En general, se establece una evaluación sobre la gestión de la cuenta de **@tgrchile** en X, que entrega una oportunidad de mejora, considerando el importante número de comentarios y sugerencias recibidas, en relación a los procedimientos que se podrían efectuar en nuestras cuentas institucionales. También hay opiniones críticas no sólo de la información entregada en esta red social, sino que también de otras materias que son propias de **TGR**.

Uno de los aspectos que destacamos, son las opiniones que tienen que ver con el tiempo de respuesta en esta red y la falta de mayor agilidad en las respuestas, lo cual puede obedecer a la experiencia digital y multicanal de **TGR**.

Esta retroalimentación nos permite identificar una oportunidad para aumentar la frecuencia y diversidad de nuestros mensajes, fortaleciendo así nuestro vínculo con la audiencia.

Algunos/as usuarios/as mencionan la falta de promoción de nuestra cuenta. Esto nos brinda la oportunidad de desarrollar estrategias para aumentar la visibilidad de **TGR** en X, atrayendo más seguidores en nuestras actualizaciones y servicios.

¿QUÉ IDEAS NOS SUGIERES PARA MEJORAR NUESTRO SERVICIO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES DE TGR?

33 respuestas

- 1) Incluir un asistente virtual
- 2) Siempre es bueno, hacer los servicios de forma expedita y clara para los usuarios
- 3) Dar información útil para los contribuyentes y no solo contar los eventos en que participan las autoridades. Usar lenguaje sencillo y medios didácticos para enseñar a usar la web que es bastante complicada. Ojalá vídeos con paso a paso
- 4) Quizás cambiar los colores, son muy apagados y como antiguos
- 5) Graficas con información específica y de fácil comprensión para los usuarios
- 6) Operadora telefónica
- 7) Más informalidad y menos texto en sus publicaciones, que sean más atractivas
- 8) Menos noticias de TGR, más información de los servicios
- 9) No sabía que tenían redes sociales
- 10) Entregar información clara de tipos de convenios plazos, ya que por teléfono no es siempre clara la información
- 11) Sus publicaciones sean más interactivas



- 12) Tal vez sobre información que permita facilitar los trámites a la ciudadanía y donde encontrar información sobre tramites online. Algunos videos explicativos de cómo hacer un convenio de pago por ejemplo, que si bien la plataforma es amigable existen personas que les cuesta más
- 13) Informar más sobre trámites
- 14) Más comunicaciones
- 15) Incluir personajes
- 16) Mas novedades de regiones
- 17) Que sea más clara la información
- 18) Sean transparentes con la información
- 19) Que nos enseñe sobre tributación
- 20) Una página más amigable, más más fácil ver que están cobrando
- 21) Que contesten
- 22) Un canal de ayuda, hoy con tanta estafa hay gente que inventa soluciones que no lo son
- 23) No
- 24) Plataforma más amigable, menos pasos para un trámite más utilizado como el pago o convenio de pago
- 25) Entregar información actualizada de los trámites que se pueden realizar y cómo ingresar a ellos
- 26) Una mascota
- 27) Probar nuevas redes como Threads o Tiktok
- 28) Servicios posibles de realización
- 29) Imagen
- 30) Que me logren explicar porque pago un millón al año en contribuciones :(
- 31) Cambiar las temáticas a tratar. Creo que a la ciudadanía le interesa aprender sobre cómo realizar trámites y ver actividades para mejorar su cercanía con la ciudadanía, más que estar constantemente viendo a la autoridad del Servicio
- 32) La atención y comunicación debe ser similar por cada red social (contenidos y velocidad/calidad de respuesta). Estimo están muy bien.

IDEAS PARA MEJORAR EL SERVICIO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES DE **TGR**

En esta última etapa de la Consulta Ciudadana, las sugerencias fueron diversas, donde no sólo incluyeron ideas para las redes sociales, sino que en general para el sitio **tgr.cl**, donde plantean la necesidad de simplificar la navegación para las y los usuarios.

A continuación, seleccionamos algunas sugerencias o recomendaciones que nos parecen relevantes de compartir:

- Implementación de un asistente virtual, lo cual podría ayudar a resolver consultas rápidas y frecuentes de manera automática.
- Ofrecer información útil y didáctica en lugar de solo eventos.
- Realizar videos tutoriales (paso a paso de trámites y servicios).
- Actualizar colores y gráficas
- Publicaciones más interactivas.
- Información clara sobre trámites.
- Más información de servicios.
- Uniformidad en la atención y comunicación



ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS

Encuesta sobre la Interacción en Redes Sociales de la Tesorería General de la República (**TGR**)

1. RESUMEN DE LA ENCUESTA

- **Nº de usuarios/as que respondieron la encuesta:** 84
- **Periodo de publicación:** 11 al 28 de junio de 2024
- **Escala de evaluación:** de 1 a 5 (1: muy malo, 5: muy bueno)
- **Cantidad de preguntas:** 7 (5 cerradas, 2 abiertas)
- **Formulario aplicado:** Google Forms

2. RESULTADOS DE SATISFACCIÓN

Alto Nivel de Satisfacción (Notas 4 y 5):

- Un 70,3% evaluó su experiencia con notas de 4 o 5.
- Un 65,5% otorgó la máxima calificación (nota 5), destacando una percepción muy positiva del servicio.

Análisis: Estos resultados reflejan que las estrategias implementadas para mejorar la atención en redes sociales están siendo efectivas, generando una percepción favorable entre la mayoría de las y los usuarios.

Moderado Nivel de Satisfacción (Nota 3):

- Un 9,5% otorgó una calificación de 3, indicando una experiencia regular.

Análisis: Es importante identificar las áreas específicas que necesitan mejoras para convertir esta percepción moderada en una más positiva.

Bajo Nivel de Satisfacción (Notas 1 y 2):

- Un 20,2% otorgó notas bajas (1 y 2)
- Un 11,9% evaluó como malo (nota 2)
- Un 8,3% calificó como muy malo (nota 1)

Análisis: Este segmento refleja insatisfacción con la experiencia de interacción vía redes sociales. Identificar las causas específicas de esta insatisfacción es vital para realizar mejoras en factores como tiempos de respuesta, calidad de la información y la percepción de utilidad y apoyo recibido.

3. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE PRODUCTOS DIGITALES

- **Alta Satisfacción:** El 77,4% otorgó notas 4 y 5, indicando una apreciación positiva de los productos digitales.
- **Satisfacción Moderada:** Un 11,9% dio una nota 3.
- **Baja Satisfacción:** El 10,8% calificó con notas 1 y 2.

4. EVALUACIÓN DE LA CONTACTABILIDAD Y RESPUESTAS

- **Alta Satisfacción:** El 66,7% otorgó notas 4 y 5.
- **Satisfacción Moderada:** Un 15,5% calificó con nota 3.
- **Baja Satisfacción:** Un 17,8% dieron notas 1 y 2.

5. PREFERENCIAS DE PLATAFORMAS PARA RECIBIR INFORMACIÓN

- **LinkedIn e Instagram:** Con un 31,2% y un 30% respectivamente.
- **X y Facebook:** 20% para X y 17,5% para Facebook.
- **YouTube:** Solo un 1,2%.

6. CONTENIDO MÁS DEMANDADO

- **Trámites y Gestiones:** 41%
- **Participación Ciudadana:** 21,7%
- **Cifras Financieras:** 16,9%
- **Gestión de la Red de Tesorerías y Actividades Oficiales:** 9,6% y 6% respectivamente.
- **Cultura Organizacional y Gestión Estratégica:** 4,8%



CONCLUSIÓN GENERAL

PARA OPTIMIZAR LA COMUNICACIÓN Y SATISFACER LAS PREFERENCIAS DE LA AUDIENCIA, **TGR** DEBERÍA

- Crear y difundir contenido sobre trámites y gestiones, así como actividades de participación ciudadana y cifras financieras.
- Mantener la información sobre la gestión de la Red de Tesorerías y las actividades del Tesorero General, aunque con menor intensidad.
- Mantener un enfoque ocasional en la cultura organizacional y la gestión estratégica, beneficioso para ciertos segmentos de la audiencia.

IDEAS PARA MEJORAR EL SERVICIO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES DE **TGR**

- Incluir un asistente virtual.
- Ofrecer información útil y didáctica.
- Actualizar colores y gráficas.
- Hacer publicaciones más interactivas.
- Asegurarse de que la información sobre trámites sea clara y accesible.
- Equilibrar las noticias con información práctica y específica sobre los servicios.
- Ser transparentes y claros con la información.
- Explorar nuevas plataformas como Threads o TikTok.
- Simplificar los trámites comunes.
- Mantener un estándar de atención y calidad de respuesta consistente en todas las redes sociales.

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

La consulta ciudadana nos permite conocer directamente las necesidades y prioridades de usuarios/as y contribuyentes, lo cual fundamenta ajustes en las estrategias de comunicación en redes sociales para una respuesta más efectiva en materia digital.

La incorporación de la voz de la ciudadanía para participar de manera informada, pluralista y representativa respecto de propuestas sobre políticas públicas, permite a **TGR** no solo fortalecer su legitimidad y eficacia, sino también, ajustar sus políticas y acciones según las necesidades de las personas.

De este modo, la evaluación continua de este proceso contribuye a mejorar la interacción y la calidad de la información proporcionada a través de sus cuentas en las diferentes plataformas sociales, reforzando la transparencia, la mejora continua del proceso de comunicación digital y el fortalecimiento de una participación activa entre el estado y la sociedad civil.

tgr.cl

Recaudamos
equidad y
desarrollo
para Chile

