



Diseño de experiencia de usuario

Investigación y estudio de servicio
Aplicación Muevo, Copec

**Gabriel A,
Jiménez Amin**
e[ad]



Copec Aplicación Muevo

Con 86 años de experiencia Copec es la empresa líder en combustible en Chile. Posee la mayor red de infraestructura y servicios en el territorio nacional.



Muevo es una aplicación móvil que invita a una nueva experiencia digital por parte de Copec. Un nuevo método de pago y una plataforma con nuevas funcionalidad y beneficios para los clientes.

Copec fue fundada el 31 de octubre de 1934.

Estudio de servicio

Hipótesis

- 1 La mayoría de los clientes frecuentes de Copec no conoce los beneficios y descuentos que otorga la nueva aplicación "muevo" asociada a diferentes alianzas.
- 2 La nueva aplicación Copec "muevo" no ha logrado integrarse a los métodos de pago usuales de los usuarios y usuarias habituales al servicio.
- 3 La aplicación "muevo" resulta engorrosa, poco amigable y complicada de manejar a la hora de pagar.

Metodología de investigación

Encuesta

- Se realizó una encuesta digital a través de la plataforma Google Forms.
- Consta de nueve preguntas. Incluye preguntas abiertas, demográficas y de escala Linkert.
- Trece personas participaron en esta encuesta.

Resolución de hipótesis y hallazgos

Concluyentes en base al análisis de los resultados de las encuestas, desde las hipótesis iniciales.

Hipótesis 1 ✓

El 23,1% del total de encuestados dijo conocer los descuentos de la aplicación. Sin embargo, un número menor de personas conocía alguna alianza cooperadora.

Existe un minoría de personas que tiene conocimiento de los beneficios de la aplicación. Sin embargo, un gran número de personas en ese reducido grupo desconoce una alianza formal con el servicio para obtener los beneficios. Solo existe una noción.

Hipótesis 2 ✓

Del 46,2% de los entrevistados que afirmó conocer la aplicación móvil, el 100% negó utilizarla de manera usual.

Esto nos confirma que pese al conocimiento de muchos usuarios sobre la aplicación móvil, ésta no ha logrado consolidarse como un método de pago preferente, pese a los beneficios y a su publicidad

Hipótesis 3 ✗

Del 46,2% de los entrevistados que afirmó conocer la aplicación móvil, el 100% negó utilizarla de manera usual.

No se pudo corroborar empíricamente el nivel de satisfacción de los usuarios con la interfaz de la aplicación. La cantidad de personas encuestadas que han tenido interacción con la aplicación es insuficiente.