



**MEDICIÓN DE ACTITUD DE LOS CLIENTES INTERNOS DEL  
DEPARTAMENTO INFORMÁTICO SOBRE LAS ACTIVIDADES DE APOYO A  
LA INTRODUCCIÓN DE UNA NUEVA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN  
SECTOR BANCOS NACIONALES GRANDES**

**PATRICIO RODRIGO ALTERMATT SELAME  
JUAN PABLO MONTECINOS CASTILLO**

**RESUMEN**

El estudio pretende determinar cual es la actitud de los Clientes Internos de los bancos frente a las actividades que Informática realiza para facilitar la comprensión y uso de una nueva Tecnología de Información, en introducción.

Para lograr lo anterior, se realizó un estudio preliminar de carácter exploratorio para delimitar el campo de la investigación, que permitió centrar el estudio en el sector de interés. Este se desarrollo en base a entrevistas no dirigidas a Gerentes, Sub Gerentes de Informática, en las casas matrices de los 8 bancos nacionales dentro de la categoría de "grandes". Esta categoría se determina en base a tres variables: Numero de Empleados, Participación de Mercado de Colocaciones y Utilidades obtenidas en el ultimo periodo ( ano 1995 ). La clasificación de las instituciones bancarias fue obtenida de la Super Intendencia de Bancos e Instituciones Financieras.

La fase preliminar da paso al desarrollo de un estudio concluyente del tipo descriptivo. Este permite cumplir con el objetivo de medición de actitud planteado. En esta fase se hace una selección de una muestra del tipo no probabilístico y específicamente por conveniencia, orientado hacia Gerentes, Sub Gerentes de las áreas Operativa y Comercial, de los 8 bancos clasificados anteriormente y considerados en el estudio exploratorio. De estos 8, 6 aceptan ser encuestados, lo que representa una tasa de cooperación de un 75%. Luego, los bancos entrevistados son:

## Muestra : 6 Bancos Nacionales Grandes

- De Chile
- Sud American
- Osorno y La Unión
- BCI
- Santiago
- A. Edwards

El estudio permitió identificar las actividades que permiten facilitar el uso y comprensión de una nueva Tecnología de Información, las cuales se denominan Actividades de Apoyo. Estas se agrupan en tres ramas genéricas: Promoción, Capacitación y Asistencia. Las actividades de apoyo identificadas por ramas son:

- Promoción:
  - Mailing
  - Folletos
  - Publicaciones
  - Videos
  
- Capacitación
  - Cursos
  - Manuales

- Asistencia
- Mesa de Ayuda
- Asistencia Técnica
- Menús de Ayuda

La evaluación para cada actividad se realiza en base al modelo de medición de actitud denominado Fishbein o modelo de actitud hacia el objeto.

Los resultados arrojaron que existe una actitud favorable hacia las Actividades de Apoyo en general, destacando las actividades de Promoción y dentro de ella, la actividad de Videos.

Las actividades consideradas como de mayor importancia para facilitar la comprensión y use de una Tecnología de Información, no siempre obtuvieron una buena calificación. Se recomienda un análisis mas acabado, en cada uno de los casos, por parte de la gerencia de Informática de las instituciones consideradas en este estudio.

Es interesante notar la mayor tendencia de los encuestados a recomendar y a participar a futuro, en actividades del tipo promocionales y de capacitación. Menor tendencia en este sentido, se observa para las actividades asistenciales.

Otro aspecto destacable, es el hecho que sobre el 50% de los encuestados manifiesta un grado medio de conocimiento sobre cada una de las actividades.

Finalmente, respecto al nivel de satisfacción, en general destaca el grado medio de esta que manifiestan los encuestados con cada una de las actividades recibidas. Las actividades de Capacitación son las que logran un mejor nivel de satisfacción.