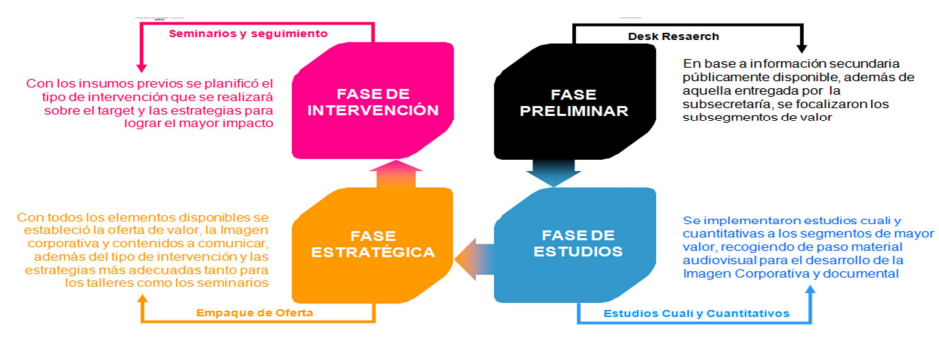


FICHA ESTUDIO SUBSECRETARIA DE PREVISIÓN SOCIAL

Identificación	<b>Nombre del Estudio:</b>	
	<b>Palabras claves:</b>	Reforma Previsional, Trabajadores Independientes, Microempresarios, Efectos de la Reforma Previsional
	<b>Institución:</b>	Subsecretaria de Previsión Social
	<b>Autor:</b>	TNS TIME
Metodología	<b>Fecha de realización:</b>	2009
	<b>Tipo metodología</b>	Cuantitativa Cualitativa
	<b>Técnicas de levantamiento de información:</b>	Encuestas Presenciales y bitácoras audiovisuales.
	<b>Cobertura</b>	Región Metropolitana, V y VIII región Encuestas: 860 Bitácoras Audio Visuales: 24
	<b>Período de la data:</b>	Trabajo de campo 07 al 27 de octubre de 2009
Síntesis	<p><b>Antecedentes del Estudio:</b> La reforma previsional insta una afiliación obligatoria aunque gradual para los Independientes. El estudio se enmarca en la fase inicial de este proceso que parte el año 2009 y se extiende hasta 2011 y <i>busca desarrollar acciones de educación previsional, incentivando la afiliación y cotización voluntarias.</i> Las fases del estudio fueron:</p>  <pre> graph TD     A[FASE PRELIMINAR] --&gt; B[FASE DE ESTUDIOS]     B --&gt; C[FASE ESTRATÉGICA]     C --&gt; D[FASE DE INTERVENCIÓN]     D --&gt; A     </pre> <p><b>FASE PRELIMINAR:</b> Desk Research. En base a información secundaria públicamente disponible, además de aquella entregada por la subsecretaría, se focalizaron los subsegmentos de valor.</p> <p><b>FASE DE ESTUDIOS:</b> Estudios Cualitativos y Cuantitativos. Se implementaron estudios cualitativos y cuantitativos a los segmentos de mayor valor, recogiendo de paso material audiovisual para el desarrollo de la Imagen Corporativa y documental.</p> <p><b>FASE ESTRATÉGICA:</b> Empaque de Oferta. Con todos los elementos disponibles se estableció la oferta de valor, la Imagen corporativa y contenidos a comunicar, además del tipo de intervención y las estrategias más adecuadas tanto para los talleres como los seminarios.</p> <p><b>FASE DE INTERVENCIÓN:</b> Seminarios y seguimiento. Con los insumos previos se planificó el tipo de intervención que se realizará sobre el target y las estrategias para lograr el mayor impacto.</p>	
<b>Objetivos:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efectuar una caracterización del perfil psicográfico de los independientes y microempresarios.</li> <li>2. Efectuar una caracterización del perfil laboral de los independientes y microempresarios.</li> <li>3. Analizar la relación de los independientes y microempresarios con el concepto de previsión social.</li> <li>4. Analizar el conocimiento y valoración de independientes y microempresarios de la reforma Previsional</li> <li>5. Analizar las demandas al Estado de independientes y microempresarios.</li> </ol>	
Conclusiones	Destacan cinco ejes para el desarrollo de una intervención exitosa en independientes y	

microempresarios:

- APROVECHAR LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO: AYUDAR A RESOLVER LO INMEDIATO PARA PERMITIR PENSAR EN EL FUTURO:
  - Tanto Independientes como Microempresarios evidencian **situaciones laborales inestables**, que impiden espacio a temas de futuro.
  - Este segmento experimenta lo que se podría llamar **vacío de fomento**, vale decir, buena parte de ellos, por su capacidad de generar recursos, quedan fuera de la ficha | del emprendimiento que caracteriza a Independientes y Microempresarios
  - Surge con potencial la estructuración de una política que ponga el **acento en el fomento**.
  - La articulación de **los beneficios debe encadenar y traer como consecuencia la cotización**.
  - No podemos demandar una acción proactiva de cotización a un segmento que en parte es consecuencia del sistema y que mira con preocupación su estabilidad laboral.
- RELACIÓN DISTANTE Y DESCONFIADA CON EL ESTADO: LA EXPERIENCIA DE SERVICIO COMO PRIMER PASO:
  - Es fundamental, la construcción de claves y signos de cercanía, empatía e información en los referentes cotidianos del segmento.
  - El segmento se siente rechazado, maltratado e invisible frente a los interlocutores del estado.
  - El primer paso para vencer la barrera con el segmento es instalar a nivel de Alta administración de la subsecretaría o ISL el **paradigma de calidad de servicio**.
  - Seguidamente se requiere **entregar herramientas a quienes representarán a la subsecretaría o ISL** frente al segmento para comprenderlo en profundidad y poder estructurar una lógica efectiva de servicio (Talleres).
  - En tercer lugar disponer a los agentes de contacto directo con el segmento como **Front Office** con estrategias y acciones para el manejo de cartera (perfilamiento, segmentación, captación, seguimiento/retención).
  - Finalmente, incorporar **parámetros de satisfacción y gestión de calidad**, vinculando estos al desarrollo de carrera o planes de incentivo.
- LA IMPORTANCIA DEL APOYO TANGIBLE Y DIRECTO: CONCEPTOS CENTRALES
  - Digo las cosas de manera franca y directa
  - No creo en las promesas del futuro
  - No lo he pasado nada de bien
  - Salgo adelante como puedo con la
  - Ayuda de mi familia y amistades
  - He tenido una mala experiencia
  - Deservicio con el estado
- LA IMPORTANCIA DE LAS REDES
  - Uso de las Redes Sociales
  - Cercanía a Gremios y Organizaciones Sociales
  - Comunicación Directa, Efectiva y Menos Técnica
- HABLAR EL LENGUAJE DIRECTO Y FRANCO DEL SEGMENTO

Link al estudio  
completo

**INDEPENDIENTES, MICROEMPRESARIOS Y REFORMA PREVISIONAL TIME 2009**