

RESULTADOS GENERALES

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS 2015

1. Metodología

- El principal cambio en la medición de la satisfacción de clientes externos, estuvo dado por la definición de un calendario de mediciones parciales que durante donde la evaluación de Febrero 2014 se aplicó en Marzo 2015 para aumentar la tasa de respuesta.
- Se mantuvieron las mediciones de Junio y Octubre para los clientes privados (reclamantes, consultantes y solicitantes).
- La evaluación de Enlaces se realizó de manera anual aplicando la encuesta en el mes de Octubre.
- El resto del diseño metodológico se mantuvo sin mayores cambios, solamente se trabajó en el período Enero – Febrero 2015 con la Unidad de Clientes para mejorar los instrumentos.

Tasa de respuesta:

	2012	2013	2014 Agregado	2015 Agregado	
				N	%
Reclamantes	23,2%	19,6%	26,8%	1664	22,2%
Solicitantes	23,7%	24,5%	17,3%	357	16,2%
Consultantes	19,7%	20,9%	23,7%	1814	25,5%
Enlaces*	34,3%	25,4%	29,4%	831	42,1%
Capacitados ciudadanos			11,3%	448	23,4%
Capacitados funcionarios	21,2%	18,3%	24,0%	1561	27,0%
TOTAL	23,4%	20,8%	25,1%	6675	26,5%

Este año aumenta de manera importante la tasa de respuesta de los Enlaces, subiendo de 29% a 42%, también aumentó de manera importante la de los capacitados ciudadanos, de 11% a 23%.

La respuesta de reclamantes baja 4% en relación al año pasado, pero se mantiene en el nivel promedio histórico de respuestas.

* El 2014 se aplicó la encuesta a todos los enlaces, no sólo al Enlace Administrador como este año. Eso no afectó la tendencia o los resultados específicos de los datos en relación a la tendencia histórica del estudio.

2. Resultados e Indicadores Estratégicos

Satisfacción general con los servicios del Consejo por tipo de cliente y año

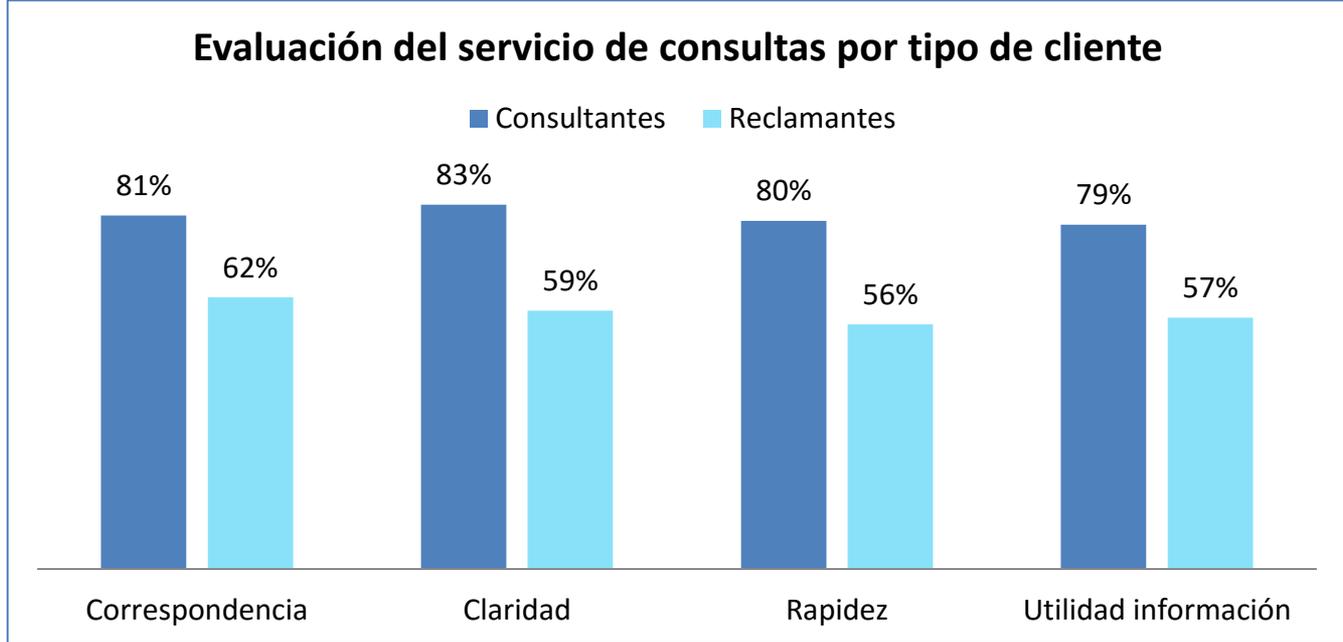
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



El cambio más importante es la baja en los Reclamantes (-11%), que presentan la menor evaluación de satisfacción histórica. El cambio en la evaluación se evidenció con mayor fuerza en la medición de Octubre, donde bajó de manera importante. También baja la evaluación de Solicitantes en 5% lo que se mantuvo constante en las mediciones por corte.

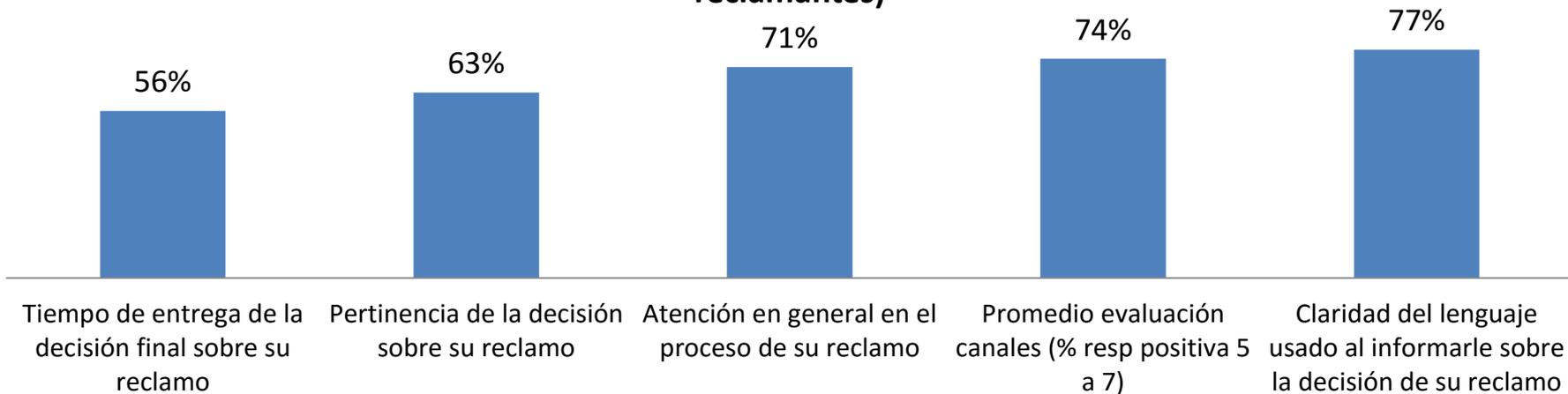
En el caso de los Consultantes, luego de la caída del año 2014, aumenta su puntaje +14%, ubicándose nuevamente como el «cliente privado» más satisfecho.

La evaluación de los Capacitados y Enlaces se mantiene constante en el tiempo en niveles muy altos, por sobre el 90%.

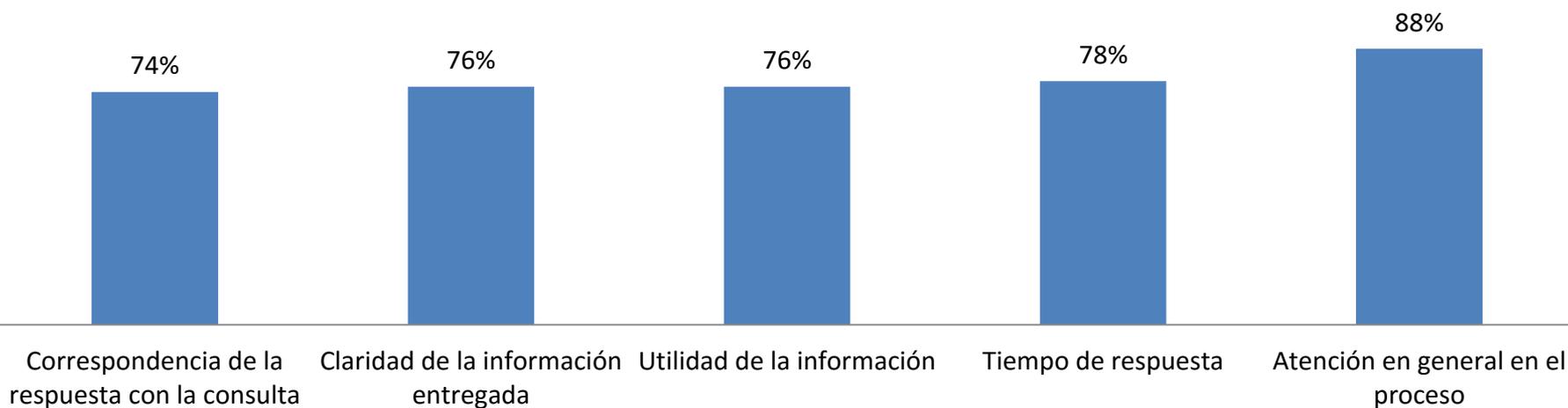


Al igual que en los resultados generales de satisfacción, la satisfacción de los Reclamantes con el servicio de consultas es mucho más bajo que el de los Consultantes.

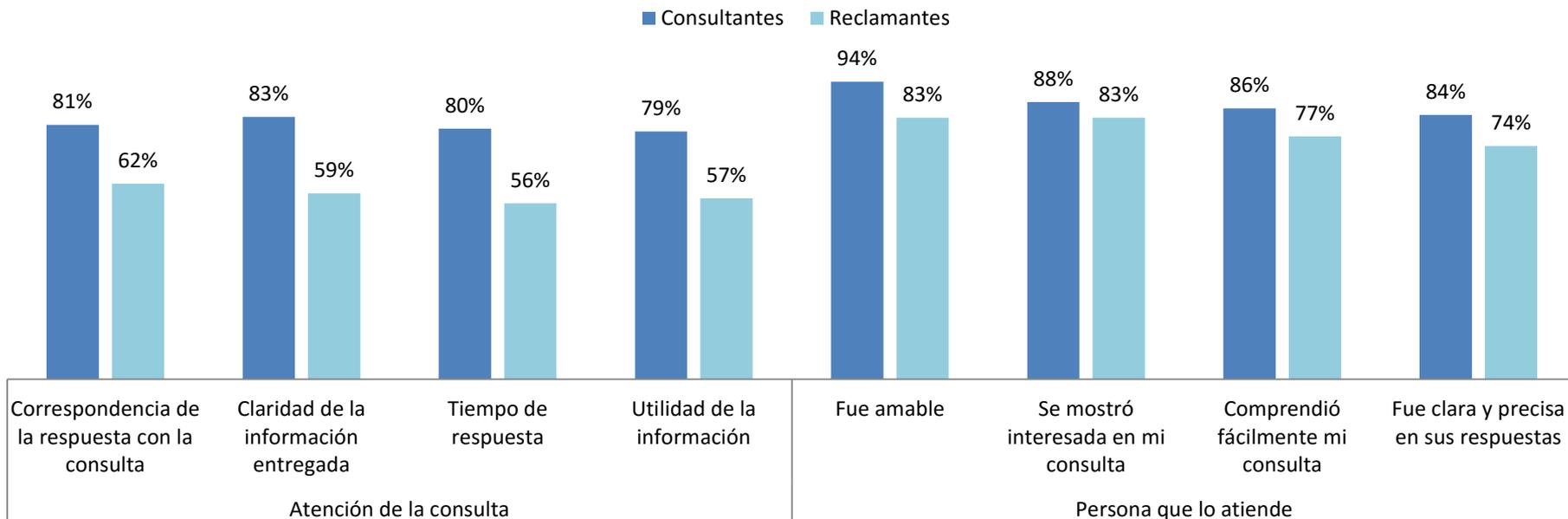
Evaluación del servicio de Atención de Casos (Amparos/Reclamos, solamente reclamantes)



Evaluación del servicio de atención de solicitudes de acceso

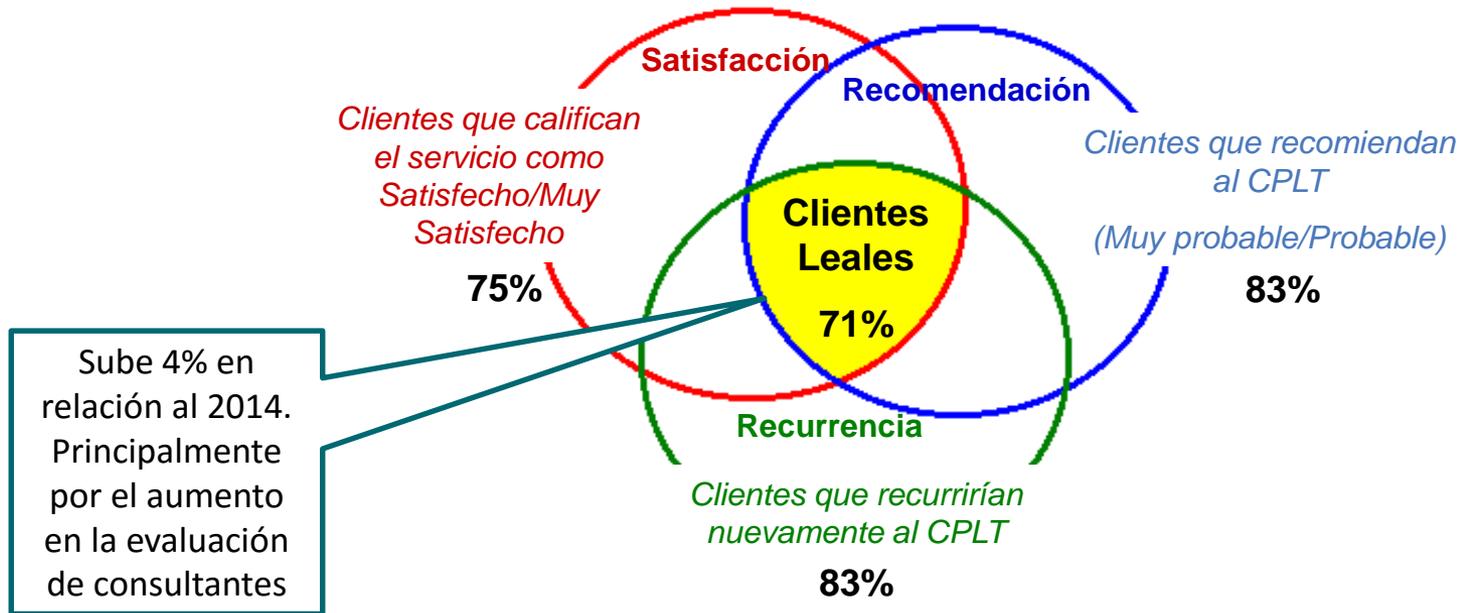


Evaluación del servicio de Consultas (Reclamantes y Consultantes)



Índice de Lealtad Agregado 2015

Fue aplicado a los Clientes Privados (Consultantes, Reclamantes y Solicitantes). Es un índice que mide el núcleo más duro de los clientes satisfechos, permite identificar a aquellos que muestran un alto nivel de satisfacción, expresado en su satisfacción personal, la probabilidad de volver a usar los servicios y de recomendar los servicios de la institución.



Sube 4% en relación al 2014. Principalmente por el aumento en la evaluación de consultantes

Índice de lealtad por año	
2013	76%
2014	67%
2015	71%

Indicadores Estratégicos

El ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE **CLIENTES PÚBLICOS**, se calcula en base al resultado ponderado de la Satisfacción con aspectos generales del servicio del Consejo (60%) y otros servicios específicos que se van modificando a lo largo del tiempo (40%). **META 2015: 80%**

2011

88%

2012

90%

2013

93%

2014

92%

2015

93%

ÍTEM	RESULTADO (Muy Satisfecho/Satisfecho)		Ponderación	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CLIENTES PÚBLICOS
	2014	2015		
¿Cuán satisfecho se encuentra Ud. con los servicios que presta el Consejo?	95,4%	95,7%	95,7% (0,6)	92,9%
Satisfacción de Resolución de Consultas	94,1%	95,5%	88,7% (0,4)	
Satisfacción de Capacitaciones	91,7%	94,5%		
Satisfacción de Extranet	88,8%	90,8%		
Satisfacción de Autoevaluación en TA	89,9%	85,0%		
Satisfacción Resolución de Amparos	85,7%	81,9%		
Satisfacción Fiscalización DAI	74,7%	84,6%		

Indicadores Estratégicos

La EVALUACIÓN GENERAL DE LA SATISFACCIÓN DE **CLIENTES PRIVADOS**, se calcula en base al resultado promedio ponderado de Satisfacción de Reclamantes, Solicitantes y Consultantes.

META 2015: 80%

2011
72,8%

2012
78,3%

2013
81,5%

2014
76,3%

2015
74,6%

Aspectos Generales (60%)		Aspectos Específicos (40%)	
¿Diría Ud. que el Consejo para la Transparencia es un organismo QUE CUMPLE SU MISIÓN?	74,9% (84,7%)	Atención brindada por el Consejo: pertinencia de la respuesta (correspondencia)	72,5% (73,8%)
¿Diría Ud. que el Consejo es un organismo eficiente?	63,3% (73,0%)	Atención brindada por el Consejo: claridad de la información	72,7% (76,3%)
Atención en general	82,0% (82,2%)	Atención brindada por el Consejo: rapidez de la respuesta	69,6% (69,2%)
Comparación del servicio brindado por el Consejo con otros organismos públicos	65,9% (75,6%)	Atención brindada por el Consejo: utilidad de la información	69,6% (69,0%)
		Atención brindada por el Consejo: utilidad de la página web del Consejo	80,6% (74,7%)
Promedio Aspectos Generales	71,5% (78,9%)	Promedio Aspectos Específicos	73,0% (72,6%)

(*) Los valores entre paréntesis corresponden a la valoración **2013**

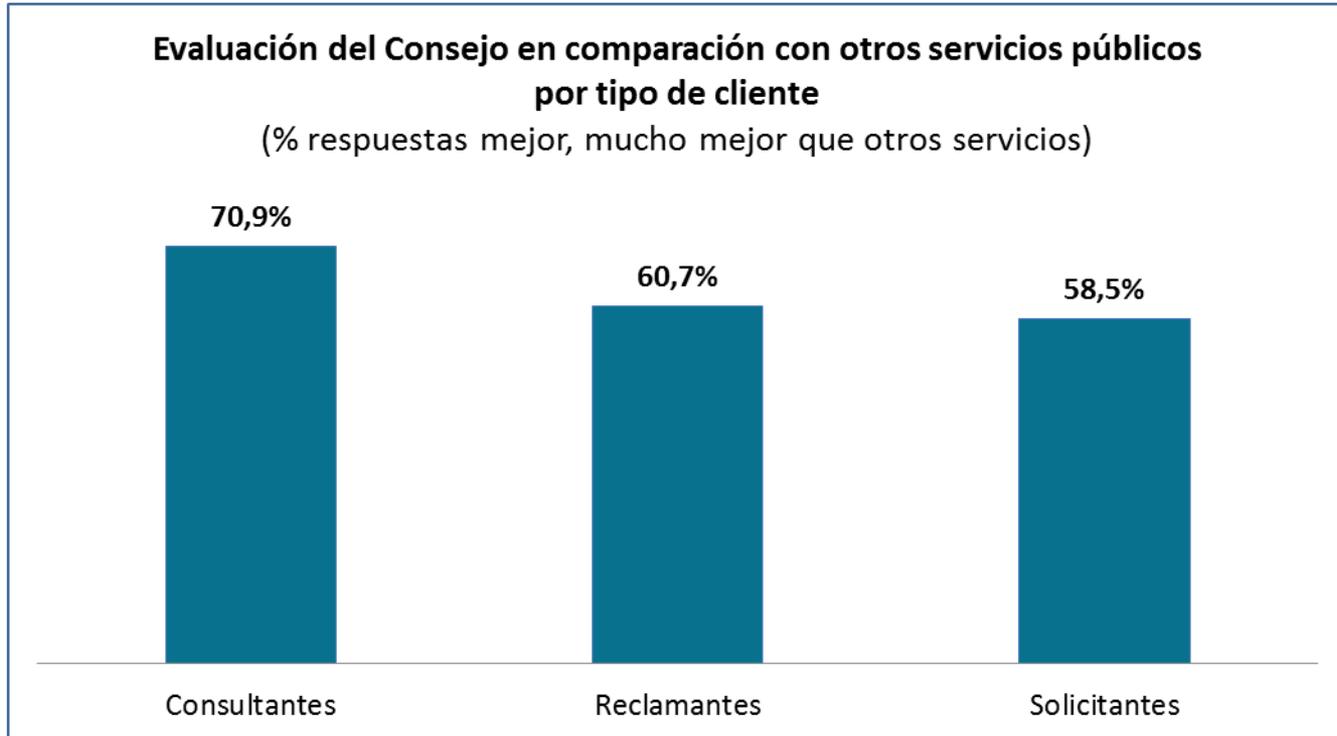
Resultados del Índice bajo la nueva fórmula a aplicar desde el 2016

Detalle del Índice de Satisfacción de Clientes Privados		
Satisfacción General (60%)		78%
Satisfacción específica (40%)	Consultas	84%
	Reclamos	68%
	Solicitudes	71%
Índice de Satisfacción de Cliente Privado Total 2015		78,2%
Índice de Satisfacción de Cliente Privado Junio 2015		76,3%
Índice de Satisfacción de Cliente Privado Marzo 2015		73,6%
Valor de referencia de este Índice con resultados 2014		73,3%

El cambio en esta medición en relación a la anterior se centra en:

- *evaluar cada servicio en su particularidad, no sólo los aspectos comunes de consultas,*
- *la inclusión de los solicitantes,*
- *se pondera por cantidad de casos reales de prestación del servicio y no por cantidad de respuestas.*

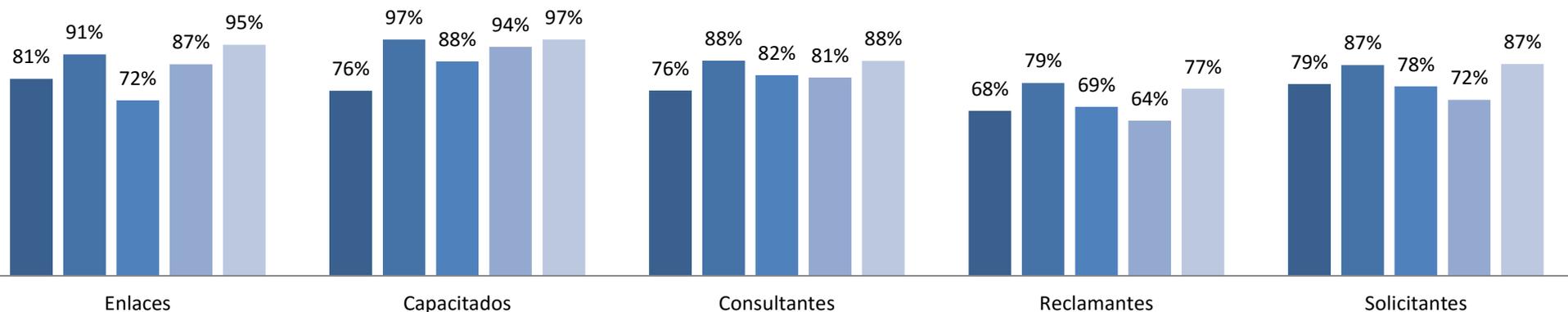
2.1 Evaluación de Atributos Institucionales



En términos generales, los Consultantes son los clientes con la mejor percepción del Consejo en comparación con otros servicios, con evaluaciones sobre el 70%. Los más críticos en este aspecto son los Solicitantes, a pesar de que su nivel de satisfacción general con el Consejo es mayor que el de los reclamantes.

Percepción de Atributos del Consejo 2015 por tipo de cliente

■ Autónomo ■ Transparente ■ Políticamente Independiente ■ Eficiente ■ Que cumple con su misión

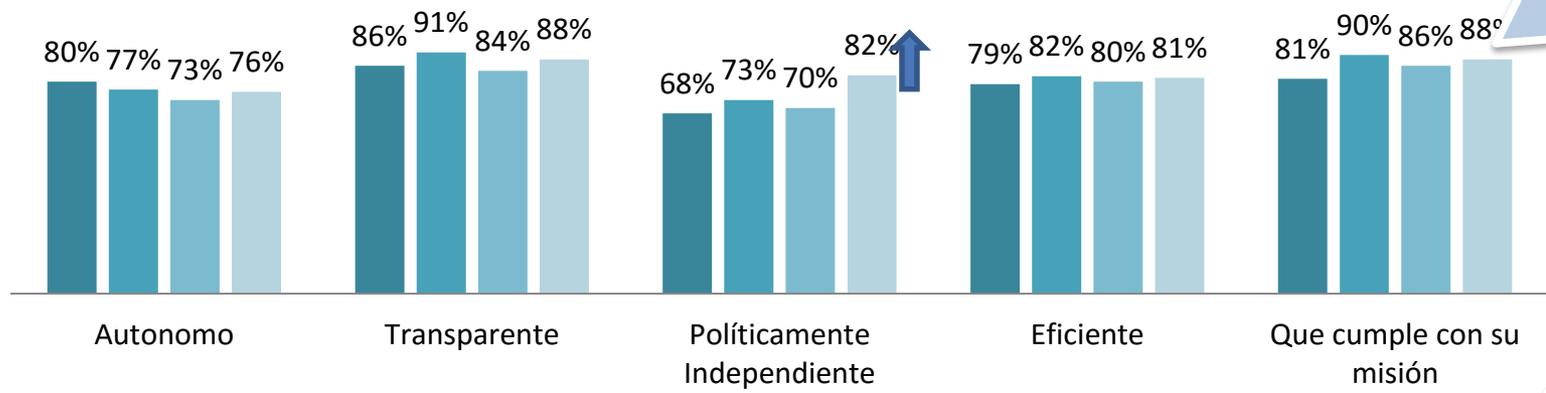


En términos generales, los Capacitados, Enlaces, Consultantes y Solicitantes, son los clientes con la mejor percepción de los atributos del CPLT, con evaluaciones promedio sobre el 80%.

Los Reclamantes se encuentran por debajo de ese nivel, con 71%.

Evolución de la Evaluación de los atributos del Consejo en Consultantes

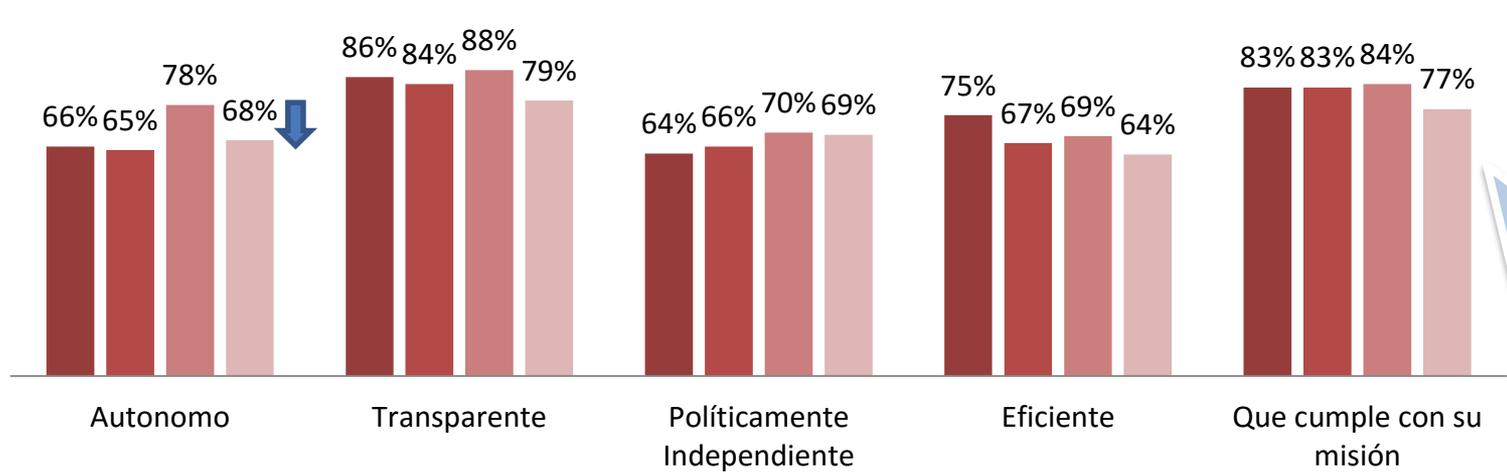
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



La evaluación de la independencia del CPLT, es significativamente mejor que la del año anterior

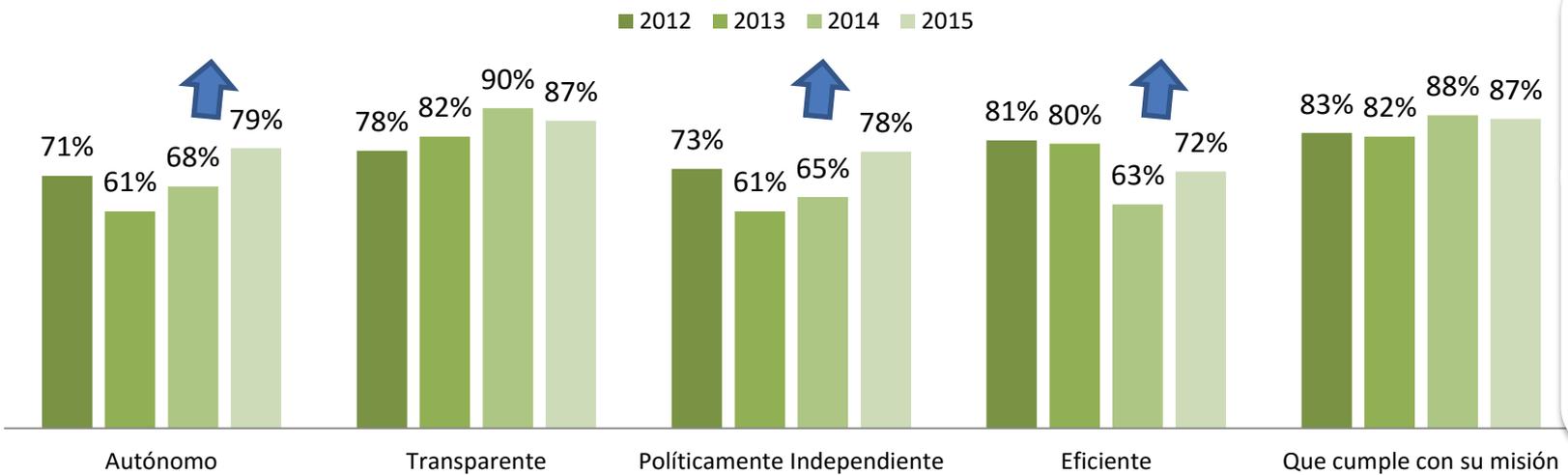
Evolución de la evaluación de atributos del Consejo en Reclamantes

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



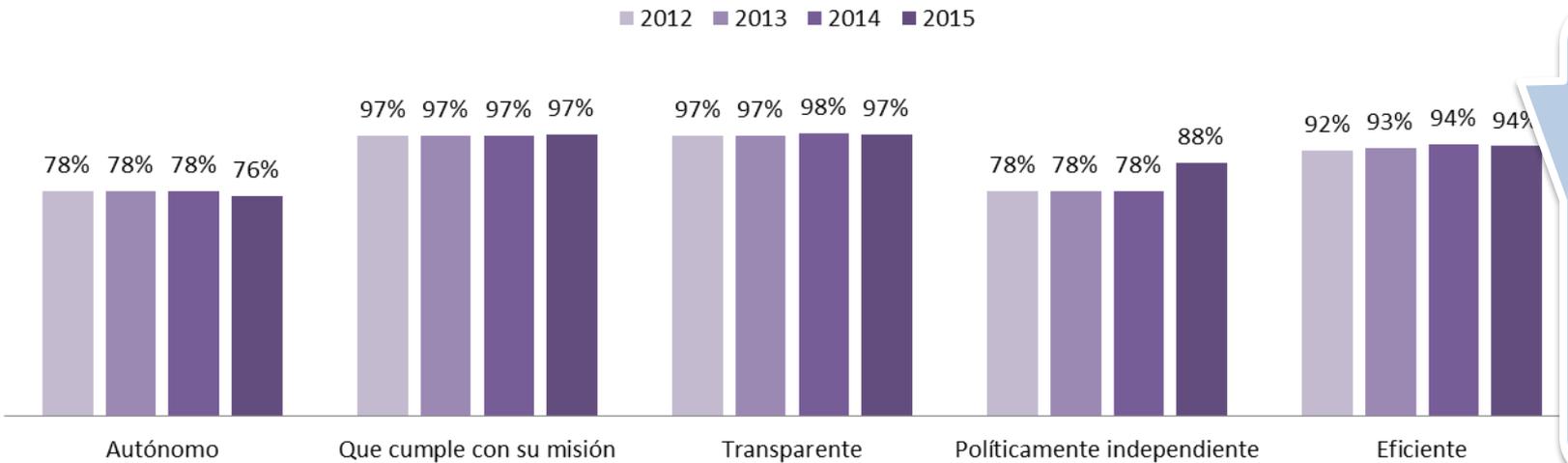
Bajan todas las evaluaciones. La mayor baja, es la percepción de autonomía.

Evolución de la evaluación de los atributos del Consejo en Solicitantes



Mejora su percepción del CPLT como un organismo autónomo e independiente. También aumenta la percepción de eficiencia.

¿Diría Ud. que el Consejo para la Transparencia es un organismo...? (% Sí)



Casi todos los ítems se mantienen. Sube la percepción de independencia.

Síntesis de los Resultados

PRINCIPALES RESULTADOS POR CLIENTE

Tipo de Cliente		Fortalezas	Aspectos a mejorar
Cientes Privados	Consultantes	Atención del personal	Utilidad de la información entregada
	Reclamantes	Atención del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de entrega de la decisión • Claridad en la información que se entrega durante el proceso
	Solicitantes	Atención general durante el proceso	Correspondencia de la respuesta con lo solicitado
	Capacitados ciudadanos	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del relator • Retención de los contenidos aprendidos 	<i>Comparación con otras capacitaciones</i>
Cientes Públicos	Capacitados funcionarios	Evaluación del Relator	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tiempo para hacer preguntas</i> • <i>Comparación con otras capacitaciones</i>
	Enlaces	Atención de consultas Actividades de Capacitación	Resolución de Casos Fiscalización TA y DAI

PRINCIPALES RESULTADOS DE ENLACES

Los servicios del Consejo están bien posicionados entre los Enlaces en un rango que va de

78% (extranet) a 90% (portal).

El nivel de uso es menor y cambia de acuerdo a las características de los servicios específicos.

Servicio	Conocimiento	Uso
Extranet	78%	65%
Herramienta TA	82%	67%
Fiscalización TA	89%	73%
Fiscalización DAI	88%	68%
Casos	72%	62%
Portal	90%	75%
EducaTransparencia	78%	45%

La mayor parte de los servicios evaluados por los Enlaces indican un **alto nivel de satisfacción que rodea el 90%** promedio.

En términos generales **prefieren la comunicación vía correo electrónico.**

91% de los Enlaces que han participado en un proceso de SARC indican que el proceso es mejor a través de este método, indicando razones como: **es más rápido, más eficaz, más justo para las partes y ayuda a resolver malentendidos.**

En términos de las Instrucciones generales, las más usadas y que reciben mejor evaluación son la **IG10, IG11 y la Recomendación de Datos Personales.**

En términos de la evaluación de los servicios, la evaluación es positiva pero la **resolución de amparos** tiene la evaluación más baja con **82%** de satisfacción.

El **59%** de los Enlaces ha asumido funciones vinculadas a la **Ley del Lobby**, preferentemente como administradores de la plataforma la Ley (73%).

Se evidenciaron bajas importantes en la evaluación de los reclamantes (-11%) y menores en la de los solicitantes (-5%).

En el caso de los reclamantes muestran insatisfacción en todas las áreas del proceso, a pesar de que el tiempo de respuesta aparece como el factor más crítico.

En reclamantes la satisfacción disminuye en todos los segmentos sin mayores diferencias en la tendencia por tipo de ingreso o decisión final (aunque se mantiene mejor en aquellos con reclamo en línea y decisión favorable). También bajan su percepción de atributos del Consejo.

Se observa un alza en la percepción de los atributos del CPLT por parte de los Consultantes y Solicitantes. Se mantiene constante en el caso de Capacitados.

En el caso de los Enlaces se mantienen las evaluaciones positivas en los distintos ítems evaluados y a nivel de evaluación de servicios aquellos donde el Consejo ejerce su función garante o fiscalizadora aparecen con una menor evaluación.



www.consejotransparencia.cl