

# Ingreso del concepto de Usabilidad en las Organizaciones

Conferencia en Día Mundial de la Usabilidad

Hernan Saavedra Parra  
Gerente Banca @ Distancia de BancoEstado  
hsaavedr@bancoestado.cl

## Usabilidad

- ¿Se trata del nivel de uso de un canal de atención?
- ¿Es solo la percepción de la facilidad de uso?
- ¿Es solo un problema de contabilidad de usos de un sitio web?
- ¿Es una medida de la aceptación de la propuesta de interacción?
- ¿Es una medida de la aceptación de un modelo de atención?

## ¿Qué es Usabilidad?

- Es la medida de la utilidad, facilidad de uso, facilidad de aprendizaje y satisfacción de un sistema o producto para conseguir objetivos específicos.
- Valora la influencia del diseño para ser usado en forma fácil, efectiva y eficiente.

## Usabilidad : comportamiento de clientes

- No todos los clientes usan de la misma forma la tecnología de atención
- La gran mayoría desconoce todas las opciones que se le presentan
- Los clientes tienden a usar sistemáticamente lo que primero aprendieron
- No pesquisan nuevas opciones, se van por lo conocido

---

## ¿Qué dicen las organizaciones acerca de la usabilidad?

- Acto de fe : ¿sera un tema importante...?
  - Evaluación económica : ¿seran necesarios tantos cambios?
  - Evaluación táctica : ¿valdrá la pena preocuparse de esto?
  - Consideración estratégica : ¿Cuáles son los beneficios de invertir en usabilidad?
- 

---

## Usabilidad en la web

---

## ¿Por que es importante la usabilidad?

Los factores claves en la experiencia del cliente son:

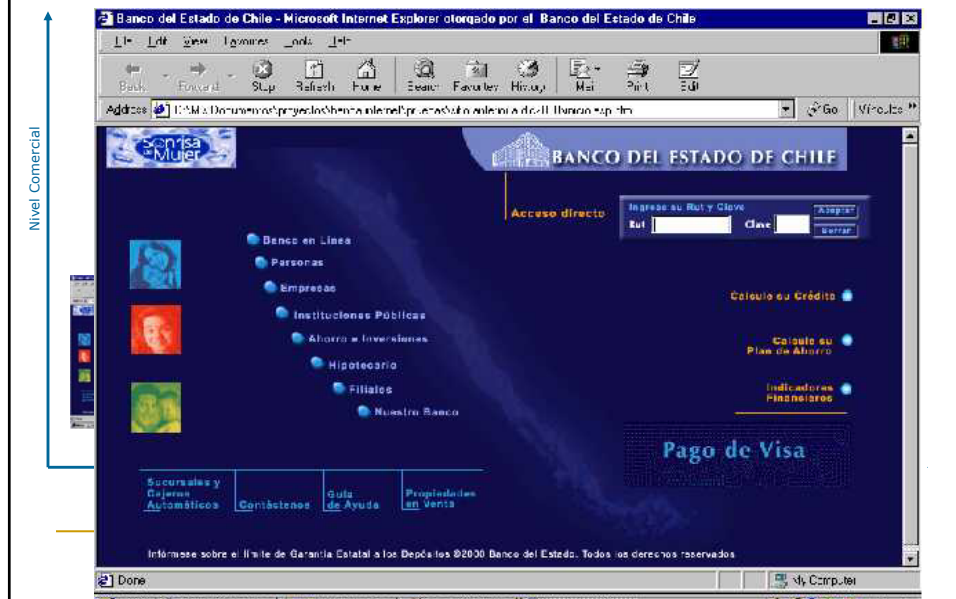
- Usabilidad de pagina de inicio del sitio publico (9%)
- Usabilidad del sitio privado (30%)
- Solicitudes e introduccion de datos (4%)
- Accesibilidad (21%)
- Servicio al cliente (12%)
- Seguridad (24%)

## Usabilidad de la pagina de inicio del sitio publico (home)

Reglas empiricas:

- Descarga rapida
- Descarga por bloques
- Comienzo con contenido util
- Comunica en forma efectiva lo que el cliente puede hacer
- Segmentacion clara
- No usar pop-up
- No sobrecargarse de opciones y contenidos

# Evolución del Portal Banco Estado



# Evolución del Portal Banco Estado



# Evolución del Portal Banco Estado



# Evolución del Portal BancoEstado



## Usabilidad en las web bancarias chilenas (Stuardo, UTFSM)

- Distribución de espacio
- Contenido correcto
- Claridad Lingüística
- Coherencia
- Navegabilidad
- Accesibilidad
- Sobrecarga de información
- Falta de completitud
- Lentitud en respuesta
- Sobrecoloramiento
- Sin buscador ni orientación
- Inconsistencia



## Ranking de Usabilidad Web Bancarias (Stuardo, UTFSM)

**EL CUADRO DE HONOR**  
Ránkings de las páginas web bancarias.

|                         | U. Federico Santa María (*) | Speers & Associates (**) |
|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| BCI Chile               | 4                           | 15                       |
| BancoEstado             | 3                           | 13                       |
| Santander/Santiago      | 4                           | 19                       |
| BBVA                    | 5                           | 25                       |
| Del Desarrollo          | 6                           | -                        |
| Scotiabank Sudamericano | 7                           | 25                       |
| Citibank Chile          | s/m                         | 24                       |
| BankBoston Chile        | s/m                         | 29                       |

(\*) Analizó siete bancos locales  
(\*\*) Catálogo los 77 mejores portales de Internet, entre bancos de Chile, Centro y Sudamérica  
s/m: sin medición

Fuentes: Speers & Associates/Financiera Stuardo. Universidad Federal Santa María. 11.19.03/92.184

# Usabilidad en IVR

Primeros pasos en el 2003

**Existe un doble vínculo  
desde las Percepciones y desde la Usabilidad**

**PERCEPCIONES Y  
ACTITUDES EN GENERAL POSITIVAS**

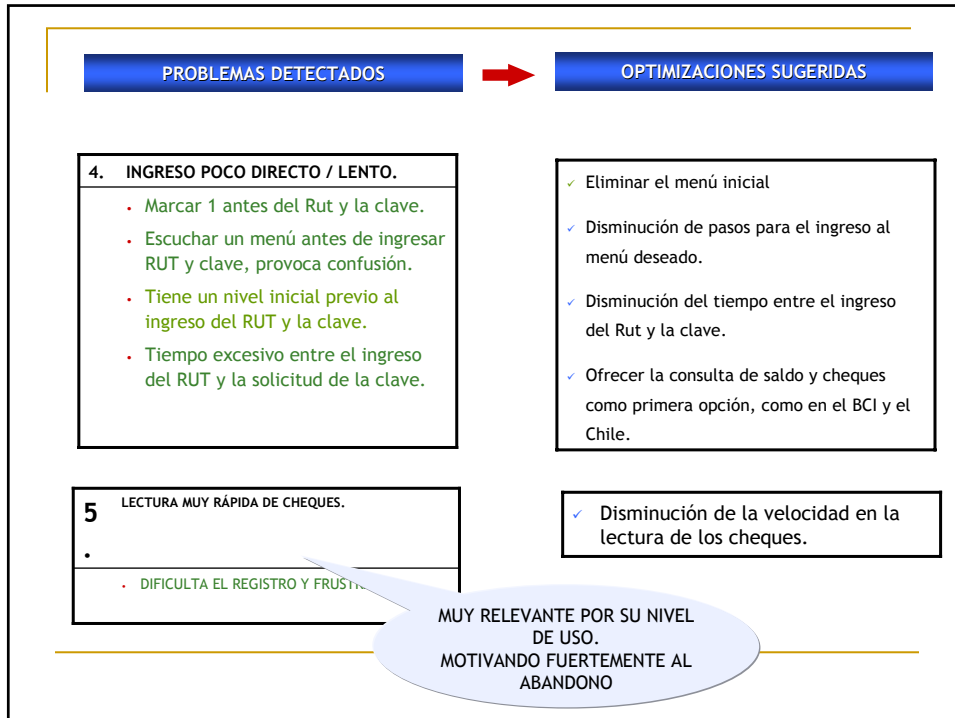


Los clientes evalúan con buenas  
Notas el IVR  
SON CLARAMENTE MÁS LAS  
VENTAJAS QUE LAS DESVENTAJAS

**LA USABILIDAD /  
FUNCIONAMIENTO ES UN VINCULO  
POCO CONSCIENTE**



PORQUE LO UTILIZAN CASI  
EXCLUSIVAMENTE PARA  
CONSULTA DE CTA. CORRIENTE,  
que la realizan como autómatas,  
AL ENFRENTARSE A OTRAS  
OPERACIONES  
COMIENZA EL “SUFRIMIENTO”



## Dificultades al interior de las organizaciones

- Difícil comprensión del concepto de usabilidad
- Validación metodológica formal (empírico versus teórico)
- Difícil visualización de los impactos

## Expectativas de los bancos

Hacer más usables los canales electrónicos de atención de clientes:

- Genera eficiencias en costos
- Aumenta la percepción de calidad de servicio
- Permite generar incentivos de uso de canales más adecuados y/o de bajo costo
- Fideliza a los clientes
- Genera visitas repetidas
- Aumenta la tasa de conversión de visitantes a clientes

## ¿Qué viene?

- Mejores herramientas para medir satisfacción de clientes en el uso de canales electrónicos
- Uso del conocimiento de los comportamientos de los clientes en beneficio del cliente y del banco.
- Validación de canales electrónicos como vehículo de interacción con clientes
- Usabilidad como indicador de éxito de los modelos de atención no presenciales
- Aplicación de la usabilidad a todos los medios tecnológicos de interacción con clientes (IVR, chat, mail, POS, WAP, SMS, etc.)
- Impulso de la bancarización electrónica de nuevos segmentos de la población (C3, D, E, jóvenes y microempresarios), diseñando desde la mirada de la usabilidad.