



**“ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES
DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA”**

**INFORME FINAL DE RESULTADOS
ESTUDIO CLIENTES PRIVADOS**

Marzo de 2011.

INDICE

1	PRESENTACIÓN	4
2	MARCO DE REFERENCIA.....	5
2.1	EL ESTADO COMPROMETIDO EN AUMENTAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LOS SERVICIOS PÚBLICOS.....	5
2.2	EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA	6
2.3	CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS	7
3	OBJETIVOS	9
3.1	OBJETIVO GENERAL	9
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
4	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	9
5	METODOLOGÍA.....	10
5.1	METODOLOGÍA GENERAL	10
5.2	OBSERVACIONES METODOLÓGICAS	11
5.3	METODOLOGÍA CUANTITATIVA.....	11
5.4	METODOLOGÍA CUALITATIVA.....	14
6	RESULTADOS ENCUESTA SATISFACCIÓN	15
6.1	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	16
6.2	EXPERIENCIA PREVIA EN SOLICITUDES A ORGANISMOS PÚBLICOS	17
6.2.1	<i>Cantidad de solicitudes de información a organismos públicos que ha realizado en los últimos 12 meses</i>	<i>17</i>
6.2.2	<i>Satisfacción con la respuesta recibida de parte del Organismo</i>	<i>18</i>
6.2.3	<i>Razones de insatisfacción</i>	<i>19</i>
6.3	CONOCIMIENTO DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA	20
6.3.1	<i>Atributos percibidos del Consejo para la Transparencia</i>	<i>20</i>
6.3.2	<i>Principales funciones que debiera tener el Consejo para la Transparencia</i>	<i>21</i>
6.3.3	<i>Medio por el que se informó del Consejo para la Transparencia, como la institución adecuada para realizar su reclamo o consulta</i>	<i>23</i>
6.4	TRAYECTORIA DE LA CONSULTA	25
6.4.1	<i>Cantidad de veces que ha realizado una consulta al Consejo para la Transparencia</i>	<i>25</i>
6.4.2	<i>Facilidad para contactarse con el Consejo para la Transparencia</i>	<i>26</i>
6.4.3	<i>Medio utilizado para efectuar su última consulta</i>	<i>27</i>
6.4.4	<i>Evaluación del servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia</i>	<i>28</i>
6.4.5	<i>Tiempo esperado para recibir la respuesta a su consulta</i>	<i>29</i>
6.4.6	<i>Evaluación de la respuesta recibida a su consulta</i>	<i>30</i>
6.4.7	<i>Razones de insatisfacción con respuesta recibida</i>	<i>32</i>
6.5	TRAYECTORIA DEL RECLAMO.....	33
6.5.1	<i>Cantidad de veces que ha realizado un reclamo ante el Consejo para la Transparencia</i>	<i>33</i>
6.5.2	<i>Razón para presentar su último reclamo</i>	<i>34</i>
6.5.3	<i>Presentó último reclamo con asesoría o apoyo de un abogado</i>	<i>35</i>
6.5.4	<i>Medios utilizados para conocer el estado de su reclamo</i>	<i>36</i>
6.5.5	<i>Estado en que se encuentra su caso actualmente</i>	<i>37</i>
6.5.6	<i>Vía para informarse que su caso está cerrado</i>	<i>38</i>
6.5.7	<i>Decisión del Consejo para la Transparencia respecto a su reclamo</i>	<i>39</i>
6.5.8	<i>Satisfacción con la resolución o decisión final del Consejo</i>	<i>40</i>
6.5.9	<i>Organismo público le entregó la información solicitada luego de la decisión del Consejo</i>	<i>41</i>
6.5.10	<i>Reclamos tramitados con mediación</i>	<i>42</i>
6.5.11	<i>Satisfacción con la tramitación de su caso a través de mediación</i>	<i>43</i>

6.6	SATISFACCIÓN Y EVALUACIÓN GLOBAL.....	44
6.6.1	<i>Satisfacción con el servicio entregado por Consejo para la Transparencia</i>	44
6.6.2	<i>Satisfacción con el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia, en comparación con el entregado por otros organismos públicos</i>	47
6.6.3	<i>Probabilidad de volver a recurrir al Consejo para la Transparencia para hacer una consulta o reclamo</i>	48
6.6.4	<i>Probabilidad de recomendar el servicio del Consejo para la Transparencia a otras personas</i>	50
6.6.5	<i>Sugerencias para mejorar el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia</i>	52
6.7	ÍNDICES.....	54
6.7.1	<i>Índice de Satisfacción Clientes Privados</i>	54
6.7.2	<i>Índice de Satisfacción Consultantes</i>	55
6.8	ANÁLISIS COMPARATIVO CON ESTUDIO DE OPINIÓN AÑO 2009.....	56
6.8.1	<i>Comparación de Preguntas Comunes.....</i>	56
6.8.2	<i>Comparación de Segmento Consultantes</i>	59
6.8.3	<i>Comparación de Segmento Reclamantes</i>	60
7	RESULTADOS ENTREVISTAS A CLIENTES PRIVADOS	62
7.1	CARACTERIZACIÓN DE LOS ENTREVISTADOS	62
7.2	FUENTE DE INFORMACIÓN SOBRE LA LEY DE TRANSPARENCIA.....	63
7.3	MOTIVACIONES PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA	64
7.4	CONOCIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA.....	65
7.5	EXPERIENCIA PREVIA DEL USUARIO DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA	73
7.6	CALIDAD DEL SERVICIO	76
7.7	DIFUSIÓN Y ACCESO AL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA	82
7.8	SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES.....	85
8	SÍNTESIS DE RESULTADOS	87
8.1	SOLICITUDES DE INFORMACIÓN A ORGANISMOS PÚBLICOS	87
8.2	EXPERIENCIA PREVIA DEL CLIENTE	87
8.3	CONOCIMIENTO DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA	88
8.4	TRAYECTORIA DE LA CONSULTA	89
8.5	TRAYECTORIA DEL RECLAMO.....	91
8.6	SATISFACCIÓN Y EVALUACIÓN GLOBAL.....	93
8.7	SUGERENCIAS DE MEJORAMIENTO.....	96
9	CONCLUSIONES	98
9.1	SATISFACCIÓN DE CLIENTES PRIVADOS CON ATENCIÓN RECIBIDA Y SERVICIO DEL CONSEJO.....	99
9.2	TRAYECTORIA DE LAS CONSULTAS DE LOS CLIENTES PRIVADOS	101
9.3	TRAYECTORIA DE LOS RECLAMOS DE LOS CLIENTES PRIVADOS	102
10	OPORTUNIDADES DE MEJORAMIENTO	104
11	ANEXOS	108
10.1	CUESTIONARIO CLIENTES PRIVADOS	108
10.2	OPERACIONALIZACIÓN CUESTIONARIO	115
10.3	PAUTA DE ENTREVISTAS	119
10.4	PLAN DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	122
10.5	PROPUESTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN INDICADOR DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES PRIVADOS	126

1 PRESENTACIÓN

El presente documento constituye el Informe Final del Estudio de Satisfacción de Clientes Privados del Consejo para la Transparencia que ha realizado Demoscópica S.A por encargo del Consejo para la Transparencia.

El objetivo del informe es dar cuenta del diseño metodológico, el proceso de levantamiento de información, así como los resultados finales del estudio de clientes privados, en su fase cualitativa y cuantitativa, y las oportunidades del Consejo para mejorar la satisfacción de dichos clientes.

El informe se organiza en las siguientes secciones:

- Primero se exponen los objetivos del estudio,
- Luego, se da cuenta del diseño metodológico general, cuyo detalle se reporta en el informe N°1 del presente estudio.
- En un tercer capítulo se reporta la fase de levantamiento de información, con las principales dificultades y facilitadores, que fueron reportados con anterioridad en el informe N°2 del estudio,
- En la sección siguiente, se presentan los resultados obtenidos en la fase cualitativa a través de seis entrevistas a clientes privados del Consejo,
- Posteriormente, se detallan los resultados de la etapa cuantitativa, obtenidos a través de una encuesta web aplicada a una muestra de 158 casos.
- Finalmente, se presenta una síntesis de los resultados presentados y oportunidades para potenciar la satisfacción de los clientes privados con el servicio entregado por el Consejo.
- Se anexan al presente informe, los instrumentos, el plan de análisis estadístico acordado y aprobado por la contraparte técnica, y en formato digital la base de datos de la encuesta y los análisis univariado, bivariado e índices, así como las transcripciones de las entrevistas realizadas.

Se hace entrega del presente informe con dos copias impresas más respaldo en CD.

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 El Estado Comprometido en Aumentar la Calidad de Atención en los Servicios Públicos

La llamada modernización de la gestión pública presupone asumir el problema de la adaptación del aparato estatal a las nuevas realidades políticas, económicas, sociales, culturales. (Ramírez, 2007). El gobierno de Chile está implementando una nueva institucionalidad de la gestión pública, a través de la creación de instancias que se ocupen de forma permanente del rediseño de los servicios públicos, la mejora continua de la gestión y la formación de personal calificado. Al mismo tiempo, de manera paulatina, se ha ido incorporando a la ciudadanía en las acciones que lleva a cabo el sector público.

De acuerdo con esto, una de las prioridades del Gobierno es facilitar la relación entre el Estado y las personas, garantizando y fortaleciendo la participación, aumentando la eficacia y eficiencia de la administración y, en definitiva, incrementando y reforzando el principio del Estado al servicio de los ciudadanos.

En el año 2009 entró en vigencia la Ley de Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la información de la Administración del Estado. “Con esta ley se da inicio a un proceso de mejoramiento de la imagen deteriorada que existe en la población acerca del funcionamiento de las instituciones del Estado, que permita establecer una confianza tan necesaria para el desarrollo y profundización de la democracia” (Castillo, 2009).

Junto con esta ley, se crea el Consejo Para la Transparencia, entidad encargada de concretar los objetivos propuestos por la misma. Una de las áreas del Consejo para la Transparencia es la Calidad de Atención de Usuarios, donde tienen gran relevancia la calidad del servicio entregado, buscando la idoneidad, oportunidad y efectividad del servicio prestado, lo que mejora la gestión, imagen y consecuentemente el nivel de satisfacción de los usuarios con la institución y el servicio prestado (Ministerio de Hacienda, 2009).

El Modelo de Atención al Ciudadano Cliente es el medio de comunicación entre el Consejo para la Transparencia y los ciudadanos. Dicho modelo pretende “asegurar una atención de calidad y la efectiva promoción de ciudadanos y personas informadas y empoderadas de sus derechos en materia de transparencia y acceso a la información pública” (Castillo, 2009).

El modelo debe operar considerando las necesidades del usuario. La percepción de calidad que posea el usuario siempre estará en referencia a sus expectativas, experiencias previas con servicios similares, así como de su experiencia personal con el servicio que evalúa.

Para conocer las percepciones que tienen los ciudadanos clientes se debe realizar una evaluación a través de instrumentos de medición. Los resultados de dicha investigación brindan valiosa información para la toma de decisiones.

Para que las evaluaciones sean útiles, han de ser habituales y continuas a fin de generar los ajustes y mejoras necesarias en la atención. En este sentido, cabe tener presente que los estudios de satisfacción de usuarios no buscan sancionar a los equipos de trabajo, sino por el contrario, son un

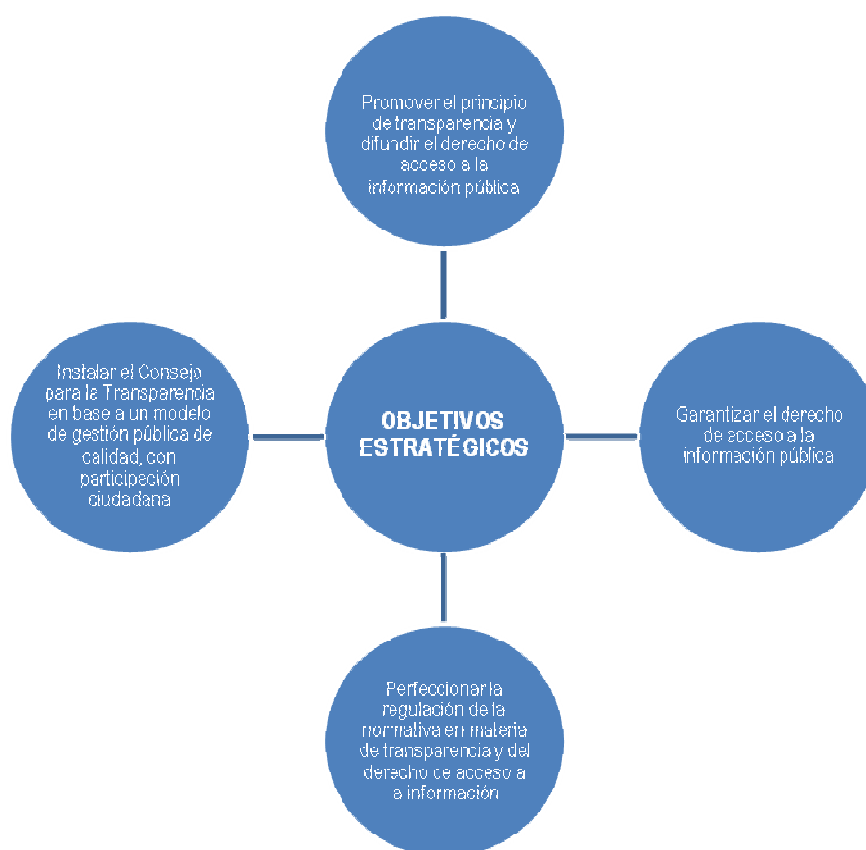
proceso de aprendizaje mutuo de mejora permanente y una oportunidad para mejorar la gestión y la oferta que ofrece el Consejo para la Transparencia a sus clientes.

En ese contexto, el interés de el Consejo para la Transparencia por conocer la percepción de los clientes usuarios de los servicios que entrega la institución, a través de la una evaluación cuantitativa –complementada con evaluaciones cualitativas- de la satisfacción con la atención recibida, la identificación de necesidades y expectativas, es un avance significativo en el cumplimiento de los objetivos que el Estado busca a través de la Ley de Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la Información de la Administración del Estado.

2.2 El Consejo para la Transparencia

El Consejo para la Transparencia fue creado en Abril del año 2009, por la ley de Transparencia de la Función Pública y Acceso a la Información de la Administración del Estado.

Sus objetivos estratégicos son los siguientes:



Según información pública disponible, los ciudadanos hacen un promedio de 93 solicitudes diarias a los diversos organismos públicos, de las cuales el 48,8% se dirige a los Ministerios Sociales¹, el 32,6% a los Económicos² y un 20,5% a los Políticos³. El Consejo se constituye en la segunda instancia cuando una de las Instituciones Pública niega información a una persona, y en ese caso, ésta puede recurrir al Consejo en donde se analiza la demanda (reclamo o solicitud) quedando a decisión del Consejo la aceptación o negación de la demanda, de acuerdo a lo establecido en las normas legales.⁴ Además, el Consejo, al definir sus redes de contactos con el medio donde opera, menciona tres tipos de Clientes: Privados, Públicos y Potenciales.

Las líneas de negocio (actividades) que el Consejo realiza para cumplir sus objetivos son:

- ✓ Normativo: orientado a la generación de recomendaciones a los órganos y servicios de la Administración del Estado para asegurar el cumplimiento de la Ley. Además, propone mejoras en el plano normativo para asegurar el acceso a la información pública.
- ✓ Promoción, capacitación y difusión de la Ley.
- ✓ Atención a clientes
- ✓ Fiscalización del cumplimiento de los sujetos obligados a la Ley.
- ✓ Solución de conflictos.

2.3 Calidad de Servicio y Satisfacción de Usuarios

La calidad del servicio se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible, pues es un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas organizaciones que tratan de alcanzarla (Ruiz-Oyala, 2001). Aumentar la calidad en los servicios permitirá la maximización de la eficiencia tecnológica y de gestión, principalmente en el caso de los servicios públicos del Estado (Gronross, 1994).

Los usuarios son esenciales en la evaluación de la calidad de los servicios. La calidad no existe si no es percibida por los usuarios. “Los únicos criterios que realmente cuentan en la evaluación de la calidad de un servicio son los que establecen los clientes” (Zeithml, 1992).

Uno de los enfoques de la calidad más utilizados es el de las discrepancias, de los autores Zeithml, Parasuraman y Berry. Ellos plantean que la calidad del servicio, desde la óptica de las percepciones de los usuarios, puede ser definida como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (Zeithml, 1992). Los mismos autores, señalan que un alto nivel de calidad se logra cuando se iguala o sobrepasa la expectativa que el usuario tiene respecto del servicio.

En ese contexto, señalan que los factores que influyen en las expectativas son: lo que los usuarios escuchan de otros usuarios, características y circunstancias individuales (necesidades personales), extensión de las experiencias (trayectoria), comunicación externa de los proveedores (mensajes directos e indirectos que emiten las empresas de servicios dirigidas a los clientes), precio juega

¹ Ministerios de Planificación, Educación, Justicia, Trabajo y Previsión Social, Salud, Vivienda y Urbanismo, Bienes Nacionales, Sernam y Consejo de la Cultura.

² Ministerios de Hacienda, Economía, Fomento y Turismo, Obras Públicas, Transportes y Telecomunicaciones, Agricultura, Minería, Energía y Comisión Nacional del Medio Ambiente.

³ Presidencia de la República, Ministerios del Interior, Relaciones Exteriores, Defensa, Segpres y Segegob

⁴ Fuente: EMOL 12 Febrero 2011

importante papel en ajustar las expectativas. Para los efectos de esta propuesta, dicha premisa tendrá central importancia.

Cabe señalar que cada uno de los ámbitos que intervienen en la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio, es evaluado desde la perspectiva de los usuarios, considerando que ésta depende de diversas variables que interactúan en el proceso de evaluación que cada sujeto realiza, y en el que intervienen al menos:

- Información y el conocimiento previo: puntualmente, las expectativas que tienen los usuarios frente a la institución prestadora y frente al servicio mismo.
- Imagen del servicio y entidad prestadora, específicamente, Ley de Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la Información de la Administración del Estado, Consejo de Transparencia y los servicios otorgados por dicha entidad.
- Actitud y disposición personal de los usuarios(as) de los servicios otorgados por el Consejo para la Transparencia.
- Elementos asociados a los atributos constitutivos de la prestación del servicio en sí, y por ello, ligados a la calidad de la atención, en este caso aspectos infraestructurales, equipamiento, recursos humanos, tiempo y amabilidad en la atención, entre otros.

Investigar sobre la satisfacción de clientes con respecto a los servicios otorgados por el Consejo para la Transparencia permite identificar las fortalezas y debilidad del actual servicio entregado, a los clientes privados. Con ello, detectar oportunidades de mejoras que permitan elevar los niveles de satisfacción de los usuarios de acuerdo a sus opiniones y experiencias.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Evaluar si el Modelo de Atención al Ciudadano Cliente permite, efectivamente, velar no sólo por el acceso a la información, la transparencia y la probidad, sino también por el desarrollo de altos estándares de calidad de atención, cumplimiento de expectativas y satisfacción con los servicios entregados a los Ciudadanos Cliente.

3.2 Objetivos Específicos

- a) Recolectar antecedentes básicos de los clientes privados que recurren al Consejo para la Transparencia, que permitan su descripción y clasificación.
- b) Medir las percepciones, actitudes y opiniones que los clientes privados tienen acerca de la calidad del servicio entregado respecto de la calidad de trato, la información y el servicio recibido.
- c) Determinar el tipo y nivel de conocimiento sobre el Consejo para la Transparencia por parte de los clientes privados, tales como funciones, atribuciones, alcance, etc.
- d) Conocer la experiencia de los clientes en los procesos de consulta, reclamo/amparo, mediación y seguimiento de las decisiones.
- e) Conocer cómo perciben la imagen que proyecta el Consejo para la Transparencia en comparación con otros organismos públicos, antes y después de finalizado el requerimiento.
- f) Conocer la calificación que otorgan los clientes privados respecto del resultado a su requerimiento particular y el tiempo del proceso.
- g) Cotejar el grado de satisfacción global de consultantes y reclamantes con el servicio otorgado, relacionando tipo de respuesta y nivel de satisfacción global.

4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La pregunta central que guía el estudio es la siguiente: ¿Cuán satisfechos se encuentran los clientes privados con el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia?.

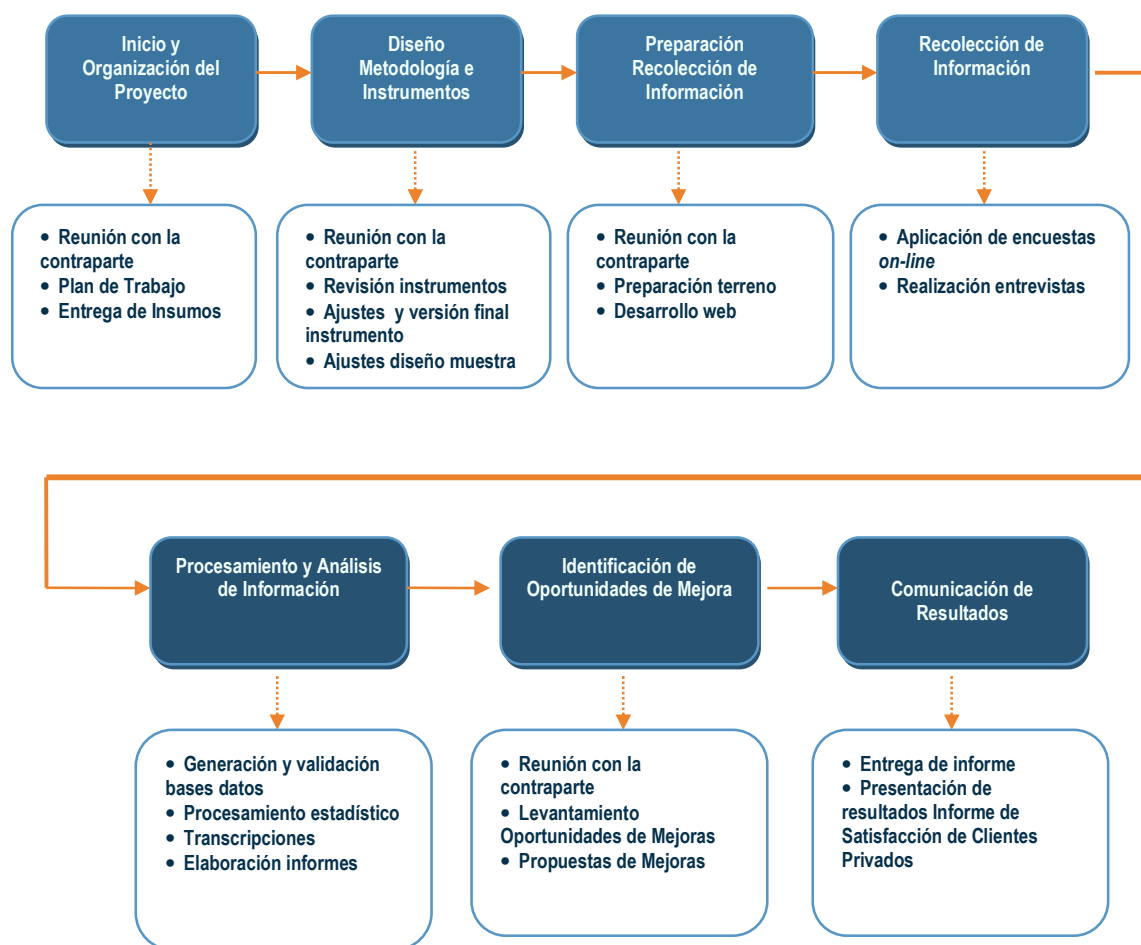
A ella se suman algunas preguntas que permitirán guiar la investigación en base los objetivos específicos, en particular, ¿cuáles son las trayectorias de consultas y reclamos de los clientes privados?, y ¿cuál es su nivel de satisfacción con la atención recibida?.

5 METODOLOGÍA

5.1 Metodología General

El estudio utilizó una metodología combinada con técnicas cuantitativas y cualitativas, a través de la aplicación de una encuesta estadística a clientes privados y entrevistas al mismo segmento.

El estudio se organizó en las siguientes etapas de trabajo, a saber:



5.2 Observaciones Metodológicas

No se registraron dificultades relevantes que ameriten la elaboración de propuestas de ajustes metodológicos importantes, pues el diseño técnico pudo llevarse a cabo íntegramente y de manera exitosa, para lo cual, fue un gran aporte el trabajo continuo con la contraparte técnica.

Sin embargo, en un ámbito operativo, sí sería positivo que la recolección de información, tanto en su fase cualitativa como cuantitativa, fuera realizada en otro período del año, puntualmente, se recomienda evitar la aplicación de encuestas o realización de entrevistas u otro en fechas cercanas a fiestas como el 18 de septiembre, fin de año (Navidad, Año Nuevo) o en temporada de vacaciones. Ello permitiría facilitar y acortar los plazos para el levantamiento de información.

Por otro lado, y también en un ámbito operativo, se recomienda que para las entrevistas con clientes privados, el ejecutor sea quien realice el proceso de selección de los entrevistados, y que este proceso se efectúe de manera aleatoria, de modo que se obtenga la mayor dispersión posible de opiniones y experiencias como cliente.

5.3 Metodología Cuantitativa

El tamaño del universo tuvo importantes variaciones, entre la información preliminar entregada por el Consejo, la posterior elaboración de directorios, y finalmente los casos que debieron ser eliminados porque sus correos no estaban vigentes o habían sido registrados incorrectamente.

El universo de clientes privados se estimó de acuerdo a los antecedentes de la contraparte, en 1.350 usuarios, sin embargo, en la versión final del directorio de clientes privados se dispuso de un total de 1.432 clientes para ser contactados. Al eliminar los casos cuyos correos rebotaron, se dispone de un total de **1.367 casos válidos de clientes privados**. A su vez, cabe destacar que 73 clientes dejaron su encuesta incompleta y no la terminaron de responder, probablemente ello se debe a lo extenso de la encuesta, pues a dichos clientes se les enviaron nuevo mails pidiendo que completaran su encuesta en proceso.

El estudio fue de carácter censal, es decir, se contactó a la totalidad de los casos consignados en el directorio, invitándolos a responder la encuesta. Ante la baja tasa de respuesta, frecuente en encuestas web similares a lo que se sumó el complejo período de aplicación (fin de año y vacaciones), se aplicaron estrategias de recuperación para aumentar la tasa de respuesta.

Para enfrentar estas dificultades se decidió en conjunto con la contraparte técnica del estudio desarrollar y aplicar un plan de contingencias, que permitiera aumentar la tasa de respuesta de los clientes. En particular, las actividades desarrolladas fueron:

- ✓ En los casos con teléfonos disponibles, se llamó y reenvió mail a las personas que dejaron incompleta la encuesta (para que la terminen).
- ✓ Cuando existía teléfono de contacto, se llamó y pidió un nuevo mail a los clientes que les rebotó el correo.
- ✓ Durante un segundo período de envío de mensajes, se despacharon nuevos mails a todos los clientes que no habían respondido la encuesta.

- ✓ Se cambió el mensaje de invitación a responder la encuesta, a un texto más directo y motivador, de modo de facilitar el interés por responder los cuestionarios.

Cabe destacar, que los llamados telefónicos, si bien no estaban considerados originalmente, fueron incorporados para motivar a los clientes en el contacto y facilitar que una mayor proporción de ellos pudiera responder la encuesta.

El número de casos logrados y tasa de respuesta se detalla a continuación:

Universo inicial completo	Universo con casos válidos	Muestra lograda	Margen de error	Nivel de Confianza	Tasa de respuesta
1.432	1.367	158	7.3%	95%	8.7

Para el cálculo del margen de error, se utilizó siguiente la fórmula:

$$e = \sqrt{\frac{Nz^2pq}{n(N-1)} - \frac{Pqz^2}{N}}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño del universo

pq = varianza

e = error muestral

z = nivel de confianza

Para nuestro caso:

n = 158

N = 1367

pq = 0.25, ya que : $p = 0.5$ y $q = 0.5$ (varianza máxima)

e = incógnita a despejar

z = 1.96 para 95% de confianza

Dado el carácter censal del estudio y la respuesta voluntaria vía web, los resultados se expanden automáticamente el universo, no siendo necesaria la aplicación de factores de expansión.

El levantamiento de información se realizó durante un período cercano a las 5 semanas, siendo más extenso que lo planificado inicialmente, ya que se comenzó a aplicar en fechas complejas, como son las fiestas de fin de año y el comienzo del período de vacaciones para las personas que estudian y trabajan. Los plazos originales se extendieron, para facilitar la aplicación de estrategias de recuperación que permitieran aumentar la tasa de respuesta. Las fechas de inicio y término se detallan a continuación:

Fecha de inicio	Fecha de término
28 de diciembre 2010.	26 de enero 2011.

⁵ Manuel Vivanco: "Muestreo estadístico, diseño y aplicaciones", Editorial Universitaria, Santiago, 2005.

Una vez que la encuesta se encontraba disponible *on-line*, se le envió a cada cliente un correo electrónico personalizado, a la dirección registrada en el directorio entregado por el mandante, donde se le invitaba a participar en el estudio.

En dicho correo electrónico se consignó un link con una dirección URL que direccionaba al usuario a la plataforma donde se encontraba la encuesta web, más una clave única que asegurara que cada cliente contestara sólo una vez la encuesta y que a su vez, le permitiera guardar lo contestado y luego seguir contestando en otro momento.

A continuación se detallan las principales **dificultades** surgidas durante el trabajo de terreno:

- Problemas con el directorio
- Período de aplicación
- Cuestionario muy extenso

Por su parte, los principales **facilitadores** del trabajo de terreno fueron:

- La experiencia del equipo de la Consultora en estudios similares
- Trabajo en permanente contacto con la contraparte técnica

La base de datos se generó automáticamente a partir del sistema informático generado a medida que los encuestados completan el formulario *on-line*, por ello, no existe digitación en estos estudios. Se adjunta al presente informe la base de datos final depurada y validada.

El procesamiento de la información se efectuó de acuerdo a un plan de análisis, propuesto por la consultora, al cual el mandante realizó algunas observaciones, llegándose finalmente a un plan definitivo, aprobado por el mandante.

De acuerdo al mencionado plan, los datos fueron sometidos a los siguientes tipos de análisis:

- ✓ **Análisis Univariado:** Se presentan a través de gráficos de síntesis de los resultados para cada variable incluida en cada encuesta. Este tipo de análisis se realiza con fines descriptivos, con resultados a nivel agregado (es decir, para toda la muestra).
- ✓ **Análisis Bivariado:** Con el propósito de establecer asociaciones entre las variables dependientes y las independientes, se elaboraron tablas de contingencia de cada pregunta de la encuesta cruzada con las variables independientes.
- ✓ **Prueba z de significación estadística:** Las tablas de contingencia, excepto aquellas cuya variable dependiente es de respuesta múltiple, fueron complementadas con la aplicación de la prueba z que determina si existen diferencias estadísticamente significativas entre los porcentajes obtenidos por cada segmento en que se divide la muestra –según cada variable independiente- en las distintas alternativas de respuesta de la variable dependiente
- ✓ **Índices de Satisfacción:** se elaboraron dos índices:
 - Índice de satisfacción general de clientes privados
 - Índice de satisfacción de consultantes

El plan de análisis se incluye en el capítulo Anexos del presente informe, junto a la propuesta de construcción de un indicador de satisfacción.

5.4 Metodología Cualitativa

Se efectuaron 6 entrevistas en profundidad a partir de listados provistos por la contraparte técnica, considerando a clientes privados frecuentes, para lo cual el consultor elaboró una pauta semi-estructuradas que fue revisada y ajustada por la contraparte técnica. Las entrevistas se realizaron entre el día 15 y 28 de diciembre de 2010.

De acuerdo a lo indicado por el CPLT, “La muestra de ambos segmentos será intencional, en el sentido de que la lista de clientes que les entregaremos, son considerados por la unidad de clientes cómo “clientes frecuentes”, entendiendo por esto, aquellos sujetos que realizan reclamos o consultas frecuentemente y, por lo tanto, conocen el funcionamiento de Consejo en sus distintos ámbitos, y de esta forma son conocedores y evaluadores de los servicios del CPLT”. Con lo anterior, el listado de personas a entrevistar fue provisto por la contraparte técnica, considerando a clientes privados frecuentes.

Para las entrevistas en profundidad, el consultor elaboró una pauta semi-estructurada que permitió guiar la conversación, de acuerdo a los objetivos del estudio y el perfil de cada entrevistado(a).

La realización de las entrevistas en profundidad contó con las siguientes fases:

- Entrega de listado de personas a entrevistar para cada segmento, con previa gestión de aceptación realizada por el mandante.
- Contacto para agendar entrevista con cada cliente seleccionado.
- Aceptación de la entrevista y acuerdo sobre la fecha y lugar de la entrevista. Las entrevistas se realizaron en la fecha y lugar que el entrevistado indicara (oficina, oficina de la consultora, domicilio, u otros).
- Actividades de producción asociadas (material de registro, pauta, obsequios u otros que se estimen)
- Realización de la entrevista por profesionales del equipo consultor.
- Registro de la entrevista en respaldo de audio digital.
- Agradecimiento y obsequio a entrevistado
- Transcripción de la entrevista
- Sistematización de la información obtenida a partir de matriz de análisis del equipo interno, con registro de las especificidades y observaciones.
- Interpretación de la información en base a los objetivos y dimensiones de análisis establecidas para el estudio.
- Entrega de insumos para las demás fases del estudio

Cabe destacar que no se registraron **dificultades** en el proceso de realización de la entrevistas. Sólo retrasó el trabajo de campo la cancelación y postergación de varias citas, por lo que varias entrevistas debieron ser re-agendas.

Los factores **facilitadores** en esta fase, fueron la experiencia del equipo consultor y la previa aceptación a participar en el estudio, gestionada por la contraparte técnica.

6 RESULTADOS ENCUESTA SATISFACCIÓN

Precisiones previas sobre la presentación de los resultados:

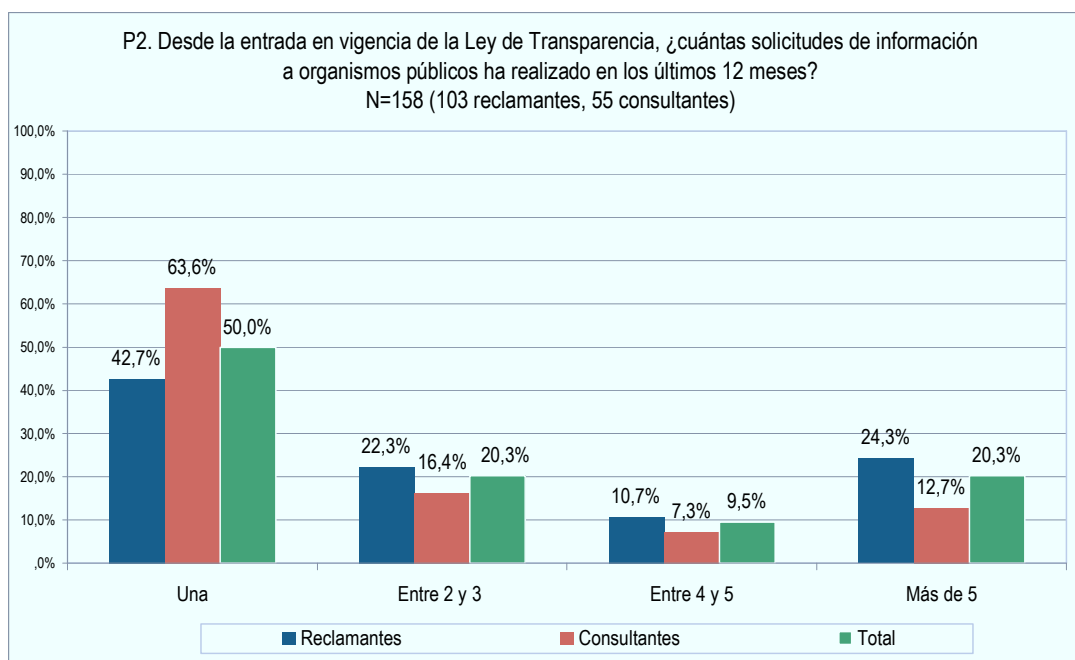
- ✓ La forma general que asume la presentación consiste en ofrecer para cada pregunta un gráfico de síntesis con los resultados para la muestra total de clientes privados o bien, para las submuestras de consultantes o reclamantes en las preguntas que se aplican exclusivamente a una de las categorías de clientes. A continuación de cada gráfico, se efectúa una descripción de las principales tendencias registradas en las respuestas.
- ✓ En el encabezado de cada gráfico se cita el texto de la pregunta, antecedido del número de la misma en el cuestionario.
- ✓ Todas las preguntas de percepción, evaluación, opinión y de conducta (variables dependientes) fueron cruzadas con las variables independientes que se identifican en el plan de análisis estadístico, generándose para cada pregunta, las respectivas tablas de contingencia.
- ✓ Todas las tablas de contingencia (excepto aquellas cuya variable dependiente es de respuesta múltiple) fueron complementadas con la aplicación de la prueba z que determina si existen diferencias estadísticamente significativas entre los porcentajes obtenidos por cada segmento en que se divide la muestra –según cada variable independiente- en las distintas alternativas de respuesta de la variable dependiente.
- ✓ Cuando la aplicación de esta prueba registra diferencias significativas, ellas se consignan continuación de la descripción de las tendencias del respectivo gráfico, excluyendo las alternativas de respuesta y los segmentos de clientes que no registran diferencias significativas. No obstante, las tablas de contingencia con toda la información, incluyendo los resultados que no presentan diferencias significativas entre sí, se presentan en el Anexo de Cuadros Estadísticos.

6.1 Características de la Muestra

Sexo	Muestra	Porcentaje
Hombres	105	66,5%
Mujeres	53	33,5%
Edad	Muestra	Porcentaje
Entre 18 y 30 años	39	24,7%
Entre 31 y 45 años	59	37,3%
Entre 46 y 60 años	41	25,9%
61 años y más	19	12,0%
Nivel socioeconómico (ingreso familiar)	Muestra	Porcentaje
Hasta \$150.000 (NSE muy bajo)	3	1,9%
Entre \$150.001 y \$250.000 (NSE bajo)	6	3,8%
Entre \$250.001 y \$500.000 (NSE medio bajo)	32	20,3%
Entre \$500.001 y \$1.000.000 (NSE medio)	37	23,4%
Entre \$1.000.001 y \$2.000.000 (NSE medio alto)	34	21,5%
Más de \$2.000.000 (NSE alto)	33	20,9%
No responde	13	8,2%
Nivel Educativo	Muestra	Porcentaje
Educación básica incompleta	1	0,6%
Educación básica completa	0	0,0%
Educ. media científica humanista y técnica incompleta	3	1,9%
Educ. media científica humanista y técnica completa	7	4,4%
Educación superior técnico-profesional incompleta (<i>Instituto profesional, Centro de Formación Técnica</i>)	8	5,1%
Educación superior técnico-profesional completa (<i>Instituto profesional, Centro de Formación Técnica</i>)	10	6,3%
Educación superior universitaria incompleta	25	15,8%
Educación superior universitaria completa	70	44,3%
Magíster o doctorado (no incluya diplomados)	33	20,9%
Sin educación	0	0,0%
Actividad Principal	Muestra	Porcentaje
Empleador (con personas a su cargo)	10	6,3%
Empleado del sector público (gobierno, municipios, FFAA, empresas públicas, etc.)	59	37,3%
Empleado del sector privado	20	12,7%
Trabajador independiente o por cuenta propia	25	15,8%
Desempleado o cesante	3	1,9%
Jubilado o pensionado	12	7,6%
Dueña de casa	0	0,0%
Estudiante	16	10,1%
Otro	13	8,2%
Casos Muestra	158	100%

6.2 Experiencia previa en solicitudes a Organismos Públicos

6.2.1 Cantidad de solicitudes de información a organismos públicos que ha realizado en los últimos 12 meses

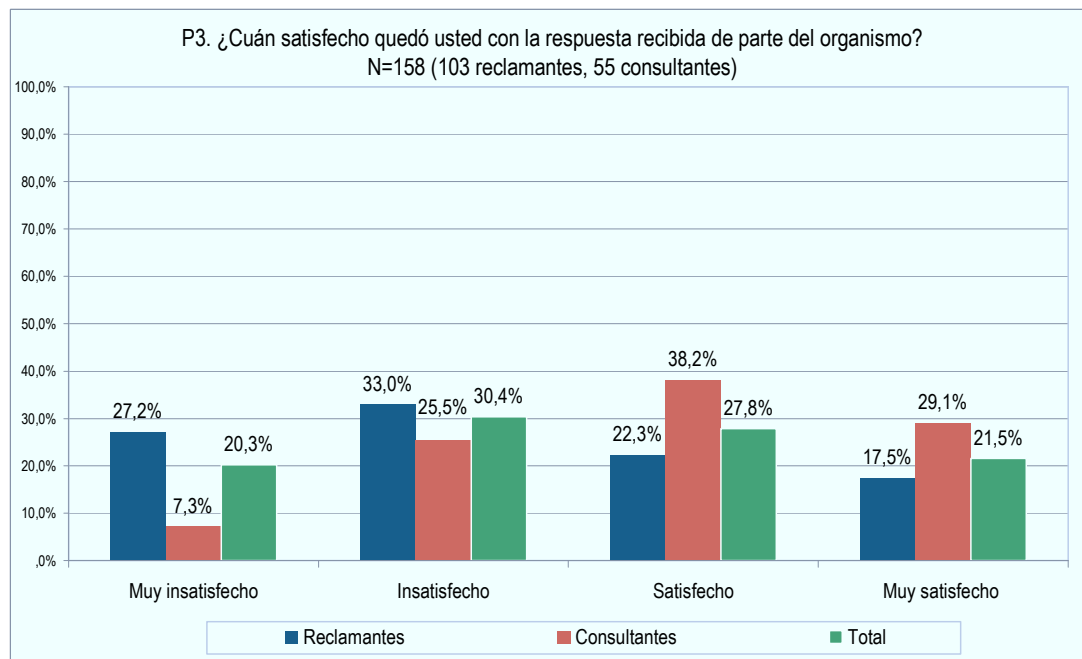


La mitad de los clientes privados (50%) ha realizado una solicitud de información a organismos públicos, desde la entrada en vigencia de la Ley de Transparencia, mientras que la quinta parte de ellos (20,3%) ha efectuado entre 2 y 3 y otro quinto (20,3%) ha hecho más de 5 solicitudes.

Se observan diferencias significativas entre los consultantes que han realizado una solicitud de información a organismos públicos (63,6%) con respecto a los reclamantes (42,7%); también los clientes que trabajan en el sector público (67,8%) han hecho una sola solicitud significativamente más que quienes lo hacen en el sector privado (34,5%).

Los clientes que han hecho más de una solicitud no registran diferencias significativas

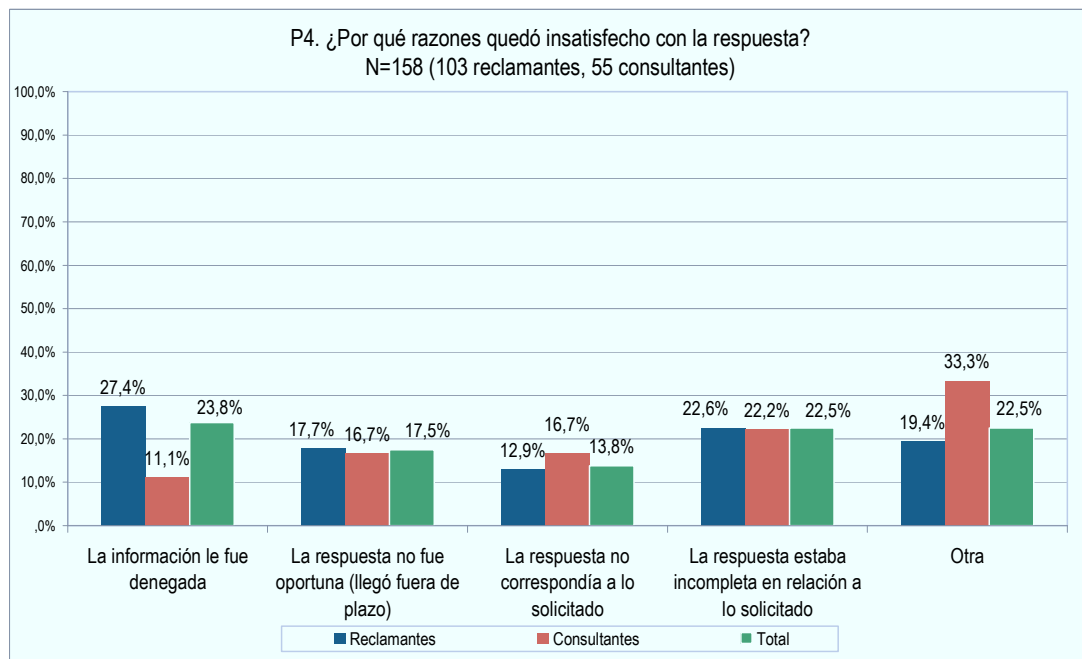
6.2.2 Satisfacción con la respuesta recibida de parte del Organismo



Los clientes se dividen en mitades casi idénticas entre quienes se manifiestan satisfechos o muy satisfechos (50,7%) y los que se declaran insatisfechos o muy insatisfechos (49,3%) con la respuesta recibida de parte del organismo público.

La satisfacción muestra una diferencia significativa entre consultantes (38,2%) y reclamantes (22,3%), mientras que entre los “muy insatisfechos” sobresalen significativamente los clientes del grupo etario de 46 a 60 años (31,7%) en comparación con los del grupo de 18 a 30 años entre los cuales esta insatisfacción extrema llega sólo al 7,7%.

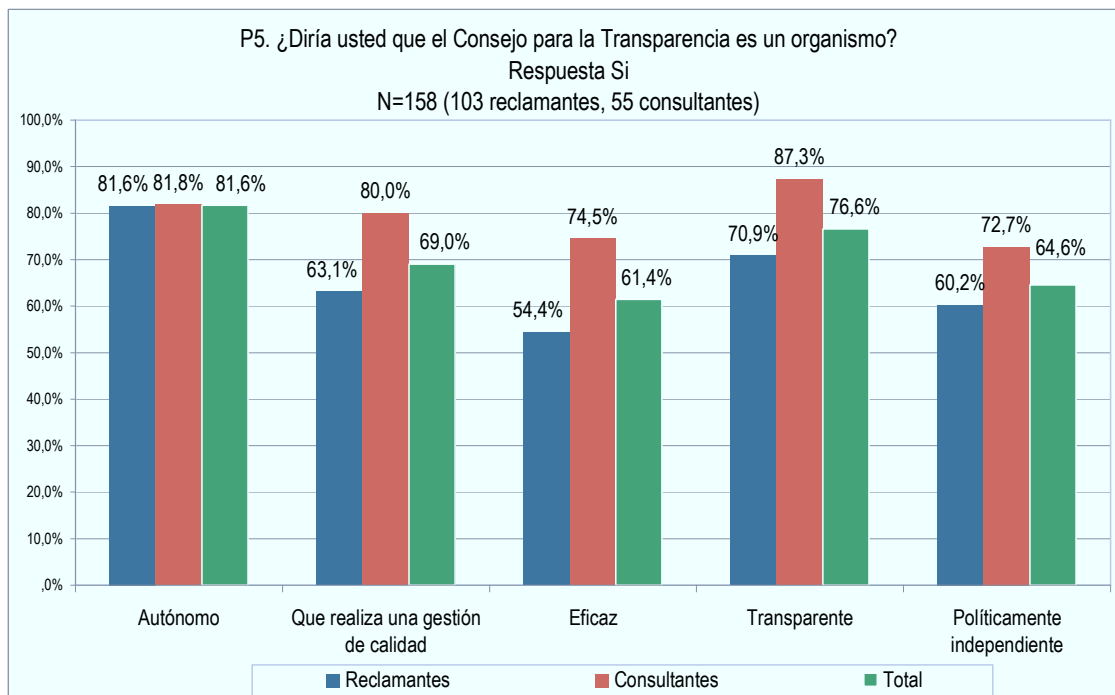
6.2.3 Razones de insatisfacción



Las dos principales razones de insatisfacción mencionadas por cerca de la cuarta de los clientes insatisfechos cada una, son la denegación de la información (23,8%) y la incompletitud de la respuesta (22,5%). En tercer lugar aparece que la respuesta no fue oportuna (17,5%). Entre las dos primeras razones no se aprecian diferencias significativas entre segmentos, aunque en relación a la falta de oportunidad de la respuesta, ella es considerablemente mayor entre los entrevistados con educación media (80%) que entre quienes alcanzaron educación universitaria o de post grado (12,5%).

6.3 Conocimiento del Consejo para la Transparencia

6.3.1 Atributos percibidos del Consejo para la Transparencia



El CPLT posee una imagen muy favorable entre sus clientes privados. Así, los rasgos de autónomo (81,6%) y transparente (76,6%) le son atribuidos por más de las tres cuartas partes de ellos, en tanto que la gestión de calidad (69%) y la independencia política (64,6%) le son reconocidas por las dos terceras partes y más de los clientes, ubicándose en último lugar la eficacia (61,4%).

Al aplicar la prueba z a cada uno de estos atributos, se constata que la autonomía del CPLT es percibida significativamente más entre quienes trabajan en el sector público (91,5%) en relación a los jubilados o pensionados (58,3%).

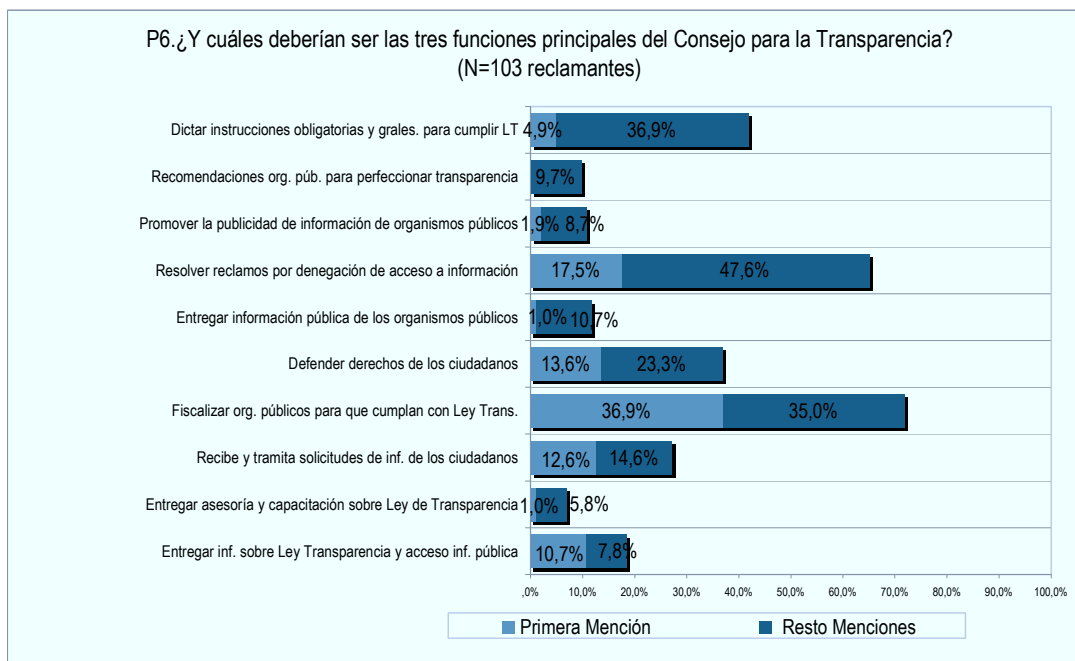
Por su parte, la percepción de transparencia del CPLT es significativamente mayor entre quienes trabajan en el sector público (89,8%) que entre quienes se desempeñan en el sector privado (67,3%); también en este atributo, se verifican diferencias significativas entre consultantes (87,3%) y reclamantes (70,9%).

En cuanto a la gestión de calidad, ella le es atribuida al CPLT en mayor medida por los consultantes (80%) que por los reclamantes (63,1%).

La independencia política no registra diferencias significativas entre segmentos, en tanto en relación a la eficacia del CPLT vuelve a relevarse la diferencia entre consultantes (74,5%) y reclamantes (54,4%).

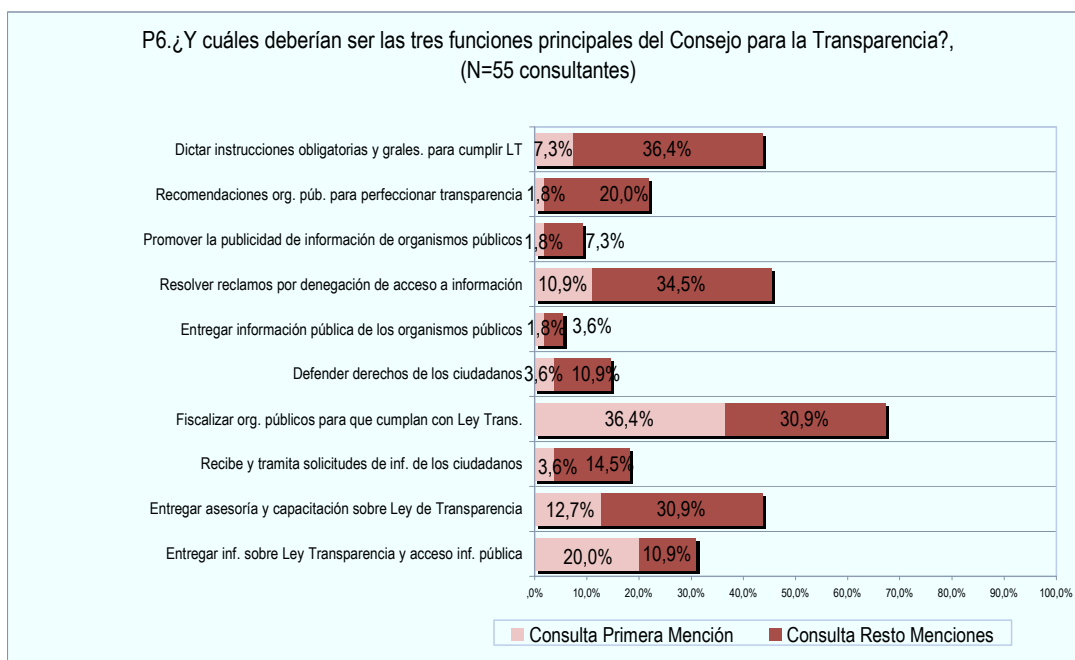
6.3.2 Principales funciones que debiera tener el Consejo para la Transparencia

El gráfico siguiente muestra los resultados obtenidos entre reclamantes



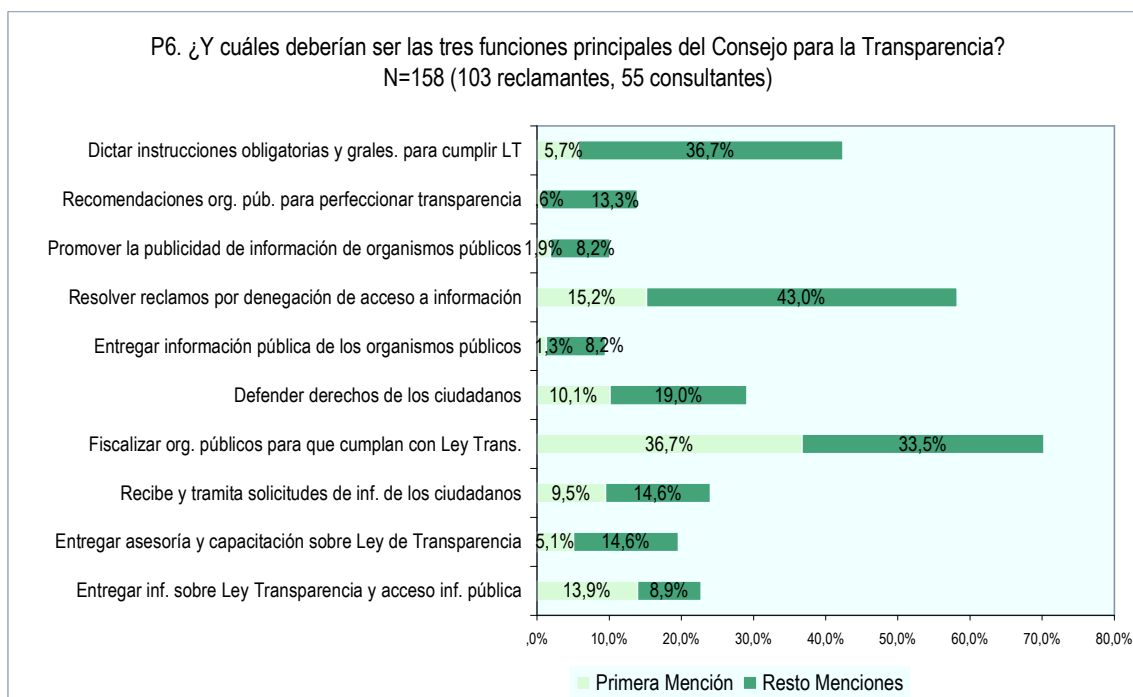
Nota: En "otras menciones" el total es superior a 100 por ser respuesta múltiple

El gráfico siguiente muestra los resultados obtenidos entre consultantes



Nota: En "otras menciones" el total es superior a 100 por ser respuesta múltiple

El gráfico siguiente muestra los resultados obtenidos para el conjunto de los clientes privados:



Las tres principales funciones que los clientes piensan que debe realizar el CPLT son: fiscalizar a los organismos públicos para que cumplan con la Ley de Transparencia (36,7% en primera mención y 70,2% en el total de menciones), seguida de resolver reclamos por denegación de acceso a información (15,2% en primera mención y 58,2% en el total de menciones). En tercer lugar se ubica la función de dictar instrucciones obligatorias y generales para el cumplimiento de Ley de Transparencia por los organismos públicos (5,7% en primera mención y 42,4% en el total de menciones).

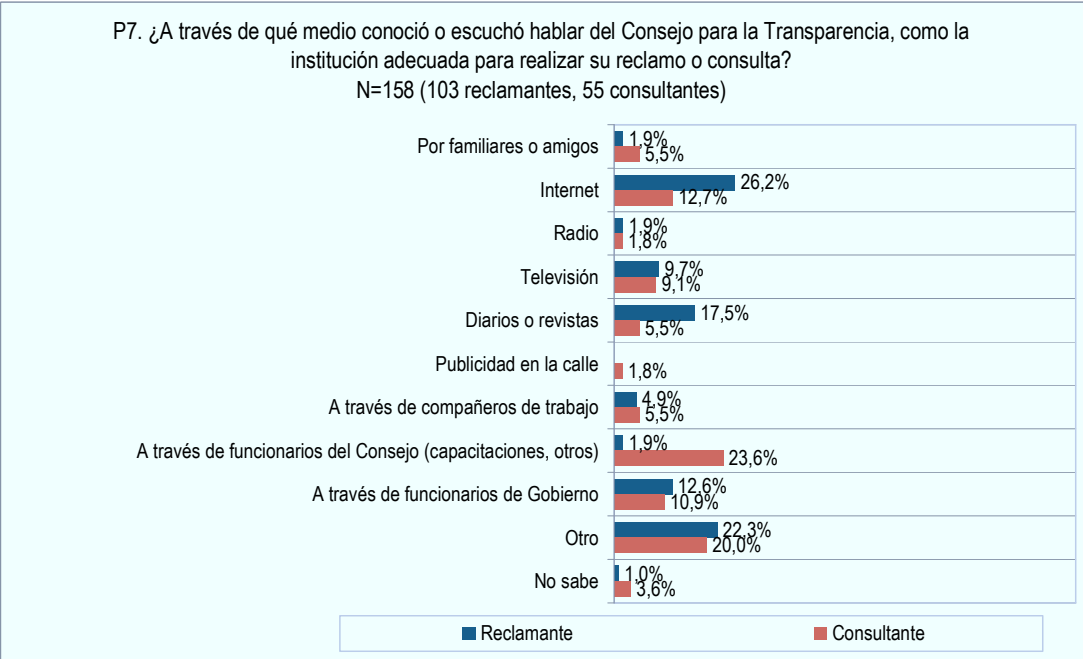
En un segundo grupo, con porcentajes que se ubican entre el 20% y el 30% de las menciones totales, encontramos las funciones de defender los derechos de los ciudadanos (10,1% en primera mención y 29,1% en el total de menciones), recibir y tramita solicitudes de información de los ciudadanos (9,5% en primera mención y 24,1% en el total de menciones) y entregar asesoría y capacitación sobre la Ley de Transparencia (5,1% en primera mención y 19,7% en el total de menciones).

De estas seis funciones, las dos primeras no registran diferencias significativas al aplicar la prueba z en la primera mención. En cuanto a la función de dictar instrucciones obligatorias y generales para el cumplimiento de Ley de Transparencia por los organismos públicos (5,7% en primera mención), se aprecia una diferencia significativa entre mujeres (11,3%) y hombres (3,9%). Por su parte la función de defender los derechos de los ciudadanos (10,1% en primera mención) muestra una diferencia significativa entre reclamantes (13,6%) y consultantes (3,6%).

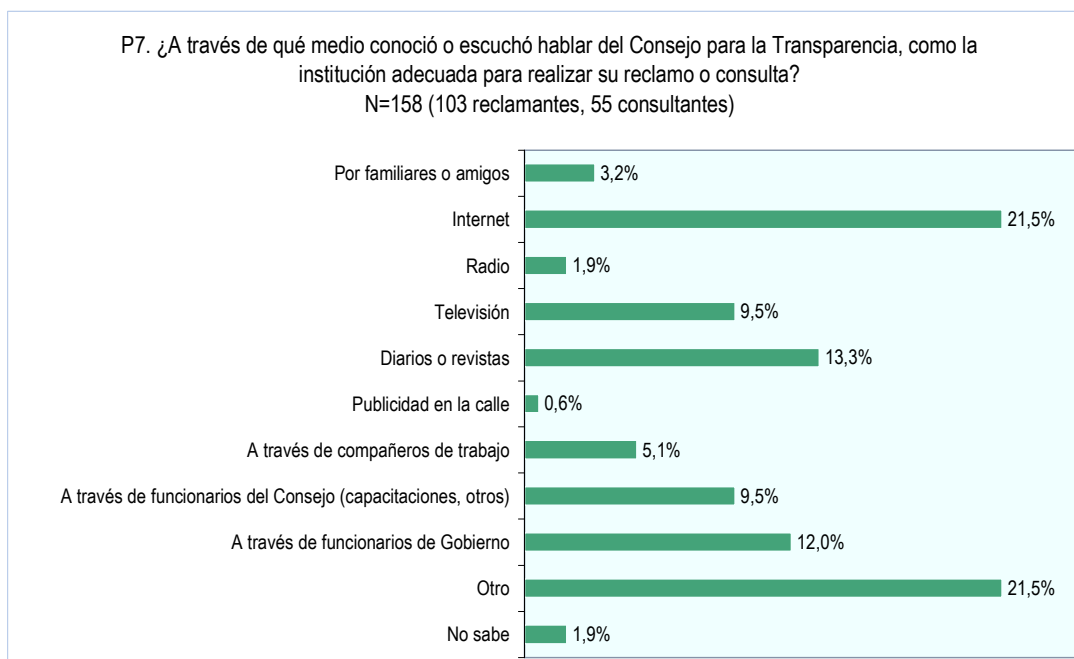
En relación a la función de recibir y tramita solicitudes de información de los ciudadanos (9,5% en primera mención), los clientes que trabajan en el sector privado (20%) la señalan significativamente más que aquéllos que se desempeñan en el sector público (3,4%). Finalmente, en lo que respecta a la función de asesoría y capacitación sobre la Ley de Transparencia (5,1% en primera mención), ella es significativamente mayor en el grupo etario de 18 a 30 años (15,4%) que en el grupo de edad de 31 a 45 años (3,4%) y también es significativamente superior entre consultantes (12,7%) que entre reclamantes (1%).

6.3.3 Medio por el que se informó del Consejo para la Transparencia, como la institución adecuada para realizar su reclamo o consulta

El siguiente gráfico presenta los resultados desagregados por segmento de clientes privados



El siguiente gráfico presenta los resultados para el total de los clientes privados



Internet (21,5%), diarios o revistas (13,3%) y funcionarios de gobierno (12%) son los principales medios a través de los cuales los clientes conocieron el CPLT.

Al aplicar la prueba z, se aprecian algunas diferencias significativas en las menciones de estos tres medios. Es así como internet es señalado mucho más por hombres (27,6%) que por las mujeres (9,4%) y por las personas con educación técnico profesional (44,4%) que por los que alcanzaron la educación universitaria o de post grado (17,2%).

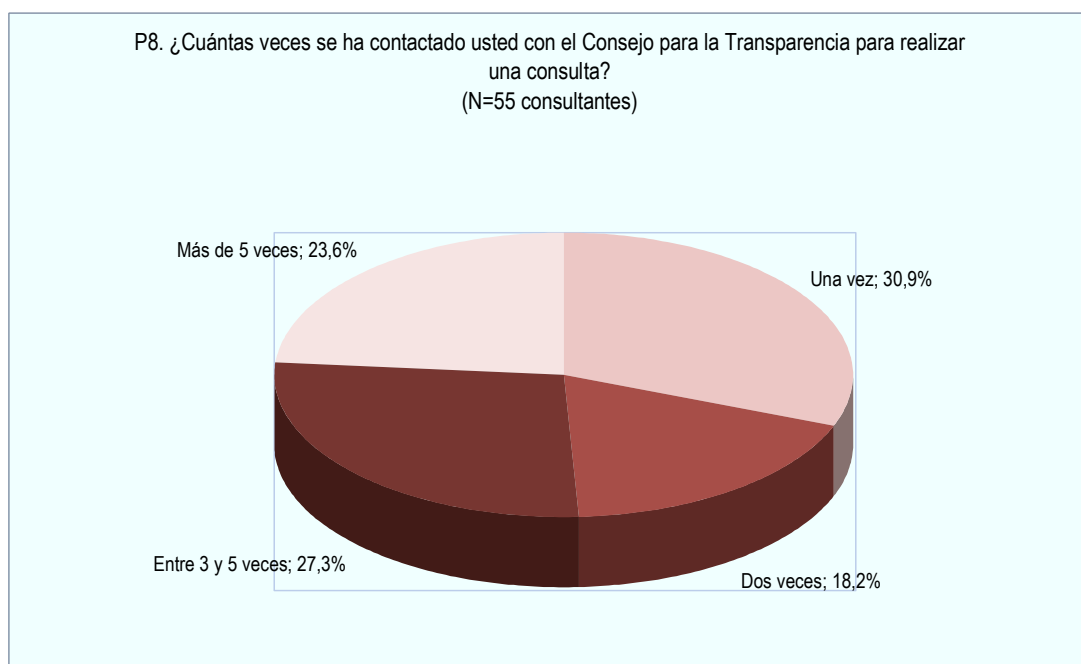
Por su parte, los diarios y revistas son mencionados significativamente más por hombres (18,1%) que por las mujeres (3,8%); también este medio registra diferencias entre el grupo etario de 61 años y más (31,6%) y el grupo de 18 a 30 años (5,1%) y entre reclamantes (17,5%) y consultantes (5,5%).

Finalmente, el conocimiento del CPLT a través de funcionarios de gobierno es significativamente mayor entre mujeres (22,6%) que entre los hombres (2,9%) y entre quienes trabajan en el sector público (20,3%) que entre aquellos clientes que lo hacen en el sector privado (1,8%). También el conocimiento a través de esta vía exhibe diferencias entre consultantes (23,6%) y reclamantes (1,9%).

6.4 Trayectoria de la consulta

Las preguntas sobre trayectoria de la consulta, sólo fueron aplicadas a la sub-muestra de personas consultantes

6.4.1 Cantidad de veces que ha realizado una consulta al Consejo para la Transparencia

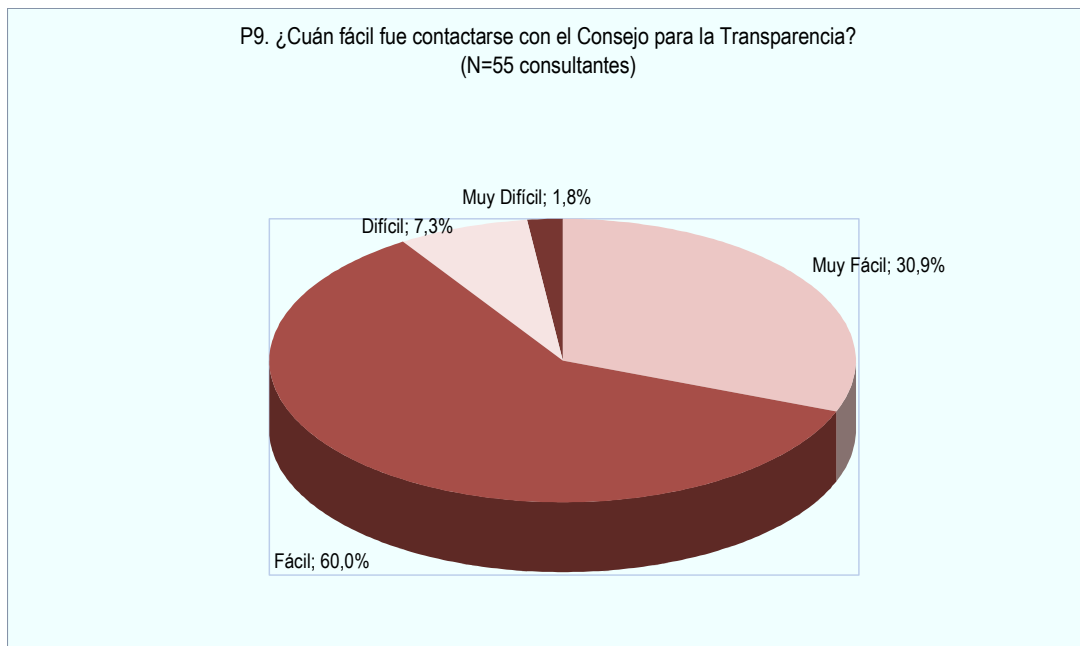


Los consultantes que se han contactado una vez con el CPLT para hacer una consulta constituyen el 30,9% de ellos, distribuyéndose el resto entre los 2 contactos (18,2%) los 3, 4, y 5 contactos (27,3%) y los que se han contactado más de 5 veces (23,6%).

Entre quienes se han contactado una vez con el CPLT, sobresale la diferencia entre las mujeres (48%) y los hombres (16,7%), situación que se invierte también significativamente entre hombres que se han contactado entre 3 y 5 veces (43,3%) respecto a las mujeres que lo han hecho esa misma cantidad de veces (8%).

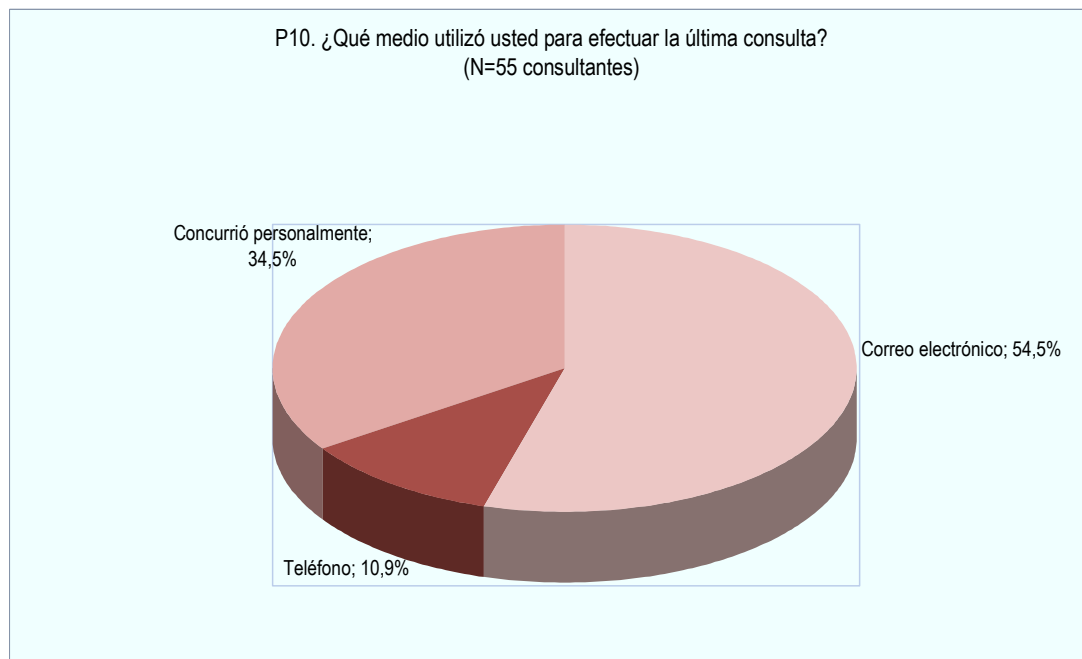
Por último, entre quienes se han contactado más de 5 veces con el CPLT, se aprecia una diferencia significativa entre los consultantes con educación técnico profesional (55,6%) y aquéllos con educación universitaria o de post grado (14,6%)

6.4.2 Facilidad para contactarse con el Consejo para la Transparencia



Nueve de cada diez consultantes califica como fácil (60%) o muy fácil (30.9%) el proceso de contactarse con el CPLT, mientras que la restante onceava parte lo califica como difícil (7,3%) o muy difícil (1,8%). No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

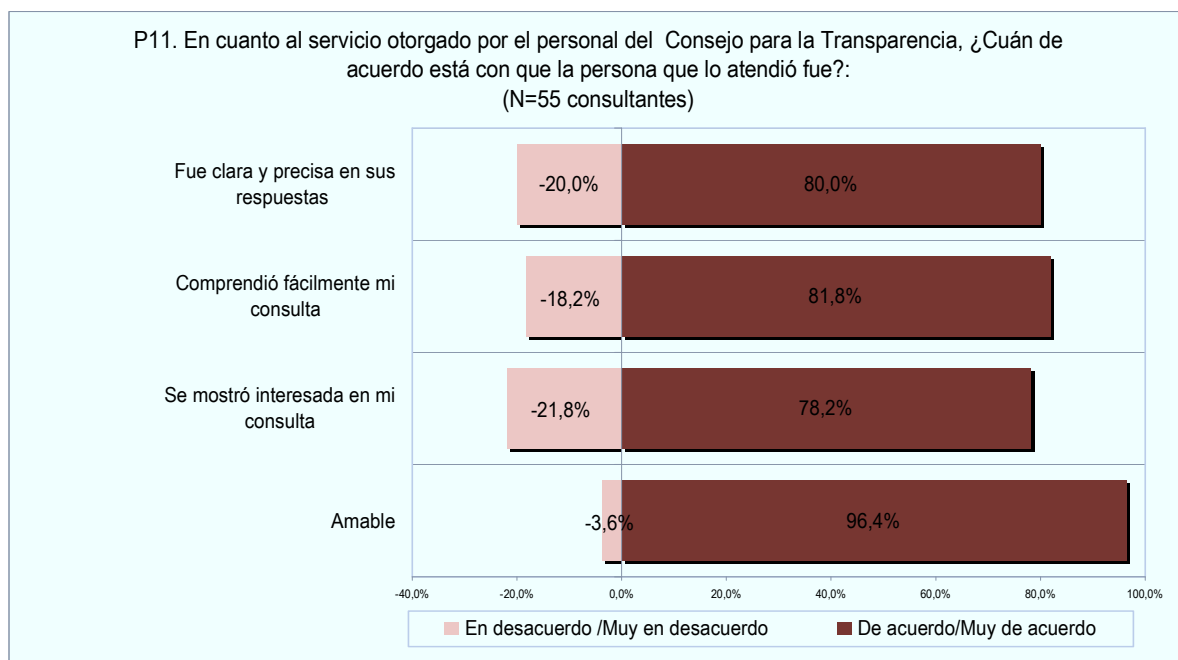
6.4.3 Medio utilizado para efectuar su última consulta



Más de la mitad de los consultantes hizo su última consulta al CPLT a través de correo electrónico (54,5%), en tanto que la tercera parte reporta haber concurrido personalmente para efectuarla (34,5%) y la novena parte utilizó el teléfono (10,9%).

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.4.4 Evaluación del servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia



La evaluación general de la persona que atendió a los clientes en el CPLT es ampliamente satisfactoria, destacándose el atributo de amabilidad, mencionado por el 96,3% de los clientes. Los otros tres atributos indagados (interés en su consulta, comprensión de la misma y claridad y precisión de las respuestas) obtienen niveles entre el 78% y el 82% de satisfacción.

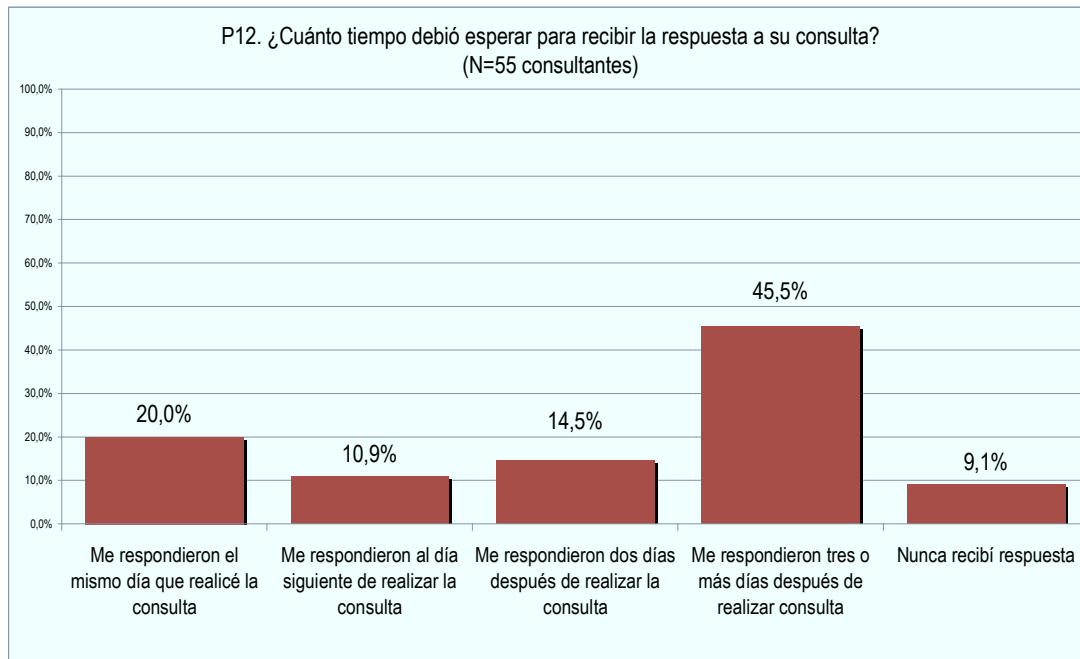
Si bien al aplicar la prueba z, no se registraron diferencias significativas entre los segmentos indicados en el plan de análisis original, aparecen otras tendencias que resulta de interés consignar. No obstante que estas tendencias no son estadísticamente representativas, debido al pequeño tamaño de la submuestra de consultantes (55 casos), se deja constancia de las principales de ellas⁶:

- La respuesta muy de acuerdo en relación a la amabilidad del personal del CPLT alcanza el 52,7% para el conjunto de los consultantes y se eleva al 83,3% entre quienes consultaron por teléfono.
- La respuesta muy de acuerdo respecto al interés en la consulta por parte del personal del CPLT obtiene el 40% para el conjunto de los consultantes y asciende al 66,7% entre quienes consultaron por teléfono.
- Una tendencia casi idéntica se registra en relación a la respuesta muy de acuerdo con la facilidad del personal del CPLT para comprender la consulta (38,2% para todos los consultantes y 66,7% entre consultantes telefónicos) y con la claridad y precisión de la respuesta (36,4% para todos los consultantes y 66,7% entre consultantes telefónicos).

Si bien estos resultados podrían conducir a una conclusión respecto de la mejor evaluación del personal del CPLT por parte de quienes consultaron por teléfono, se reitera que este análisis no tiene significación estadística, por cuanto la submuestra de consultantes telefónicos está compuesta sólo por 6 individuos.

⁶ Las tablas de contingencia detalladas que dan cuenta de los cruces de variables respectivos, se presentan en el Anexo Digital.

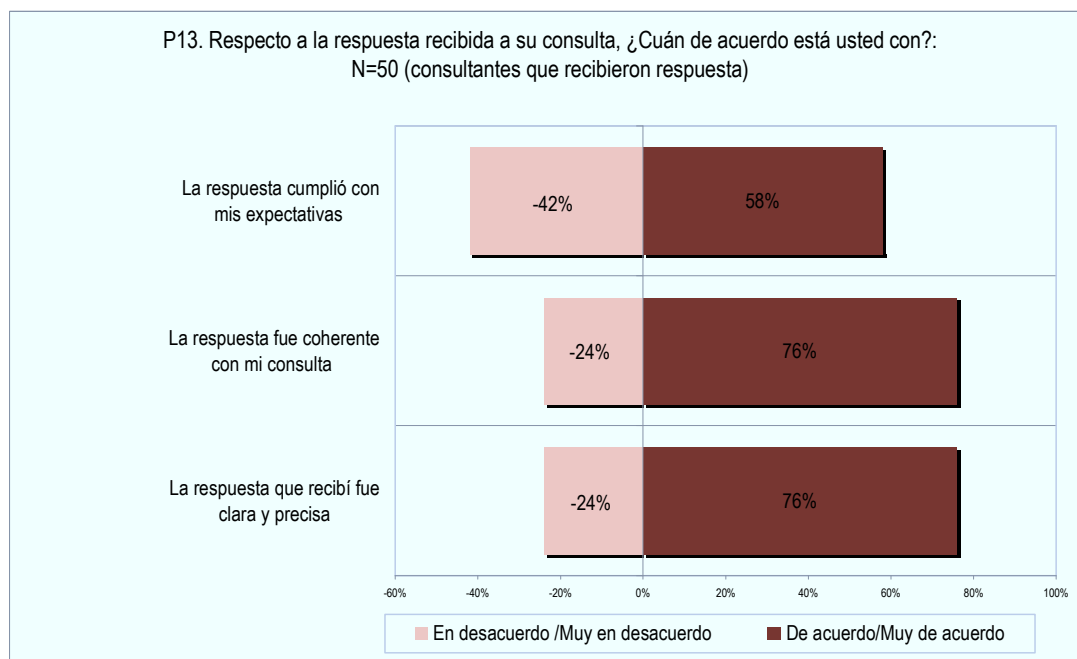
6.4.5 Tiempo esperado para recibir la respuesta a su consulta



Cerca de la mitad de los consultantes (45,5%) reporta haber recibido la respuesta a su consulta tres o más días después de haberla formulado, mientras que la quinta parte (20%) recibió la respuesta el mismo día en que hizo la consulta, la séptima parte (14,5%) reporta haberla recibido dos días después y uno de cada nueve (10,9%) la recibió al día siguiente. Finalmente, el 9,1% señala que nunca le respondieron.

Entre los consultantes que registran haber recibido la respuesta el mismo día en que hicieron la consulta (20% del total), aparece una diferencia significativa entre hombres (30%) y mujeres (8%).

6.4.6 Evaluación de la respuesta recibida a su consulta



No obstante que el 76% de los consultantes expresa su satisfacción (suma de respuestas de acuerdo y muy de acuerdo) con la claridad, precisión y coherencia de la respuesta recibida de parte del CPLT, sólo el 58% de ellos manifiesta que dicha respuesta cumplió sus expectativas.

Al aplicar la prueba z, se verificó una diferencia significativa en cuanto al desacuerdo con que la respuesta recibida fue coherente, entre clientes que trabajan en el sector privado (37,5%) respecto de los que se desempeñan en el sector público (9,4%).

Si bien al aplicar la prueba z, no se registraron diferencias significativas entre los segmentos indicados en el plan de análisis original en los otros dos ítems (claridad/precisión y cumplimiento de expectativas), aparecen otras tendencias que resulta de interés consignar.

No obstante que estas tendencias tampoco son estadísticamente representativas, debido al pequeño tamaño de la submuestra de consultantes que recibieron respuesta (50 casos), se deja constancia de las principales de ellas⁷:

- La respuesta de acuerdo en relación a la claridad y precisión de la respuesta alcanza el 40% para el conjunto de los consultantes que recibieron respuesta y se eleva al 60% entre quienes consultaron por teléfono.
- La respuesta muy de acuerdo en cuanto a coherencia de la respuesta llega el 38% para el conjunto de los consultantes que recibieron respuesta y sube al 60% entre quienes

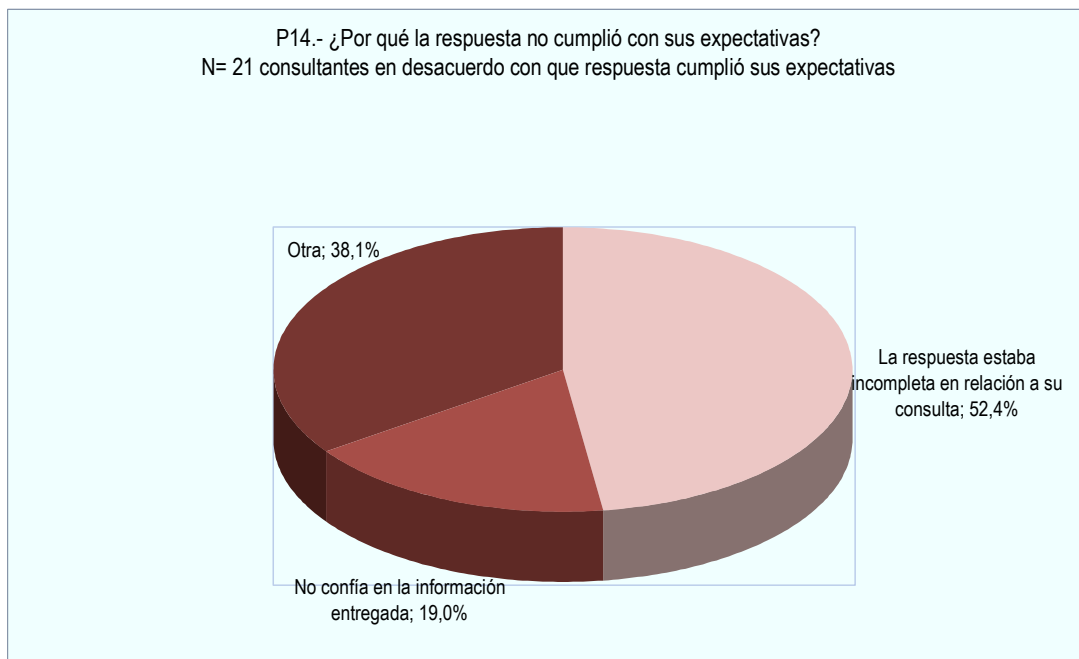
⁷ Las tablas de contingencia detalladas que dan cuenta de los cruces de variables respectivos, se presentan en el Anexo Digital.

consultaron por teléfono, a la vez que la respuesta muy en desacuerdo (12% para el total) se eleva al 21,1% entre quienes concurren personalmente.

- La suma de respuestas muy de acuerdo y de acuerdo en relación al cumplimiento de las expectativas que generó la respuesta llega el 58% para el conjunto de los consultantes que recibieron respuesta y asciende al 80% entre quienes consultaron por teléfono.

Nuevamente se debe advertir que, si bien estos resultados podrían llevar a sostener que existe un grado de satisfacción mayor con la respuesta recibida por parte de quienes consultaron por teléfono, se reitera que este análisis no tiene sustento estadístico, debido a los pequeños tamaños de las submuestras de consultantes que recibieron respuestas, según el medio utilizado para realizar su consulta (5 consultantes telefónicos, 26 por correo electrónico y 19 que concurren personalmente).

6.4.7 Razones de insatisfacción con respuesta recibida



Nota: El total es superior a 100 por ser respuesta múltiple

Más de la mitad de los consultantes que evaluaron la respuesta recibida del CPLT por debajo de sus expectativas (52,4%) señalan como razón para ello el que la respuesta estaba incompleta

Una importante proporción de estos consultantes (38,1%) sostiene que son otras las razones de su inconformidad con la respuesta entregada, aunque no las detallan.

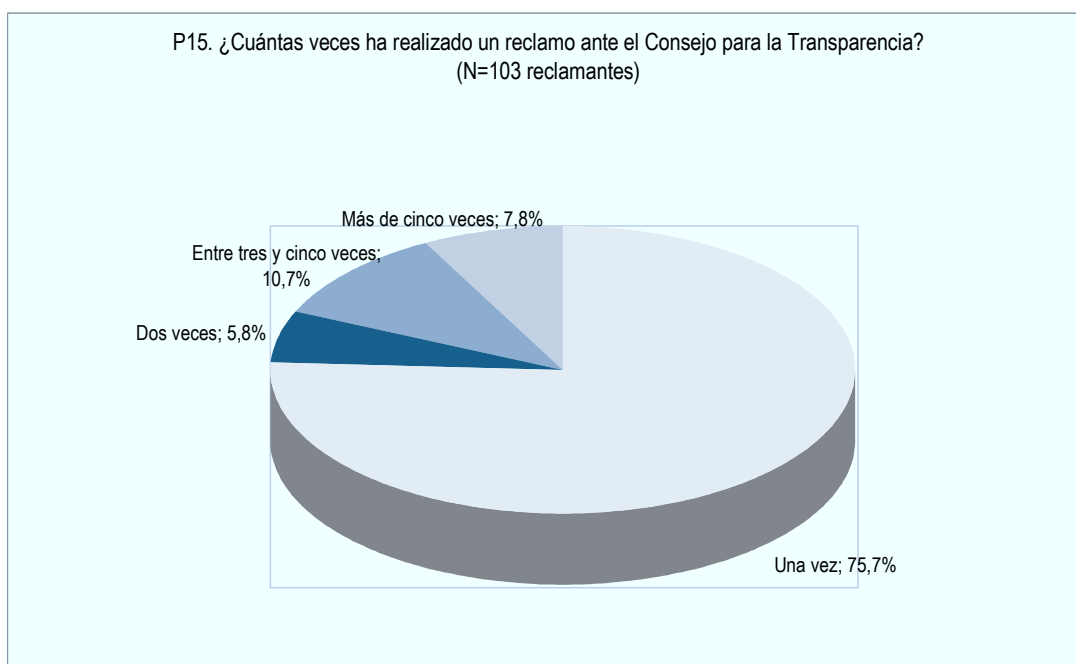
Por último, casi un quinto de estos clientes privados consultantes (19%) señalan que no confían en la información entregada (19,0%) como razón para estar insatisfecho con ella.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5 Trayectoria del Reclamo

Las preguntas sobre trayectoria del reclamo, sólo fueron aplicadas a la sub-muestra de personas que realizaron reclamos.

6.5.1 Cantidad de veces que ha realizado un reclamo ante el Consejo para la Transparencia

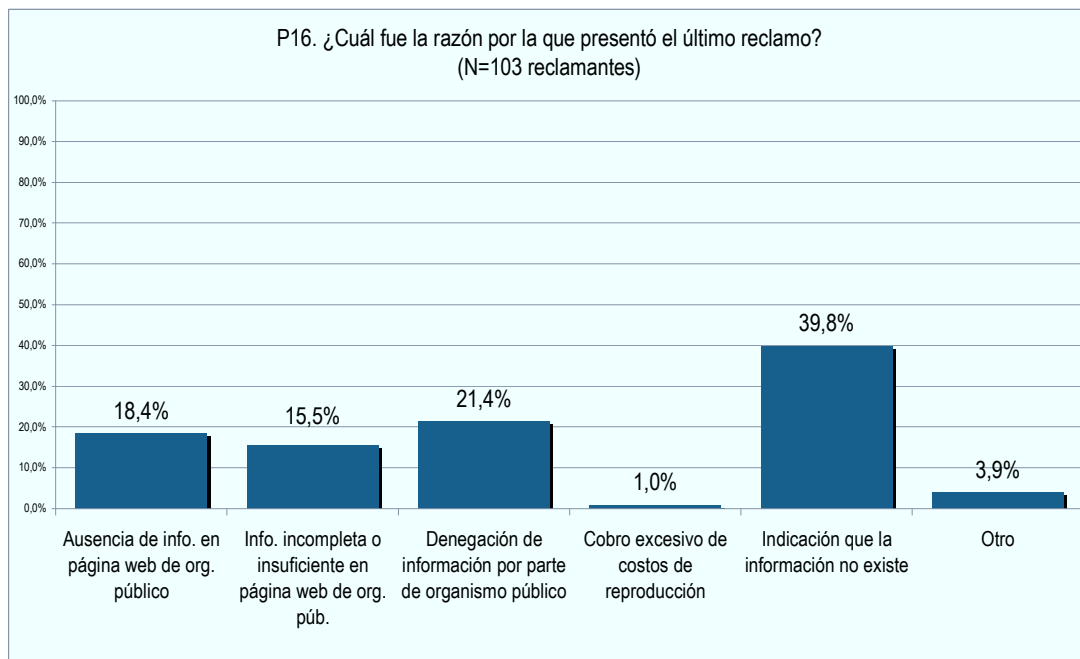


Las tres cuartas partes de los reclamantes (75,7%) han hecho un solo reclamo ante el CPLT.

Más de un décimo de ellos (10,7%) ha reclamado al CPLT entre tres y cinco veces, mientras que un 7,8% ha efectuado reclamos más de cinco veces al CPLT. Por último, un 5,8% ha realizado reclamos en dos oportunidades al CPLT.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.2 Razón para presentar su último reclamo

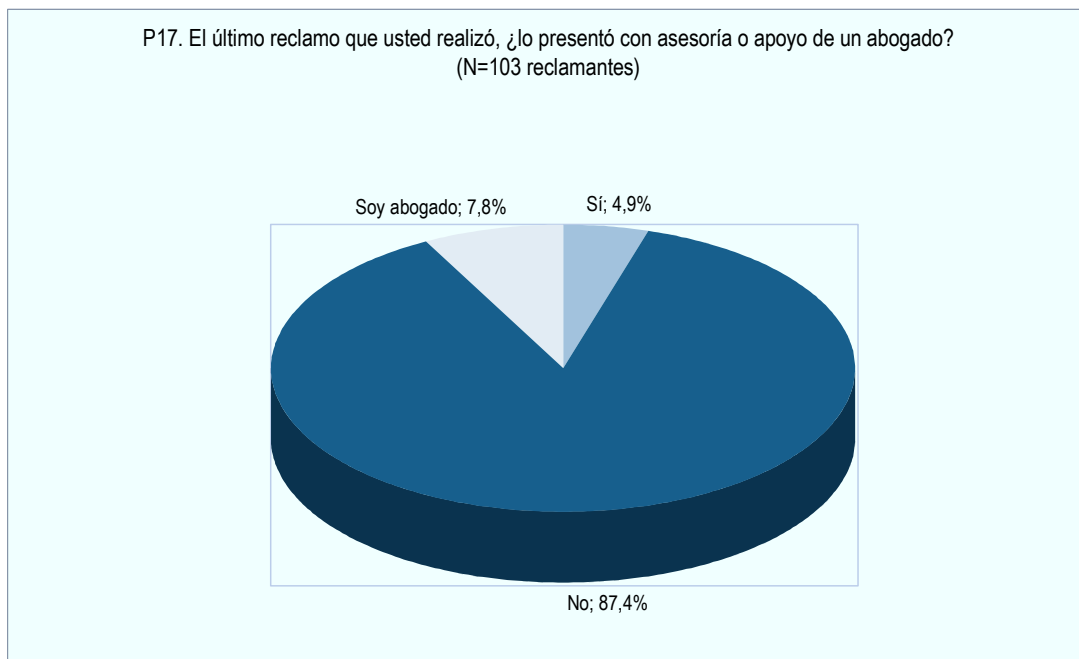


La indicación de inexistencia de la información es la principal razón de su último reclamo (39,8%), la cual duplica a la segunda razón (denegación de información por parte del organismo público), que obtiene el 21,4% de las menciones. Otras razones que motivaron a los reclamantes a presentar su último reclamo son: ausencia de información en la página web del organismo público (18,4%) e información incompleta a insuficiente en dicha página (15,5%).

Respecto de la razón que se ubica en el segundo lugar, denegación de información por parte del organismo público, se aprecia una diferencia significativa entre sus menciones por parte de los reclamantes que tienen educación media (60%) y los que alcanzaron la educación universitaria o de post grado (20,7%).

Las otras razones no registran diferencias significativas entre segmentos.

6.5.3 Presentó último reclamo con asesoría o apoyo de un abogado

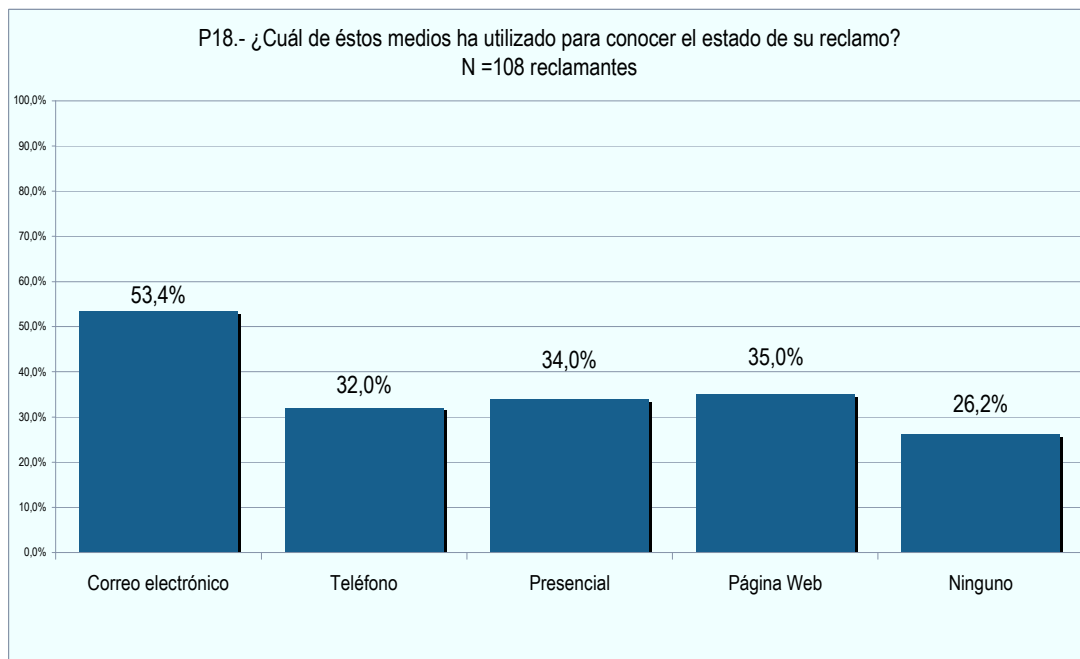


Sólo uno de cada 20 reclamantes (4,9%) presentó su reclamo con el apoyo o asesoría de un abogado, mientras que un 7,8% de ellos son abogados de profesión.

El restante 87,4% de los reclamantes han presentado su reclamo al CPLT sin la asesoría de un abogado.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.4 Medios utilizados para conocer el estado de su reclamo

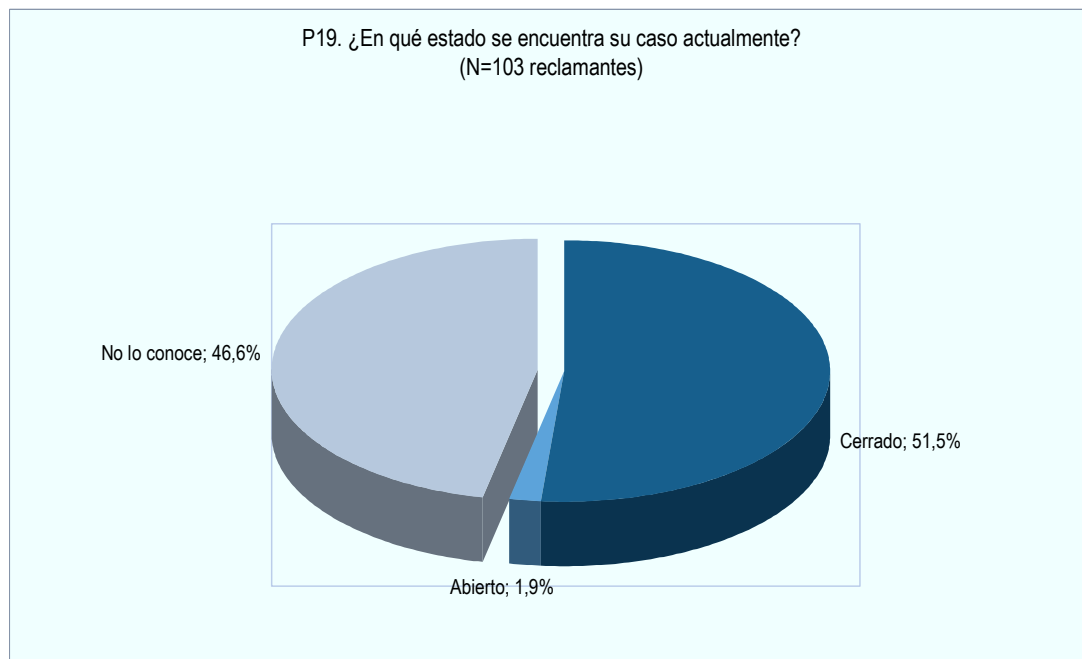


Nota: El total es superior a 100 por ser respuesta múltiple

Para los reclamantes, el medio más utilizado para conocer el estado de su reclamo es el correo electrónico (53,4%), seguido en proporciones similares, por la página web (35%), la concurrencia personal (34%) y el teléfono (32%) respectivamente.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

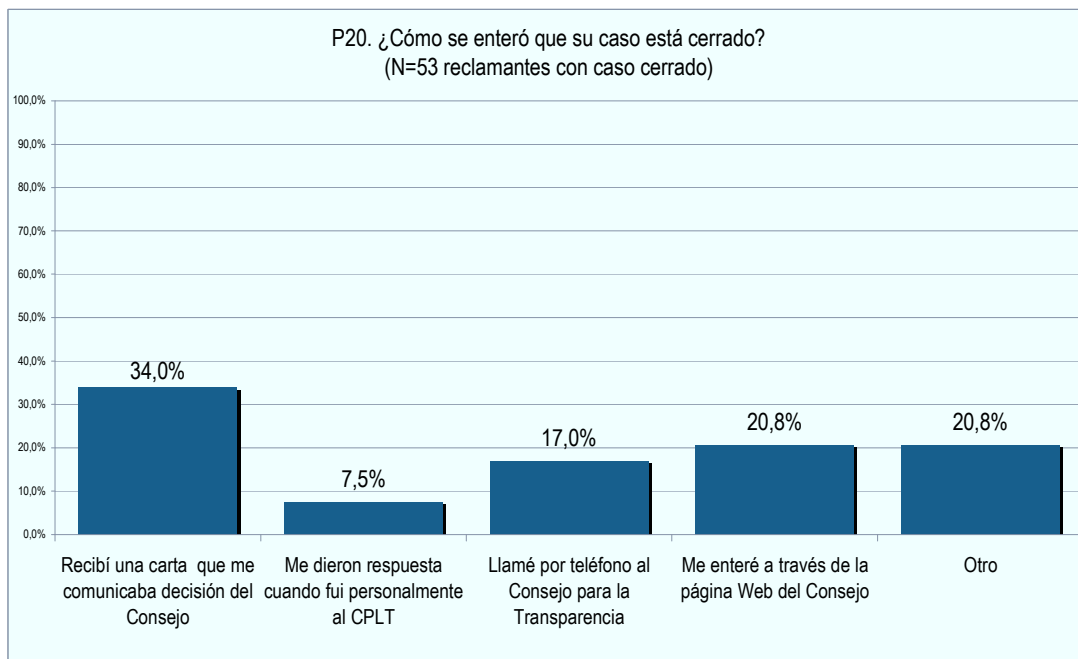
6.5.5 Estado en que se encuentra su caso actualmente



Los clientes privados que han realizado reclamos al CPLT se dividen en partes muy similares entre los que no saben el estado en qué se encuentra su caso (46,6%) y los que saben que su caso está cerrado (51,5%). Sólo un 1,9% manifiesta que su caso está aún abierto.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.6 Vía para informarse que su caso está cerrado



Más de un tercio de los reclamantes con caso cerrado (34%) señalan que se enteraron del cierre de su caso a través de la recepción de una carta que comunicaba la decisión del CPLT.

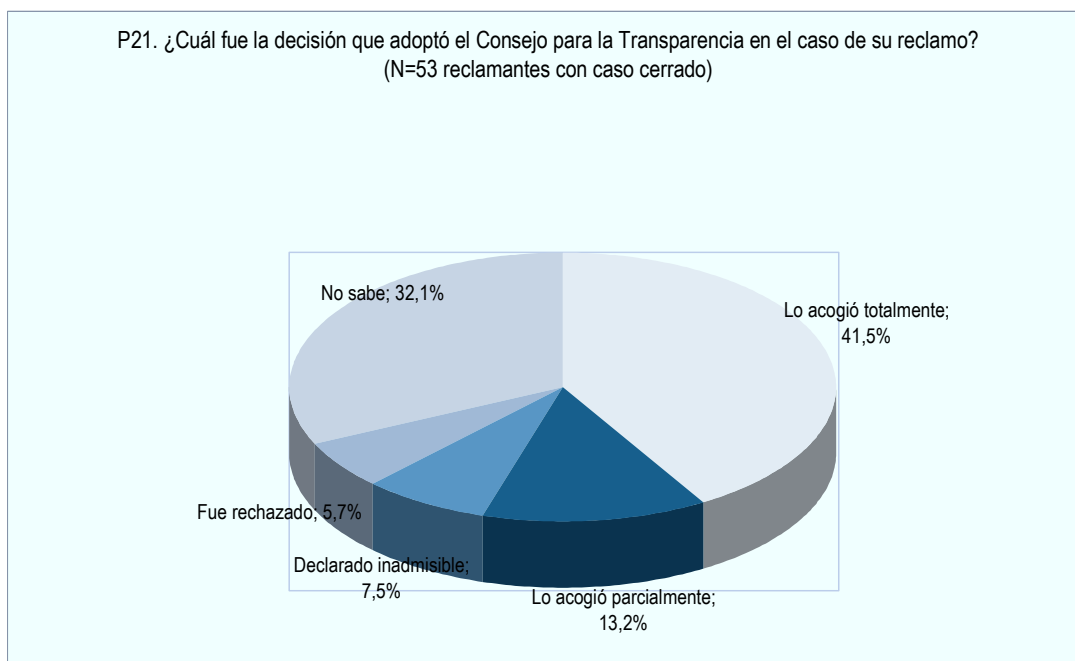
Los reclamantes con caso cerrado que se enteraron de otra forma no especificada, y los que se informaron a través de la página web del CPLT obtienen valores iguales (20,8% cada uno).

Un 17% de los reclamantes con caso cerrado se enteraron que su caso estaba cerrado debido a un llamado telefónico que realizaron al Consejo.

Por último, el 7,5% de ellos se enteró del cierre de su caso al concurrir personalmente al CPLT.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.7 Decisión del Consejo para la Transparencia respecto a su reclamo



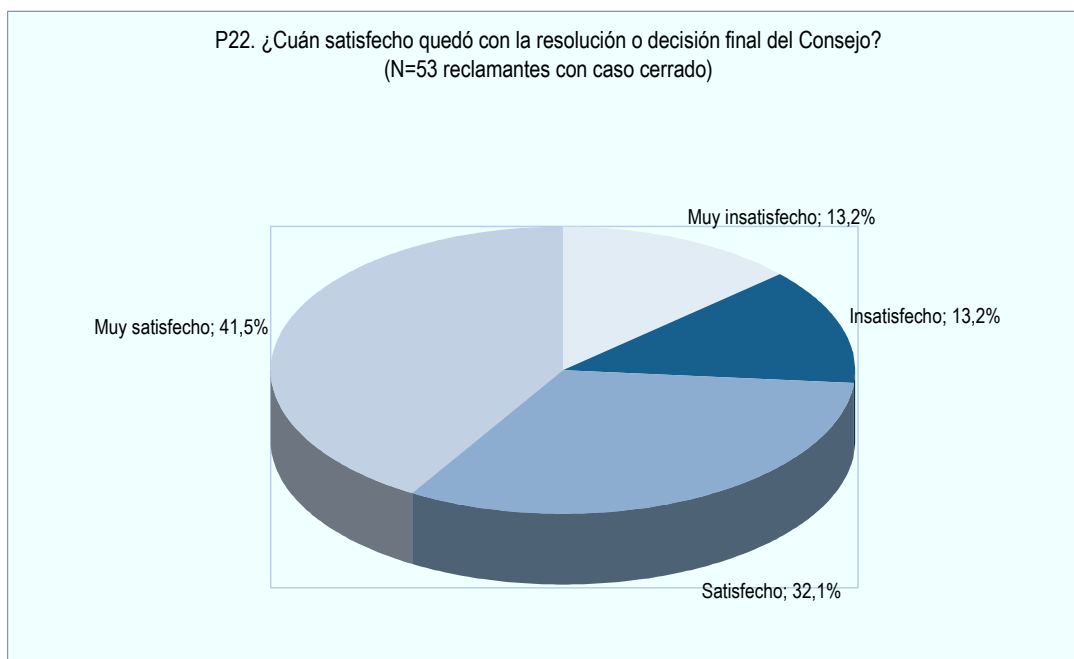
Las dos quintas partes de los reclamantes con caso cerrado (41,5%) reportan que el CPLT acogió totalmente su caso, mientras que el 13,2%) de ellos señala que su caso fue acogido parcialmente por el CPLT.

Un 7,5% de los reclamantes con caso cerrado manifiestan que el CPLT declaró inadmisibile su caso y uno de cada veinte (5,7%) declara que su caso fue rechazado por el CPLT.

Por último, una tercera parte de ellos (32,1%) sostiene que no sabe la decisión que el CPLT adoptó para su caso.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.8 Satisfacción con la resolución o decisión final del Consejo



Cerca de las tres cuartas partes de los reclamantes con caso cerrado se manifiestan muy satisfechos (41,5%) o satisfechos (32,1%) con la resolución o decisión final del Consejo, mientras que la insatisfacción con dicha decisión (suma de insatisfechos y muy insatisfechos) llega 26,4%.

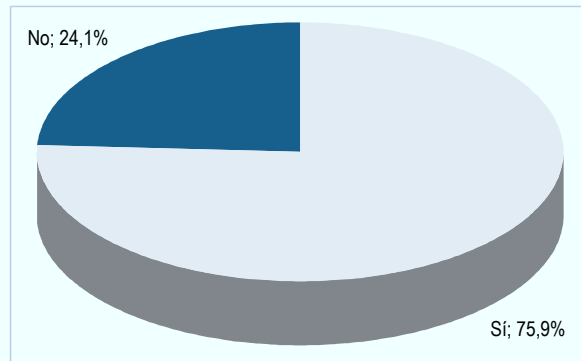
Si bien al aplicar la prueba z, no se registraron diferencias significativas entre los segmentos indicados en el plan de análisis original, aparecen otras tendencias que resulta de interés consignar.

No obstante que estas tendencias no son estadísticamente representativas, debido al pequeño tamaño de la submuestra de reclamantes con caso cerrado (53 casos), se deja constancia de la principal de ellas⁸. En efecto, la satisfacción con la resolución del CPLT en su grado mayor (41,5% para el conjunto de reclamantes con caso cerrado) se eleva 61,5% entre aquellos reclamantes que reportan que su caso fue tramitado de acuerdo a la forma temprana y alternativa de resolver los reclamos. A la inversa, los insatisfechos y muy insatisfechos con la resolución del CPLT (26,4% para el total) alcanzan al 35% entre los reclamantes cuyo caso no fue tramitado de esa forma.

⁸ Las tablas de contingencia detalladas que dan cuenta de los cruces de variables respectivos, se presentan en el Anexo Digital.

6.5.9 Organismo público le entregó la información solicitada luego de la decisión del Consejo

P23. Luego de la decisión del Consejo para la Transparencia, ¿el organismo público le entregó la información que usted había solicitado?
(N=29 reclamantes con caso cerrado y acogido)

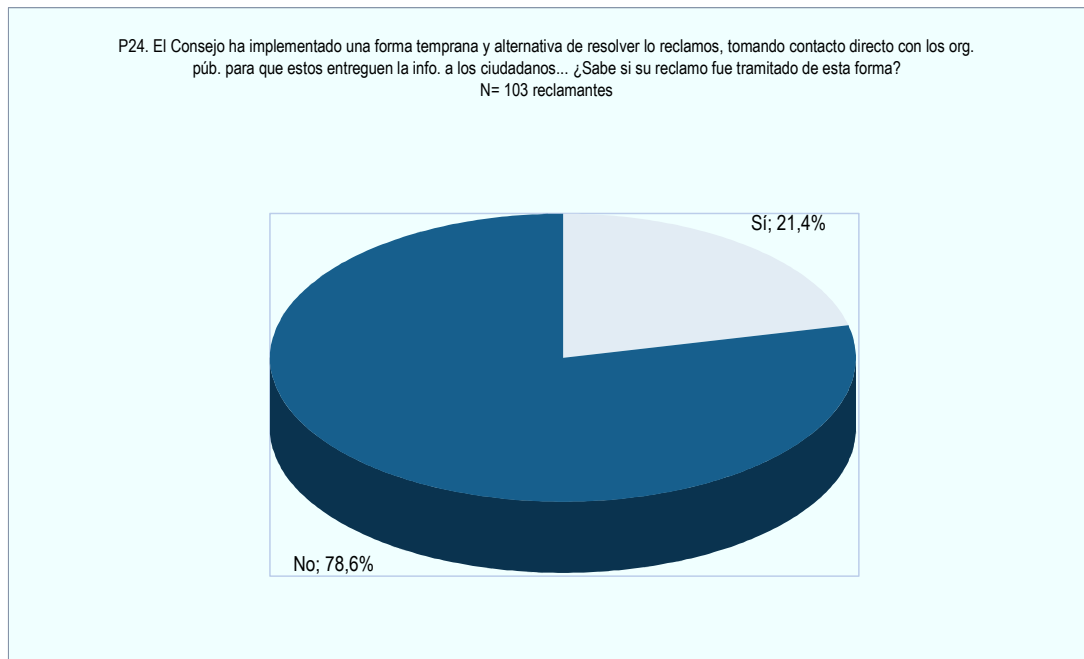


Las tres cuartas partes de los reclamantes con caso cerrado y acogido (75,9%) reportan que el organismo público les entregó la información que había solicitado, luego de la decisión del CPLT, a la vez que el restante 24,1% indica que esa información no le fue entregada.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.10 Reclamos tramitados con mediación

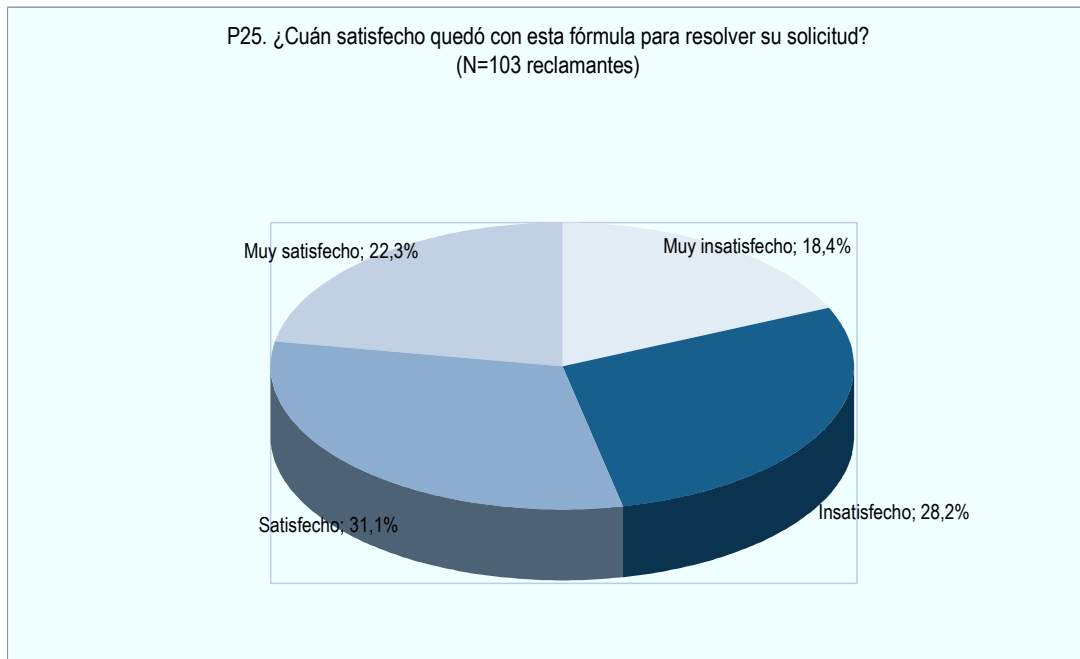
En algunos casos, este Consejo ha implementado una forma temprana y alternativa de resolver lo reclamos llamado mediación o SARC (Sistema Alternativo de Resolución de Casos), el cual consiste en tomar contacto directo con los organismos públicos para que estos entreguen la información a los ciudadanos, pese a habérselas negado originalmente. Una vez que el organismo ha entregado la información solicitada, el Consejo para la Transparencia solicita a sus clientes que se desistan de su reclamo. ¿Sabe si su reclamo fue tramitado de esa forma?



Sólo la quinta parte de los reclamantes (21,4%) sabe si su reclamo fue tramitado de acuerdo al Sistema Alternativo de Resolución de Casos. La gran mayoría de los reclamantes consultados (78,6%) ignora si su caso fue tramitado según este sistema alternativo

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

6.5.11 Satisfacción con la tramitación de su caso a través de mediación.



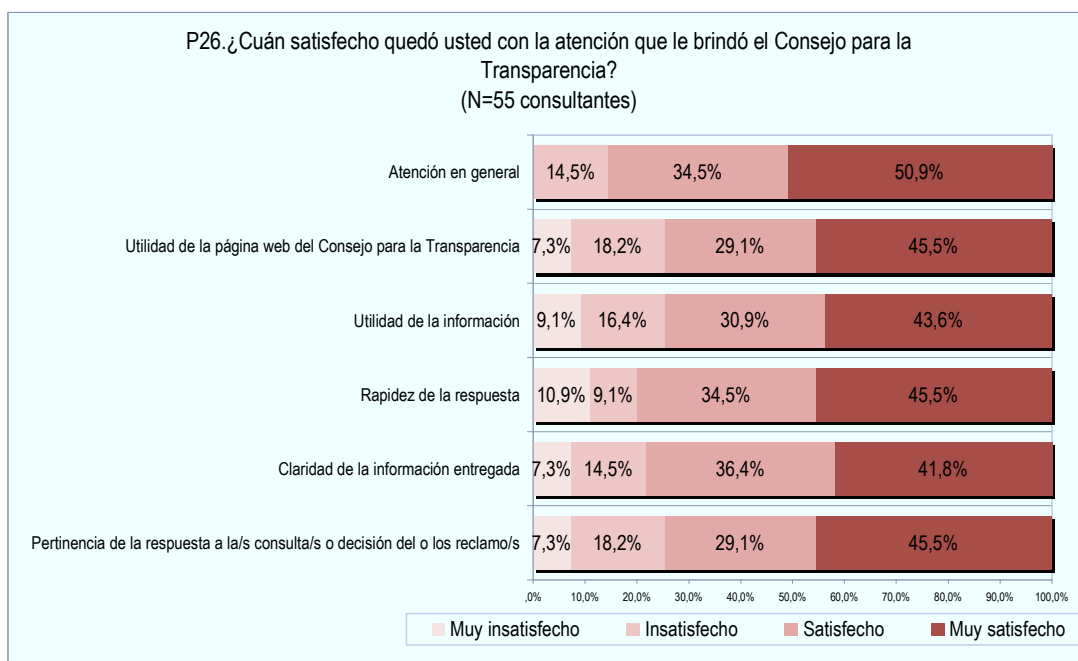
Más de la mitad de los reclamantes (53,4%) se manifiestan muy satisfechos y satisfechos con la resolución o decisión final del Consejo, en relación a su caso, mientras que un 46,6% manifiesta distinto grado de insatisfacción frente a la forma del CPLT de resolver su solicitud.

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z.

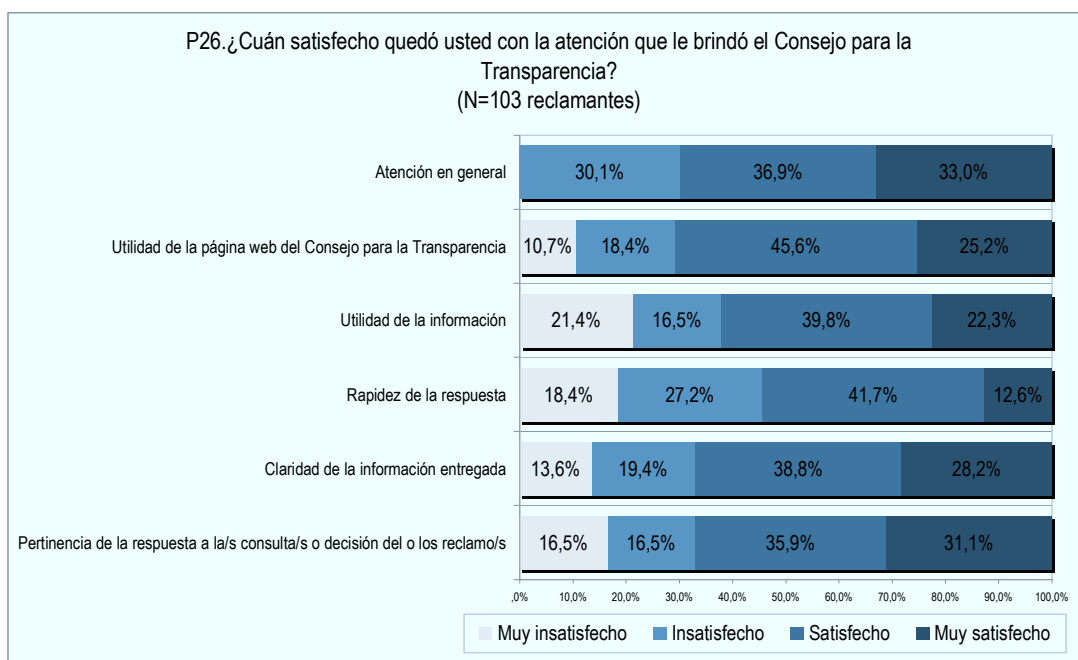
6.6 Satisfacción y Evaluación Global

6.6.1 Satisfacción con el servicio entregado por Consejo para la Transparencia

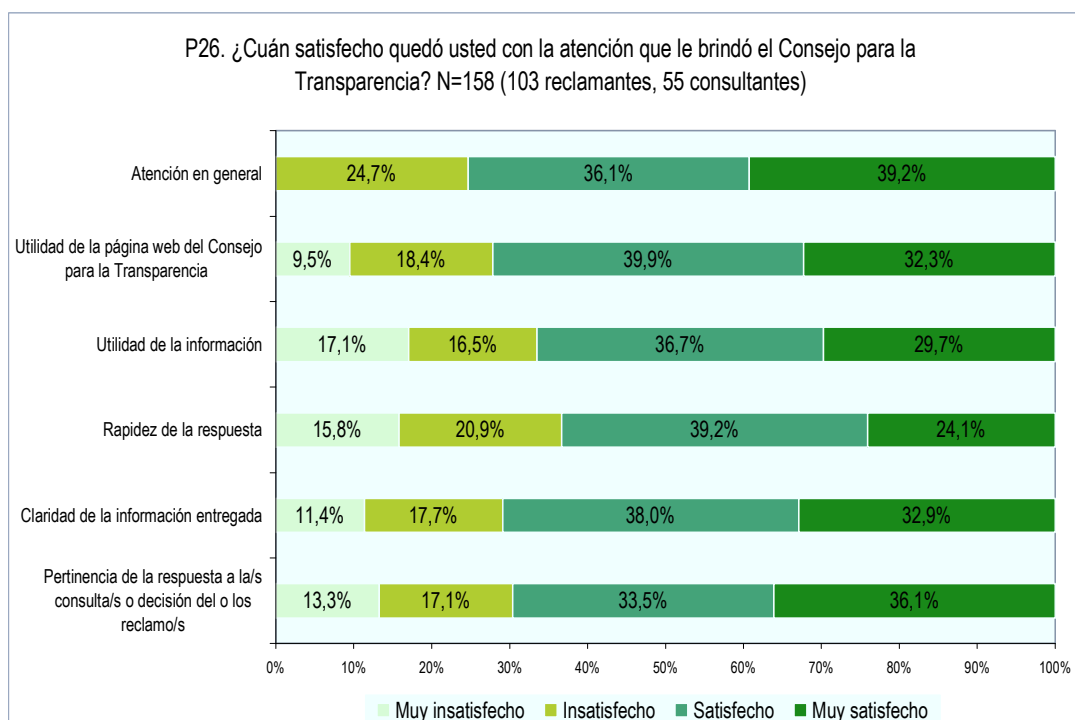
El gráfico siguiente muestra los resultados obtenidos entre consultantes



El gráfico siguiente muestra los resultados obtenidos entre reclamantes



El gráfico siguiente muestra los resultados obtenidos para ambos segmentos de clientes (consultantes y reclamantes)



Se aprecia una tendencia claramente positiva en cuanto a la satisfacción con la atención brindada por el CPLT. Es así como la atención general se eleva por sobre las tres cuartas partes de clientes satisfechos (39,2% muy satisfechos y 36,1% satisfechos).

Sin embargo, ninguno de los aspectos específicos alcanza ese porcentaje. Dichos aspectos fluctúan entre el 63,3% (rapidez de la respuesta) y el 72,2% (utilidad de la página web) de clientes satisfechos y muy satisfechos.

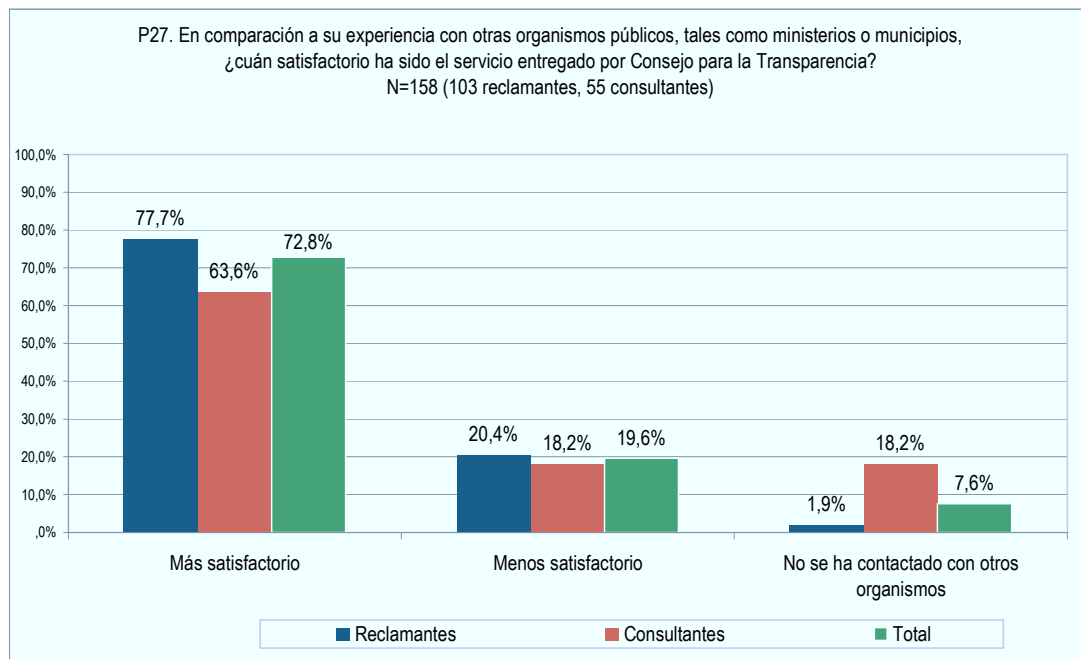
Ahora, se registraron las siguientes diferencias significativas en cada uno de los aspectos sondeados:

- En relación a la satisfacción con la rapidez de la respuesta, los hombres insatisfechos (26,7%) superan significativamente a las mujeres en esa condición (9,4%), mientras que los consultantes muy satisfechos (45,5%) son significativamente más que los reclamantes que se declaran muy satisfechos (12,6%).
- En cuanto a la satisfacción con la utilidad de la información, nuevamente los hombres (21%) están más insatisfechos que las mujeres (7,5%), a la vez que la insatisfacción extrema (muy insatisfechos) es mayor en el grupo etario de 61 años y más (31,6%) que en el grupo de 18 a 30 años (5,1%). Finalmente, los consultantes muy satisfechos con la utilidad de la información (43,6%) superan significativamente a los reclamantes que se reportan muy satisfechos (22,3%).

- La satisfacción con la utilidad de la página web del Consejo para la Transparencia registra una proporción de mujeres muy satisfechas (43,4%) significativamente mayor que la de hombres (26,7%), a la vez que entre los satisfechos, los reclamantes (45,6%) superan a los consultantes (29,1%).
- Finalmente, respecto de la satisfacción con la atención en general, nuevamente los hombres insatisfechos (30,5%) son significativamente más que las mujeres (13,2%), repitiéndose también la tendencia por tipo de cliente; los consultantes muy satisfechos (50,9%) superan significativamente a los reclamantes muy satisfechos (33%).

No se registraron diferencias significativas entre segmentos al aplicar la prueba z en los ítems “pertinencia de la respuesta” y “calidad de la información entregada”.

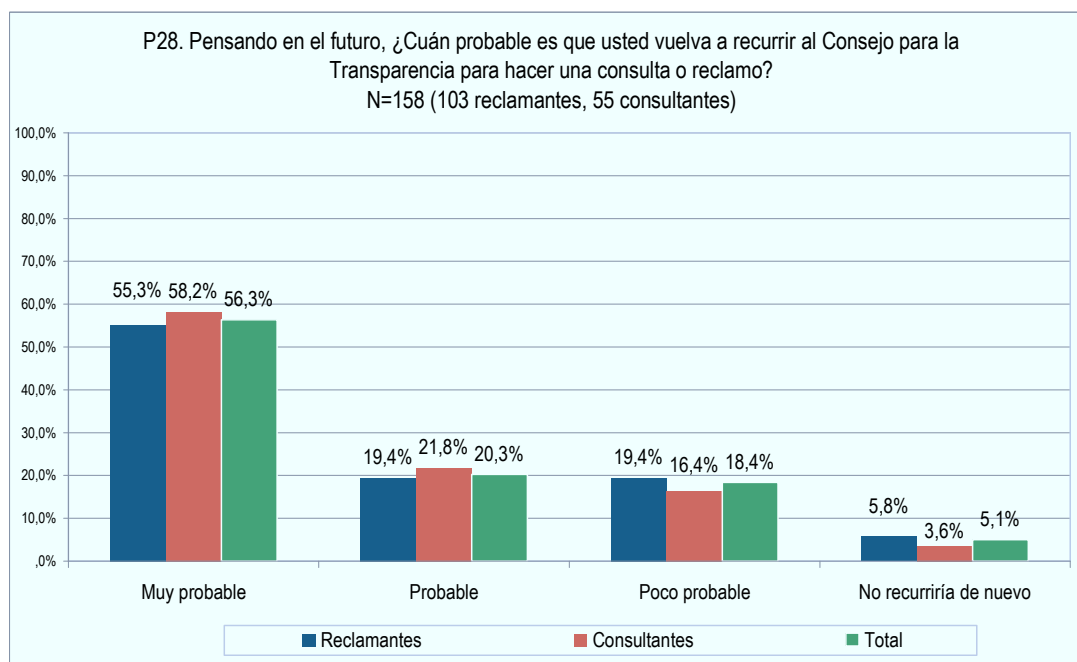
6.6.2 Satisfacción con el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia, en comparación con el entregado por otros organismos públicos



El 72,8% del total de clientes evalúa el servicio entregado por el CPLT como mucho más satisfactorio (42,4%) o más satisfactorio (30,4%) que el recibido en su experiencia con otros organismos públicos. A la inversa, la quinta parte de ellos califica este servicio del CPLT como menos satisfactorio (12%) y mucho menos satisfactorio (7,6%)

En estas evaluaciones, no se registraron diferencias significativas entre consultantes y reclamantes, las que sí aparecen sin embargo, al segmentar a quienes no se han contactado con otros organismos públicos. Es así como el 18,2% de los consultantes aparece en esta situación, en comparación con el 1,9% de los reclamantes.

6.6.3 Probabilidad de volver a recurrir al Consejo para la Transparencia para hacer una consulta o reclamo



Una proporción superior a las tres cuartas partes anticipa que es muy probable (56,3%) o probable (20,3%) que vuelva a recurrir al CPLT para una consulta o reclamo, mientras que el 18,4% de los clientes estima poco probable que ello ocurra y uno de cada veinte clientes (5,1%) lo descarta por completo.

Si bien al aplicar la prueba z, no se registraron diferencias significativas entre los segmentos indicados en el plan de análisis original, aparecen otras tendencias que resulta de interés consignar.

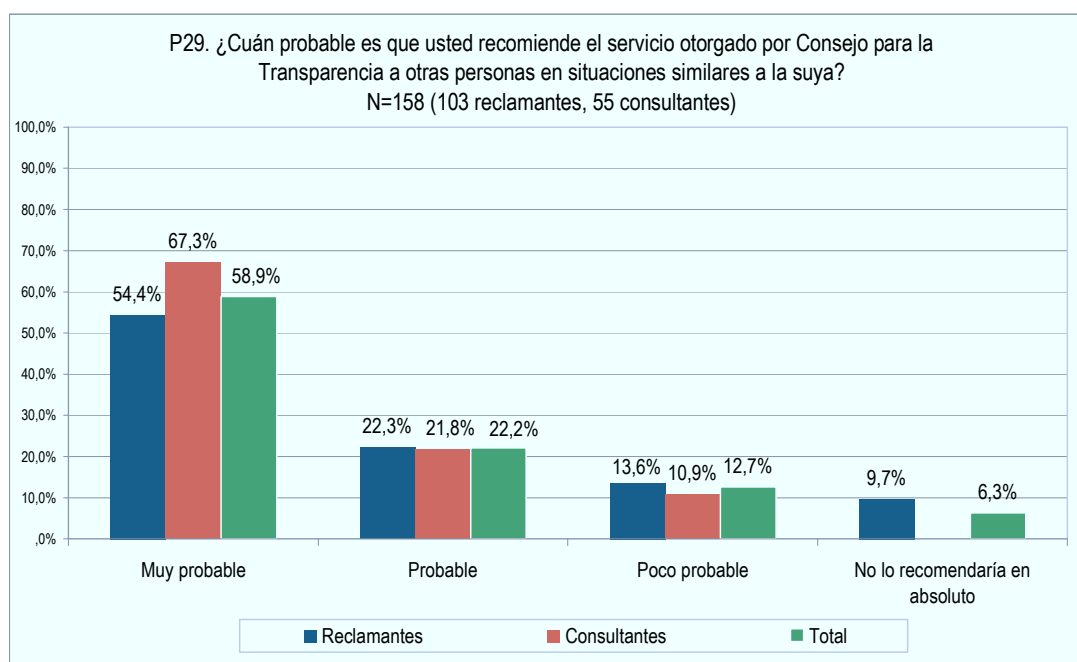
Algunas de estas tendencias no son estadísticamente representativas, debido al pequeño tamaño de la submuestra de reclamantes con caso cerrado (53 casos) que se utilizó como variable independiente respecto a la probabilidad de recurrir nuevamente al CPLT. No obstante, se consigna que la proporción de quienes estiman poco probable recurrir de nuevo al CPLT (18,9% para el total de reclamantes con caso cerrado) se eleva al 57,1% entre aquellos reclamantes cuyo caso fue acogido parcialmente por el CPLT y al 33% entre aquellos cuyo reclamo fue rechazado.

A esta misma submuestra de reclamantes con caso cerrado (53 casos) se le aplicó un cruce que permitiera apreciar la influencia de la satisfacción con la decisión del CPLT en torno a su caso, sobre la probabilidad de recurrir nuevamente a sus servicios. Los resultados muestran que la más alta probabilidad de recurrir nuevamente al CPLT (56,6% para toda la submuestra señalada) se eleva al 68,2% entre los reclamantes muy satisfechos con la decisión final del CPLT sobre su caso. Asimismo, en el otro extremo, quienes anticipan que no recurrirían nuevamente al CPLT constituyen el 7,5% de esta submuestra, proporción que se duplica entre los insatisfechos (14,3%) y los muy insatisfechos (14,3%) con la decisión final del CPLT.

Ahora bien, para la toda la muestra de clientes, el grado de satisfacción con la atención general muestra una correlación con la probabilidad de recurrir nuevamente a los servicios del CPLT. En efecto, quienes anticipan como “muy probable” esta recurrencia alcanzan el 53,6% del total, que asciende al 80,6% entre los clientes muy satisfechos con la atención general recibida en el CPLT. Por su parte, quienes señalan que es poco probable que acudan de nuevo al CPLT llegan al 18,4% del total y suben al 41% entre los clientes insatisfechos con la atención general recibida en el CPLT. Finalmente, uno de cada 20 clientes (5,1%) reportó que no recurriría al CPLT, respuesta que se cuadruplica (20,5%) entre los insatisfechos con la atención general del CPLT⁹.

⁹ Las tablas de contingencia detalladas que dan cuenta de los cruces de variables respectivos, se presentan en el Anexo Digital.

6.6.4 Probabilidad de recomendar el servicio del Consejo para la Transparencia a otras personas



Una proporción superior a las cuatro quintas partes anticipa que es muy probable (58,9%) o probable (22,2%) que recomiende el servicio otorgado por el CPLT a otras personas en situación similar a la suya, mientras que el 12,7% de los clientes estima poco probable que ello ocurra y el 6,3% de ellos no lo recomendaría en absoluto. Cabe destacar que esta última posición se concentra sólo en reclamantes, sin ningún consultante que la comparta.

Al agrupar las categorías de respuesta en dos (muy probable y probable versus poco probable y no lo recomendaría), se detectan algunas diferencias significativas entre los tramos etarios extremos al aplicar la prueba z. Es así como las respuestas “muy probable y probable” que alcanza el 81% del total, asciende al 92,3% en el grupo de 18 a 30 años y desciende al 63,2% en el grupo de 61 y más años. A la inversa, las respuestas “poco improbable” y “no lo recomendaría” que suman el 19% para el total de la muestra, se elevan al 36,8% en el grupo etario mayor y caen al 7,7% entre los más jóvenes.

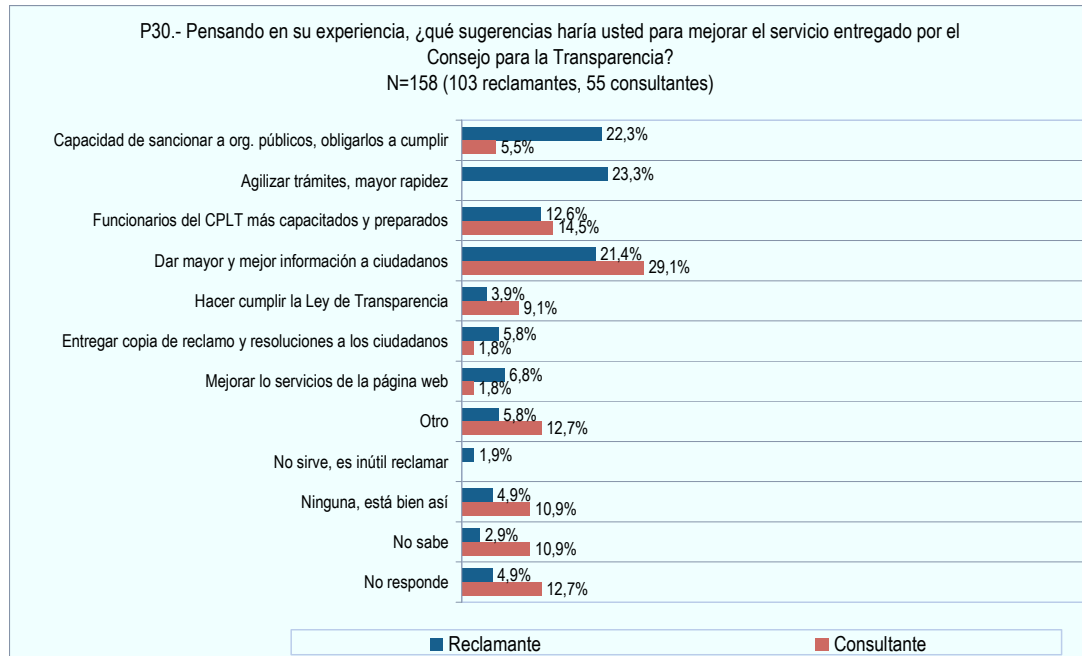
Aparecen otras tendencias que resulta de interés consignar, al margen del plan de análisis originalmente diseñado. Algunas de tendencias tampoco son estadísticamente representativas, debido al pequeño tamaño de la submuestra de reclamantes con caso cerrado (53 casos) que se utilizó como variable independiente respecto a la probabilidad de recomendar al CPLT. No obstante, se constata que la proporción de quienes no recomendarían al CPLT (15,1% para el total de reclamantes con caso cerrado) casi se duplica entre los insatisfechos (28,6%) y también entre los muy insatisfechos (28,6%) con la decisión final del CPLT en torno a su caso.

Ahora bien, para la toda la muestra de clientes, el grado de satisfacción con la atención general recibida en el CPLT registra una evidente correlación con la probabilidad de recomendar los servicios del CPLT a otras personas. Es así como, quienes anticipan como “muy probable” esta recomendación alcanzan el 58,9% del total, que asciende al 88,7% entre los clientes muy satisfechos con la atención general recibida en el CPLT. A su vez, los clientes que señalan que es probable que recomienden el CPLT (22,2% del total) se elevan al 35,1% entre los clientes satisfechos. Por su parte, quienes señalan que es poco probable que recomienden al CPLT llegan al 12,7% del total y suben al 33,3% entre los clientes insatisfechos con la atención general recibida en el CPLT. Finalmente, el 6,3% reportó que no recomendaría al CPLT, respuesta que se cuadruplica (25,6%) entre los insatisfechos con la atención general del CPLT¹⁰.

¹⁰ Las tablas de contingencia detalladas que dan cuenta de los cruces de variables respectivos, se presentan en el Anexo Digital.

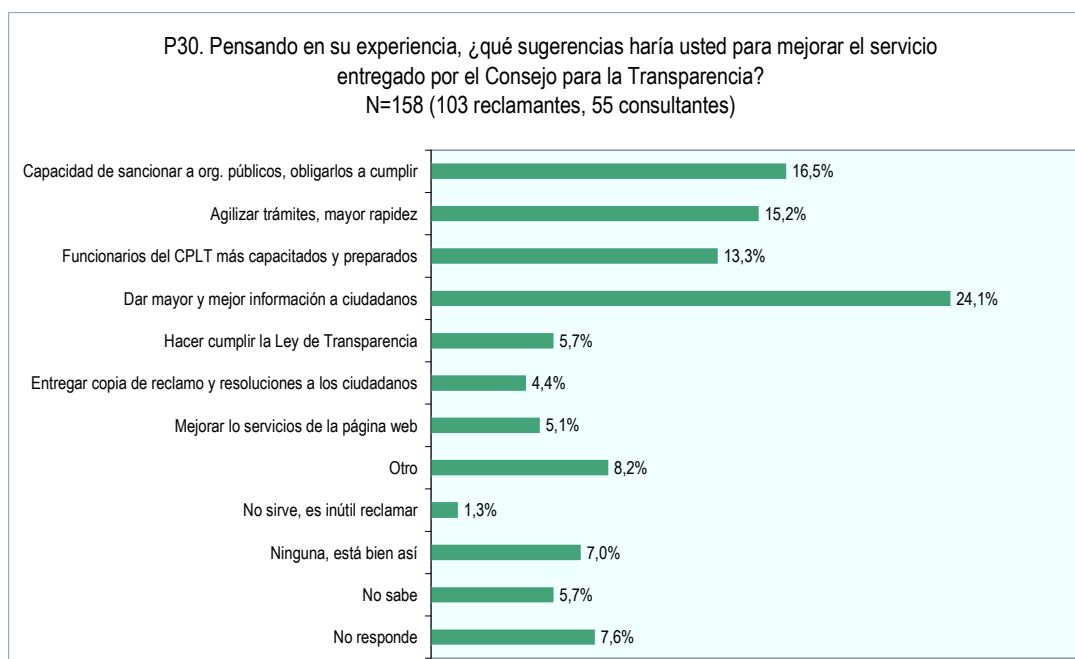
6.6.5 Sugerencias para mejorar el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia

El siguiente gráfico da cuenta de los resultados desagregados por tipo de cliente privado



Nota: Total superior a 100% por respuesta múltiple

El siguiente gráfico da cuenta de los resultados agregados para ambos tipos de clientes privados

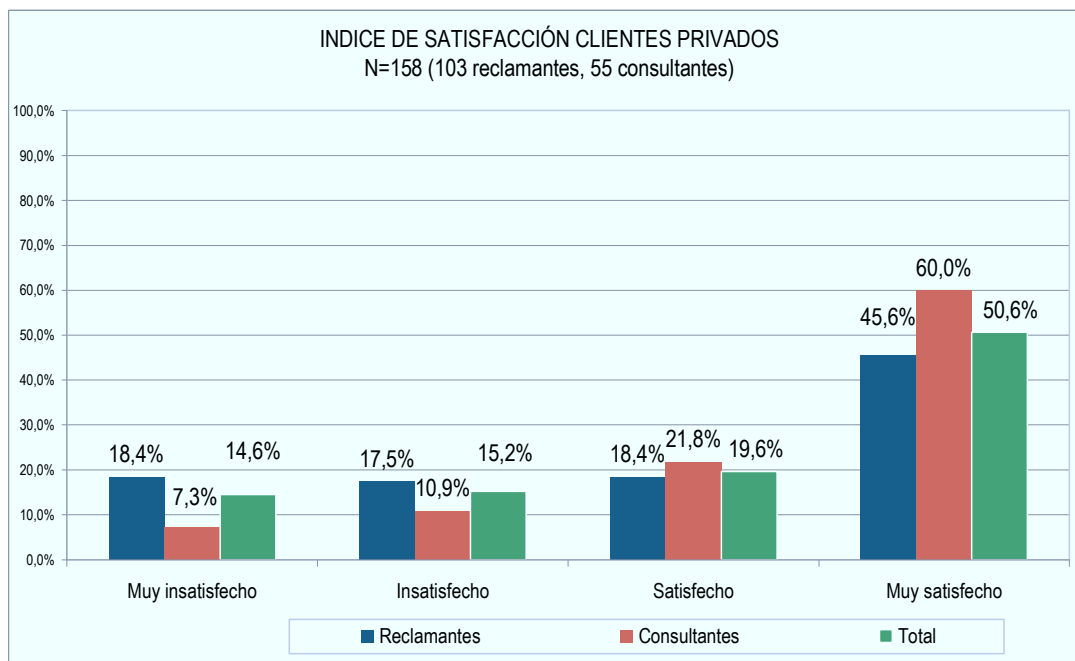


En materia de sugerencias para mejorar el servicio entregado por el CPLT, el primer lugar lo ocupa la entrega de mayor y mejor información al público (24,1%), seguida a gran distancia por otras tres sugerencias: capacidad de sancionar a organismos públicos (16,5%) , mayor agilidad y rapidez en los trámites (15,2%) y mejorar preparación de sus funcionarios (13,3%).

6.7 Índices

6.7.1 Índice de Satisfacción Clientes Privados

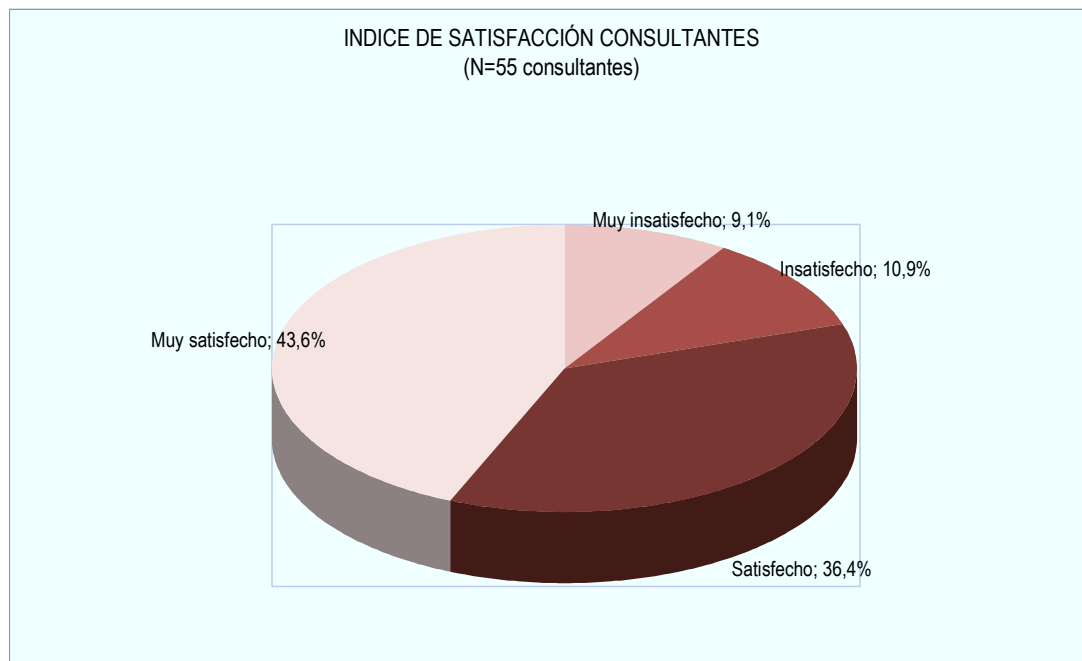
A continuación se presentan los resultados arrojados por los índices construidos para clientes privados.



El 70,6% de los clientes privados se encuentra muy satisfecho (50,6%) o satisfecho (19,6%) con el Consejo para la Transparencia, mientras que el restante 29,8% se manifiesta insatisfecho en algún grado.

Entre los clientes muy insatisfechos (14,6% del total), se aprecia una diferencia significativa entre el grupo etario de 61 años y más (26,3%) y el grupo de 18 a 30 años (2,6%).

6.7.2 Índice de Satisfacción Consultantes



Las cuatro quintas partes de los consultantes se clasificaron como muy satisfechos (43,6%) y satisfechos (36,4%), a la vez que el quinto restante resultó con algún grado de insatisfacción.

Entre los consultantes insatisfechos (10,9% del total), se constata una diferencia significativa entre las personas con educación técnico profesional (33,3%) y aquéllos que alcanzaron la educación universitaria o de post grado (7,3%).

6.8 Análisis Comparativo con Estudio de Opinión año 2009

En esta sección, se ofrece una comparación entre los resultados obtenidos en esta encuesta y aquéllos entregados por las encuestas (una a consultantes y otra a reclamantes) realizadas un año antes por MIDE UC.

Se comparan sólo los resultados de aquellas preguntas formuladas de manera similar y con las mismas alternativas de respuesta en ambas instancias (aunque no necesariamente idénticas). Todas las comparaciones están encabezadas por el fraseo de la respectiva pregunta en la última encuesta, consignándose las diferencias de fraseo o de categorías de respuesta, en una nota al final del cuadro comparativo.

En primer lugar, se consignan los resultados comparados de las preguntas comunes para consultantes y reclamantes. A continuación, se ofrecen las comparaciones para las preguntas específicas, primero de consultantes y luego de reclamantes.

Finalmente, para facilitar la lectura de los cuadros comparativos, en la columna correspondiente a los resultados de la última encuesta, se destacan con una flecha de color azul los ascensos y en color rojo los descensos.

6.8.1 Comparación de Preguntas Comunes

a) ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia?

Rapidez de la respuesta

Categorías de Respuesta	Consultantes		Reclamantes		Ambos	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Muy Satisfecho	41,9	45,5	15,5	12,6	26,7	24,1
Satisfecho	46,5	34,5 ↓	22,4	41,7 ↑	32,7	39,2 ↑
Insatisfecho	7,0	9,1	29,3	27,2	19,8	20,9
Muy Insatisfecho	4,7	10,9	32,8	18,4 ↓	20,8	15,8
Total %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total N	N=43	N=55	N=58	N=103	N=101	N=158

Nota: La formulación de esta pregunta en la encuesta anterior fue a través de una escala de 4 grados de acuerdo con: "el tiempo de respuesta fue adecuado y oportuno"

Si agrupamos la satisfacción en dos grandes grupos: satisfechos e insatisfechos, se aprecia que, en cuanto a la rapidez de la respuesta recibida, la satisfacción de los clientes privados se incrementa levemente, aunque con diferencias entre consultantes y reclamantes, ya que la satisfacción tiende a disminuir entre los primeros, a la vez que aumenta entre los reclamantes.

Atención en general

Categorías de Respuesta	Consultantes		Reclamantes		Ambos	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Muy Satisfecho	17,0	50,9 	19,0	33,0 	18,0	39,2 
Satisfecho	7,4	34,5 	25,3	36,9 	18,0	36,1 
Insatisfecho	44,4	14,5	31,6	30,1	37,0	24,7
Muy Insatisfecho	31,4	0,0 	24,1	0,0 	27,0	0,0 
Total %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total N	N=54	N=55	N=79	N=103	N=133	N=158

Nota: La formulación de esta pregunta en la encuesta anterior fue a través de una escala de 4 grados de satisfacción con "el servicio entregado por el CPLT"

Por su parte, la evaluación de la atención general del CPLT, que aumenta su nivel de satisfacción en ambos segmentos, con el correspondiente descenso de la insatisfacción, sobre todo en su grado extremo.

b) En comparación a su experiencia con otros organismos públicos, tales como ministerios o municipios, ¿cuán satisfactorio ha sido el servicio entregado por Consejo para la Transparencia?

Categorías de Respuesta	Consultantes		Reclamantes		Ambos	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Mucho más Satisfactorio	33,3	36,4	26,2	45,6 	29,0	42,4 
Más Satisfactorio	35,9	27,3 	42,6	32,0 	40,0	30,4 
Menos Satisfactorio	15,4	14,5	13,1	10,7	14,0	12,0
Mucho Menos Satisfactorio	15,4	3,6 	18,0	9,7 	17,0	7,6 
No me he contactado con otros Organismos Públicos		18,2		1,9		7,6
Total %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total N	N=39	N=55	N=61	N=103	N=100	N=158

La percepción de la experiencia comparada entre el servicio entregado por el CPLT y el otorgado por otros organismos públicos, incrementa su evaluación general a favor del CPLT. Sin embargo, este incremento es más acentuado entre reclamantes que entre consultantes. No se descartar que algunas de estas diferencias puedan deberse a la inexistencia de la categoría "no se ha contactado con organismos públicos" en la encuesta del año 2009.

c) Pensando en el futuro, ¿Cuán probable es que usted vuelva a recurrir al Consejo para la Transparencia para hacer una consulta o reclamo?

Categorías de Respuesta	Consultantes		Reclamantes		Ambos	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Muy Probable	52,8	58,2	52,4	55,3	52,6	56,3
Probable	26,4	21,8	17,9	19,4	21,2	20,3
Poco Probable	15,1	16,4	17,9	19,4	16,8	18,4
No recurriría de nuevo	5,7	3,6	11,9	5,8	9,5	5,1
Total %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total N	N=53	N=55	N=84	N=103	N=137	N=158

En este ámbito, las tendencias se mantienen relativamente estables

d) ¿Cuán probable es que usted recomiende el servicio otorgado por Consejo para la Transparencia a otras personas en situaciones similares a la suya?

Categorías de Respuesta	Consultantes		Reclamantes		Ambos	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Muy Probable	51,9	67,3 ↑	51,2	54,4	51,5	58,9 ↑
Probable	28,9	21,8 ↓	22	22,3	24,6	22,2
Poco Probable	5,8	10,9	14,6	13,6	11,2	12,7
No lo recomendaría en absoluto	13,5	0,0 ↓	12,2	9,7	12,7	6,3 ↓
Total %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total N	N=52	N=55	N=82	N=103	N=134	N=158

En este ámbito, se constata un leve incremento en la tendencia a disposición a recomendar el servicio del CPLT, más pronunciado entre consultantes.

6.8.2 Comparación de Segmento Consultantes

a) ¿Cuántas veces se ha contactado usted con el Consejo para la Transparencia para realizar una consulta?

	2009 Consultantes	2010 Consultantes
Una vez	39,6	↓ 30,9
Dos veces	28,3	↓ 18,2
Tres o más veces	32,1	↑ 50,9

Se observa un ascenso en la proporción de consultantes que se han contactado tres o más veces con CPLT, con la correspondiente baja de quienes lo han hecho una o dos veces.

b) ¿Cuán fácil fue contactarse con el Consejo para la Transparencia?

	2009 Consultantes	2010 Consultantes
Muy Fácil	42,6	30,9
Fácil	50,0	60,0
Difícil	7,4	7,3
Muy Difícil	0,0	1,8

Nota: Fraseo de la pregunta en encuesta anterior: "Para usted, contactarse con el CPLT para realizar su consulta fue:.....siguen las 4 alternativas"

Si agrupamos las respuestas en dos grandes categorías: fácil y difícil, se constata que las tendencias se mantienen relativamente estables.

c) ¿Cuánto tiempo debió esperar para recibir la respuesta a su consulta?

	2009 Consultantes	2010 Consultantes
Me respondieron el mismo día que realicé la consulta	12,5	↑ 20,0
Me respondieron al día siguiente de realizar la consulta	27,5	↓ 10,9
Me respondieron dos días después de realizar la consulta	25,0	↓ 14,5
Me respondieron en tres o más días después de realizar la consulta	35,0	↑ 45,5
Nunca recibí respuesta		9,1

Nota: Fraseo de la pregunta en encuesta anterior: "Para usted, contactarse con el CPLT para realizar su consulta fue: "¿cuándo le llegó la respuesta a su solicitud?" y no se contempla alternativa "nunca recibí respuesta"

Se aprecia un incremento global en la percepción de demora en la respuesta, aunque se eleva la proporción de clientes que reportan haberla recibido el mismo día en que consultó.

d) Respecto a la respuesta recibida a su consulta, ¿Cuán de acuerdo está usted con?:

	Muy de acuerdo 2009	Muy de acuerdo 2010	De acuerdo 2009	De acuerdo 2010	En desacuerdo 2009	En desacuerdo 2010	Muy en desacuerdo 2009	Muy en desacuerdo 2010
La respuesta que recibí fue clara y precisa	32,5	36,0	52,5	↓ 40,0	12,5	8,0	2,5	↑ 16,0
La respuesta fue coherente con mi consulta	41,5	38,0	36,6	38,0	19,5	12,0	2,4	↑ 12,0
La respuesta cumplió con mis expectativas	26,8	↑ 34,0	36,6	↓ 24,0	22,0	↓ 10,0	14,6	↑ 32,0

La evaluación de la claridad y precisión de las respuestas a las consultas, desciende entre la medición anterior y la actual.

6.8.3 Comparación de Segmento Reclamantes

a) ¿Cuántas veces ha realizado un reclamo ante el Consejo para la Transparencia?

	2009 Reclamantes	2010 Reclamantes
Una vez	57,8	↑ 75,7
Dos veces	14,5	↓ 5,8
Tres o más veces	27,7	↓ 18,6

A la inversa del segmento consultantes, se observa, entre los reclamantes, un descenso en la proporción de ellos que han realizado dos o más reclamos ante el CPLT, con el correspondiente aumento de quienes lo han hecho una vez.

b) ¿Cuál de éstos medios ha utilizado para conocer el estado de su reclamo?

	2009 Reclamantes	2010 Reclamantes
Correo electrónico	48,5	53,4
Teléfono	39,4	32,0
Presencial	21,2	↑ 34,0
Página Web	42,4	↓ 35,0
Ninguno		26,2

Nota: Pregunta de respuesta múltiple en 2010 y de una sola respuesta en cuestionario anterior, que, además, no contempla alternativa "ninguno"

Se detecta un aumento de la concurrencia personal como medio para conocer el estado de su reclamo.

c) ¿En qué estado se encuentra su caso actualmente?

	2009 Reclamantes	2010 Reclamantes
Cerrado	30,2	 51,5
Abierto	60,4	 1,9
No lo conoce	9,4	 46,6

La comparación muestra la casi nula incidencia -en la última encuesta- de casos abiertos, tendencia mayoritaria en el estudio anterior. En el actual, en cambio, los reclamantes se dividen en proporciones muy similares entre los casos cerrados y los que no saben el estado en que se encuentra su caso.

7 RESULTADOS ENTREVISTAS A CLIENTES PRIVADOS

El presente informe da cuenta del análisis de seis entrevistas realizadas a clientes privados del Consejo para la Transparencia, realizadas entre los días 15 y 28 de Diciembre del año 2010.

7.1 Caracterización de los entrevistados

El análisis refiere a seis entrevistas de personas que acudieron al Consejo para la Transparencia desde el ámbito privado; tres de ellos son reclamantes y los otros tres, consultantes. El siguiente cuadro da cuenta de los datos básicos de cada uno/a de los entrevistados/as:

Perfil	Sexo	Edad	Ocupación	Ámbito	Comuna de Residencia	Fecha de la consulta o reclamo
Consultante	F	41	Abogado	Privado	Las Condes	Mayo 2010
Consultante	F	27	Abogado	Privado	Las Condes	Mayo a Noviembre 2010 (varias)
Consultante	M	35	Abogado	Privado	La Reina	2009 – 2010 (varias)
Reclamante	M	35	Historiador	Privado	San Joaquín	9 de julio de 2010
Reclamante	M	62	Jubilado	Privado	Quinta Normal	Noviembre de 2010
Reclamante	F	21	Procurador	Privado	Maipú	Septiembre de 2010

Como puede apreciarse, la mayoría de los entrevistados se desempeña laboralmente dentro del ámbito jurídico, por lo cual han realizado más de una solicitud a algún organismo público durante su ejercicio profesional.

Las acciones de reclamo o consulta se realizaron durante los años 2009 y 2010. Los organismos a los que se solicitó la información o fueron objeto de reclamo son:

- Ministerio del Interior
- Subsecretaría General de Gobierno
- Contraloría General de la República
- Superintendencia de Valores y Seguros
- Superintendencia de Servicios Sanitarios
- Municipalidad de Constitución
- Municipalidad de Curicó
- Municipalidad de Talca
- Municipalidad de Quinta Normal
- Consejo para la Transparencia Monumentos Nacionales
- Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM)
- Servicio Agrícola Ganadero
- Comisión Nacional del Medio Ambiente

Cabe destacar que la distinción entre reclamantes y consultantes enviada por el Consejo para la Transparencia no coincidiría exactamente con lo que señalan los entrevistados respecto a los trámites que ellos reportan haber realizado. Así, un entrevistado indica haber realizado reclamos, no

obstante figura como consultante, y otro, en que el consultante señala que asistió a un cliente como abogado defendiéndolo en la presentación de un reclamo. Para efectos del análisis de la información, se mantuvo la distinción entregada por el Consejo para la Transparencia y no las percepciones de los clientes entrevistados, por lo que, en algunos casos, las respuestas de los consultantes refieren a aspectos que parecieran ser comunes en la presentación de reclamos.

7.2 Fuente de información sobre la Ley de Transparencia

Se destaca que la mayoría de los entrevistados se relacionan al ámbito jurídico por lo cual han accedido a conocer la Ley de Transparencia. Esto se hace más evidente para el segmento de los **consultantes**, todos ellos abogados, con un conocimiento técnico de la Ley de Transparencia.

A pesar de esto, uno de ellos señala haber escuchado de la ley a través de los medios de comunicación: **prensa escrita**.

“Primero por la prensa... escrita” (Consultante)

Luego, especifican la forma en que se enteraron de esta Ley, refiriéndose a:

✓ **Interés por el tema del acceso a la información, principio básico para establecer la Democracia en nuestro país**

“Yo soy abogada y siempre el acceso a la información es uno de los principios básicos para establecer una democracia, entonces hace mucho tiempo que se venía discutiendo la ausencia de esta ley de acceso a la información y que estaba consagrada sólo como un principio general en la normativa chilena, entonces estaba pendiente de eso.” (Consultante)

✓ **Conversaciones con colegas a partir de inquietudes personales.**

“Conversando con abogados acá en la oficina, me dijeron ‘zánjalo de una vez por toda y hazlo vía Ley de Transparencia’. Lo encontré una excelente idea, ahí pesqué la ley y la estudié y supe de qué se trataba.” (Consultante)

✓ **Al enfrentarse a un caso particular donde la Ley de Transparencia estuviera implicada.**

“Ya en concreto, cuando me vi enfrentado a un caso en particular, referido a Acceso de la información.” (Consultante)

En el caso específico de los **reclamantes**, se informaron en su mayoría sobre la Ley de Transparencia por la **información brindada por terceros** que conocían más en profundidad del tema. A este respecto se detalla:

✓ **Por abogado que trabajan en el ámbito del Derecho que conoce de la Ley.**

“Lo supe por un amigo que es abogado que trabaja en el Centro de Promoción de Derechos Humanos de la Universidad Diego Portales (...) me cuenta de esta Ley de Transparencia.” (Reclamante)

A partir de esto, el entrevistado busca mayor información por internet, específicamente en Google, y la página del Consejo para la Transparencia

✓ **Por un Funcionario público**

“Ahí lo supe, en la Intendencia, porque justo la niña me dijo...le expliqué el caso; que ya me lo sé de memoria, porque lo he explicado 10 años; entonces, “sabe”, me dijo...” (Reclamante).

El otro entrevistado, también realiza estudios dentro del ámbito jurídico (Técnico Jurídico), por ende se interioriza de la Ley dentro de su **formación académica**

“En clases” (en Centro de Estudios)” (Reclamante)

7.3 Motivaciones para acceder a los servicios ofrecidos por el Consejo para la Transparencia

Las motivaciones principales que señalan los **consultantes** son **razones laborales**. Dos de los entrevistados, además, señalan interés personal en el tema de acceso a la información pública.

✓ **Motivos laborales**

“Me tuve que meter en forma forzada al cuento, digamos, por mi trabajo.” (Consultante)

✓ **Interés por el tema del acceso a la información.**

“Como te decía, como abogada, el acceso a la información es fundamental para una democracia, y eso es un tema que me interesa” (Consultante)

En el caso de los **reclamantes**, se experimentan problemas con alguna institución pública concebido a la dificultad encontrada para acceder a la información, lo cual generó problemas con la institución pública, luego de recurrir a múltiples instancias previas. Se destaca que en dos de los casos, refieren a problemas que nacen por la vulneración de derechos personales.

“Tuve un problema con la Municipalidad, porque hay un Director de Obra ¡que es un canalla! y...un señor construyó dentro de mi propiedad sin permiso, tomó un pedazo de mi propiedad” (Reclamante).

“Donde yo inspiro el reclamo, porque se trata de situaciones de abuso policial, estamos hablando de situaciones como control de identidad vejatorio, trato humillante, pasando por personas que las cargan con drogas, detenidas por la

Ley 20.000, muchas de ellas están encarceladas, han pasado por situaciones de tortura y de indefensión total” (Reclamante)

7.4 Conocimiento y Evaluación del Consejo para la Transparencia

a) Formas en que se conoció la existencia del Consejo para la Transparencia

El segmento de los **consultantes**, al estar relacionados laboralmente al ámbito jurídico, el conocimiento de la Ley de Transparencia es lo que los conduce a conocer la existencia del Consejo para la Transparencia.

“Como existe este derecho, donde se ejerce, hay un reclamo, existe este Consejo para la Transparencia. O sea, por conocer la ley.” (Consultante)

A partir de lo anterior, profundizaron sus conocimientos sobre el Consejo para la Transparencia, a partir de los siguientes medios:

✓ Por medio de las noticias en la prensa escrita.

“Concretamente El Mercurio o La Tercera, de la prensa...” (Consultante)

✓ Mediante la página Web del Consejo para la Transparencia

“A través de su página Web, hice un seguimiento.” (Consultante)

En el caso de los **reclamantes**, luego que un tercero les habló de la Ley de Transparencia, dos de los entrevistados se interiorizaron de la existencia del Consejo para la Transparencia por su página web. El otro entrevistado lo conoció por medio de un funcionario público, a partir de un problema con un organismo público, en específico una Municipalidad.

“Y en la Intendencia me explicaron que esos eran mis derechos, que yo podía hacer esas gestiones, ahí me contaron del Consejo para la Transparencia.” (Reclamante)

b) Qué es el Consejo para la Transparencia

Los **consultantes**, dado su mayor manejo técnico del tema, responden con una definición del Consejo para la Transparencia y de sus funciones.

- Definición del Consejo para la Transparencia

✓ Organismo público, autónomo e independiente.

“Órgano autónomo e independiente de los otros poderes del estado, garantiza también la independencia necesaria para cumplir esa función.” (Consultante)

Los **consultantes** describen las funciones del Consejo para la Transparencia como las siguientes:

- ✓ **Garantizar la transparencia y el acceso a la información como un derecho.**
“Cumple un rol importante para proteger la transparencia y el acceso a la información y garantizarlo como un derecho.” (Consultante)
- ✓ **Fiscalizar el cumplimiento del derecho de acceso a la información:**
“Resuelve los reclamos de las personas referidos al acceso a la información.” (Consultante)
“Aterrizan la norma para los casos concretos”. (Consultante)
- ✓ **Dictar directrices en Transparencia Activa**
“Dicta directrices en lo que se denomina Publicidad de (...) Activos, es decir, que los organismos públicos están obligados a entregar cierta información, de manera forzosa, no es necesario que un tercero la solicite. Y en las páginas Web de los servicios se indican cuestiones de Publicidad o de Transparencia Activa.” (Consultante)
- ✓ **Transparentar la función pública y evitar la corrupción.**
“La cosa al final del día es transparentar la función pública y que los ciudadanos, como contribuyentes sobre todo, sientan una forma de evitar la corrupción.” (Consultante)”

En el caso de los **reclamantes**, más que definir al Consejo para la Transparencia, dan cuenta de algunas de sus funciones, además de una evaluación favorable de su existencia.

- ✓ **Entidad que consolida la democracia y el Estado de derecho en nuestro país.**
“Entidades como esta hablan bien de las personas que en este país quieran...construir y consolidar el Estado de Derecho y la Democracia, en esa dirección.” (Reclamante)
- ✓ **Entidad que cumple una función de fiscalización, y permite en esto, empoderar a los ciudadanos.**
“Cumple una función necesaria pero, aún muy limitada, que es fiscalizar, si es que efectivamente nosotros queremos que la ciudadanía se empodere de los derechos fundamentales, que supuestamente tenemos.” (Reclamante)

c) Información solicitada cuando se realizó el reclamo/consulta en el Consejo para la Transparencia

Los entrevistados definidos como **consultantes** realizan las siguientes solicitudes al Consejo para la Transparencia:

- ✓ **Referidas a permisos, escrituras y otras informaciones que no han sido entregadas por algún organismo público.**
“Preguntamos por información que no entregan las municipalidades acerca de permisos, de escrituras, de información pública que no es visible” (Consultantes)

✓ **Referida a procesos participativos.**

“No te la podría categorizar, pero en temas generales por ejemplo, procesos participativos, eso.” (Consultantes)

✓ **Referida a Derecho intelectual de privados que no quiere ser publicado**

“Yo solicité al Consejo para la Transparencia zanjar la naturaleza secreta o no de las obras que están registradas ante el departamento de derecho intelectual, que es derecho de autor, propiamente tal.” (Consultantes)

Este último caso, dista de los anteriores y se refiere a defender a un tercero, un privado, para que se mantenga bajo reserva cierta información, para lo cual consulta al Consejo para la Transparencia

“Me negué para que se entregara la información que había solicitado un tercero.” (Consultantes)

Por su parte, los **reclamantes**, reportan las siguientes acciones:

✓ **Referida a información que Municipio no entregó.**

“La abogada me dijo “claro, pero usted tiene que pedir el documento”, ¿qué documento?, la recepción final, porque es el único documento que avala que las cosas están en regla. Le hice la pregunta el Director de Obras, obviamente no me iba a dar, porque no se iba a comprometer. Y ahí llegué al Consejo para la Transparencia, por la negación del documento público” (Reclamante)

✓ **Referida a información que no entregó Carabineros de Chile ni el Ministerio del Interior.**

“Yo fui a distintas instancias, nadie contestó las preguntas que yo estaba haciendo relacionada a 3 cosas básicas, que era el plan de intervención, cuál era el sustento jurídico, y quiénes eran; en caso de asumir eso; los responsables del proceso... Fui a Carabineros y Ministerio del Interior” (Reclamante)

✓ **Referido a información de privados que no se quiere hacer público.** Este caso, refiere a la defensa de un tercero (privado) para que no sea pública cierta información.

“La SEC, Superintendencia de Electricidad y Combustible, querían ver el expediente completo, nosotros no le queremos presentar todo el tipo de información posible, nosotros estamos quejándonos contra la Superintendencia. Estamos representando a una empresa particular, como Estudio Jurídico” (Reclamante)

d) Opiniones o expectativas sobre el Consejo para la Transparencia antes de efectuar la consulta o reclamo

A los entrevistados les cuesta distinguir entre expectativas previas y cuál fue su experiencia con el Consejo para la Transparencia. En general, todas las expectativas refieren a como sería el desempeño del Consejo para la Transparencia en la tramitación de las consultas y de los reclamos.

Los entrevistados del segmento **consultantes**, señalan:

- ✓ **Bajas expectativas por cierta inhabilidad técnica del Consejo para la Transparencia, por tratarse de un problema específico.**

“La verdad es que no tenía muchas expectativas porque es un problema técnico bien concreto.” (Consultante)

- ✓ **Expectación ante cómo se desarrollaría el proceso**

“Estaba atenta a cómo se iba a desarrollar ese proceso, como iban a cumplir la tramitación de los reclamos.” (Consultante)

Los entrevistados del segmento **reclamantes**, establecen:

- ✓ **No esperaba respuestas efectivas.**

“Tenía muy pocas expectativas a que me dieran, efectivamente, respuesta.” (Reclamante)

- ✓ **Desconfianza al tratarse de un ente estatal.**

“Ninguna. Como todas las instituciones de este país, ninguna, o sea para mí eran parte de lo mismo a lo cual estaba reclamando” (Reclamante)

- ✓ **Sin expectativas por desconocimiento.**

“No, es que no sabía mucho en realidad, no podía tener una opinión negativa ni nada.” (Reclamante)

e) Opinión sobre el Consejo para la Transparencia luego de finalizado el proceso de consulta o reclamo

Ambos segmentos establecen aspectos positivos y negativos a considerar luego de finalizada la consulta o reclamo. Sin embargo, se precisa que los entrevistados consultantes destacan más aspectos negativos que positivos; a diferencia de los reclamantes que valoran en forma más bien favorable la atención recibida por el Consejo para la Transparencia.

Los entrevistados del grupo de **consultantes y reclamantes**, plantean:

	Consultantes	Reclamantes
Opiniones positivas	✓ El personal a cargo es accesible y está disponible durante el proceso (por vía telefónica, correo electrónico y a través de la página web). ✓ El Consejo para la Transparencia toma de decisiones razonadas y fundamentadas	✓ Receptividad a las inquietudes de los ciudadanos y defensa de sus derechos sin importar el status social. ✓ El personal a cargo es accesible y está disponible durante el proceso, ya sea por vía presencial, telefónica y por email. ✓ El Consejo para la Transparencia toma de decisiones en forma autónoma y rigurosa ✓ El Consejo para la Transparencia toma en cuenta aspectos éticos en sus respuestas, como es el tema de considerar los Derechos Humanos.
Citas	<i>“Pude acceder fácilmente a las personas que estaban a cargo de los casos, telefónicamente, correo electrónico.”</i> <i>“Son decisiones razonadas, no caprichosas, no responden a una cosa arbitraria, tú cuando lees las decisiones, hay un fundamento detrás, eso es súper positivo.”</i>	<i>“Positivo porque yo no tengo ningún apellido rimbombante (...) soy un pobre tipo que tiene su propio taller y me recibieron como una persona que tenía derechos y ellos estaban dispuestos a velar por mis derechos.”</i> <i>“Mostraron autonomía, mostraron independencia, mostraron ocuparse, hablaron muy bien, hicieron las preguntas que tenían que hacer y fueron rigurosos.”</i> <i>“Es una respuesta un poco más extensa, que toman en consideración de que es un tema de Derechos Humanos, y toman en consideración que es una situación que habla de la comunidad, que, claro, lo representa una sola persona pero, en este caso yo tengo 50 testimonios de vejaciones y violaciones, hicieron un apartado en relación a eso.”</i>

	Consultantes	Reclamantes
Opiniones negativas	✓ Personal con poca experiencia. ✓ Falta de información actualizada del estado de los casos durante el proceso. ✓ Falta de recopilación de criterios para cuándo ejercer reclamos o no, construir material estandarizado ✓ Falta de definición previa del proceso de mediación ✓ No se establece una sanción para los organismos públicos en relación al no cumplir con los tiempos de entrega de información. ✓ Lentitud en el proceso	✓ Falta de rigurosidad del personal y de ausencia buen trato en un problema particular. • Mayor asesoría e información sobre todo el proceso del reclamo
Citas	<i>“Al personal que está a cargo, quizás, le faltaba experiencia.”</i> <i>“De los casos, cuando tú presentas, podría estar todo subido en la página, tanto las presentaciones que tú hagas, como la de los otros y a su vez, las respuestas del Consejo para la Transparencia, debería estar actualizada cada uno de los expedientes.”</i> <i>“Deberían crear recopilaciones en cuanto a criterios, de una u otra manera saber cuándo tú puedes reclamar y cuándo no, sino que deberían ellos tener ya, por el tiempo que llevan, criterios determinados.”</i>	<i>“Casi entramos en una discusión que no fue agradable, y me dijo, “bueno, eso es lo que a mí me mandaron”, y no era la forma”.</i> <i>“Todo esto era nuevo para mí, entonces no sabía de que se trataba. Llegué y había todo dispuesto con gente bien vestida, y yo llegué así no más, me dijeron si necesitaba un apoderado, dije que no, pero no me explicaron que función o rol cumplía, entonces me quedé un poco solo defendiendo mi postura”</i>

f) **La experiencia con el Consejo para la Transparencia fue mejor o peor de lo esperado**

	Consultantes	Reclamantes
Superior a lo esperado	Evaluación positiva por el buen trabajo realizado	Amabilidad de la atención, la calidad de la información brindada, y la transparencia del accionar.
Citas	<i>“Infinitamente superior, lo que pasa es que uno está acostumbrado lamentablemente a mucha mediocridad en los tribunales, y en general están sobre cargados de trabajo.”</i> (Consultantes) <i>“En general te puedo decir que muy bien, se hizo lo que había que hacer”</i> (Consultantes)	<i>“Bueno, justamente; valga la redundancia; la transparencia con la que...o sea, ellos le hicieron honor al nombre, por lo menos. Claro, porque sin ningún privilegio ni nada, ellos tuvieron una atención a mi caso”. (Reclamantes)</i> <i>“Bien, había antecedentes de prensa escrita, fundamentalmente; que yo había recopilado a partir del año 2001 y ellos lo consideraron también” (Reclamantes)</i>
Acorde a lo esperado	La decisión fue razonable pero con lentitud en el proceso	(no hay respuestas para esta categoría)
Citas	<i>“El procedimiento en sí estuvo bien, la decisión final fue razonada, pero, quizás hubo un poco de lentitud en cuanto al proceso, era como me lo esperaba.”</i> (Consultantes)	
Inferior a lo esperado	(no hay respuestas para esta categoría)	No tiene mayores atribuciones para sancionar a altos cargos como Ministros
Citas		<i>“Esperaba que tuviese más atribuciones como para activar instancias más decisivas, que por lo menos, evidencien si no obliguen alguna sanción, en este caso, a funcionarios públicos como el Ministro del Interior, a lo que uno entendía como ciudadano que es su responsabilidad”. (Reclamantes)</i>

En el caso de los **consultantes**, las opiniones van desde “experiencia acorde a lo esperado” a “muy superior a las expectativas” que se tenían del Consejo para la Transparencia, lo que da cuenta de una satisfacción con el funcionamiento del Consejo para la Transparencia.

En las opiniones de los **reclamantes** se registran mayoritariamente, experiencias mejores de lo esperado. Uno de los entrevistados, en particular presenta una ambivalencia sobre sus expectativas, ya que si bien quedó satisfecho con el proceder del Consejo para la Transparencia, hubiese esperado decisiones más categóricas.

g) Aspecto más negativo o más grave de la experiencia que se tuvo con el Consejo para la Transparencia

Según las experiencias de los **consultantes**, los aspectos más negativos identificados son:

✓ **Falta de información durante el proceso, sólo se obtiene la información al final**

“Durante el proceso hay una etapa de prueba, donde tú puedes aportar antecedentes y esas cuestiones, nosotros las solicitamos en el proceso y no fueron acogidas, y solamente tuvimos la oportunidad de conocer eso en el momento de la decisión final, ahí yo creo que es una cuestión de criterio, en todo caso; pero, hubiese sido favorable para todas las partes, que estas pruebas se rindieran”. (Consultantes)

✓ **Se considera el proceso de mediación con necesidad de ser revisado, ya que a pesar de que un organismo público se demore en su respuesta, el no cumplimiento de esta institución queda sin efecto, si después responden a lo solicitado, sin considerar el retraso.**

“El proceso de mediación, que eso todavía siento que se ve como algo no resuelto, porque un órgano público puede no cumplir el tiempo y de todas maneras va a zafarse en la instancia del reclamo, porque va a entregar la información, a pesar de haber hecho esperar a la persona mucho tiempo y haber actuado de forma negligente.” (Consultantes)

De acuerdo a las experiencias de los **reclamantes**, los aspectos más negativos o graves que tuvieron durante el proceso fueron:

✓ **Falta de información**

“Hay una debilidad importante en relación a la información que pudiese manejar el demandante, sobre todo cuando se trata de situaciones ciudadanas, eso creo.” (Reclamantes)

“Ellos tienen una instancia que no fue ocupada por mí, y que posiblemente se trate de una debilidad, por tanto, de un demandante que de una institución, ellos tienen un apoderado, yo no ocupé ese apoderado; yo no sabía que existía.” (Reclamantes)

✓ **Problemas con los plazos**

“Más allá de unas fechas que se corrían, se corrieron como un mes, un mes y medio, para que lo viera el Concejo Directivo.” (Reclamantes)

✓ **Falta de rigurosidad del personal (en un caso particular).**

“Porque el niño es joven, el servicio es nuevo, yo creo que ellos están...algunos no tienen la dimensión de cuál es la importancia de la institución, yo creo que todavía ellos no están así; por eso le digo; acomodándose, pero bueno eso me llevó a un mal rato en que discutí con el joven.” (Reclamantes)

h) Aspectos más positivos de su experiencia con el Consejo para la Transparencia

	Consultantes	Reclamantes
Aspectos más Positivos	✓ Relación con personal a cargo del proceso ✓ Consejo para la Transparencia sube el estándar en el ámbito público.	✓ La transparencia del accionar respetando a un ciudadano común y corriente ✓ La atención del personal ✓ El considerar aspectos de Derechos Humanos
Citas	<i>“Contacto directo y que los solicitantes, o reclamantes, más bien conocen a la persona que está llevando su reclamo”</i> <i>“El Consejo para la Transparencia subió el estándar de lo que, usualmente, uno revisa como decisión administrativa, aquí hay un proceso detrás, independiente que uno esté de acuerdo o no con lo que dictamina.”</i>	<i>“La transparencia. Claro, porque sin ningún privilegio ni nada, y me atendieron como a cualquier persona de este país”</i> <i>“El que me pudiera atender una persona; aunque sea un abogado; que supiera y que entendiera del tema, no la secretaria, me lo pasaban al tiro. Cuando yo voy para allá me atienden, sin tener hora, súper bien, me gustó mucho.”</i> <i>“Ellos le dieron importancia al tema de los Derechos Humanos, eso es muy importante en este caso”</i>

7.5 Experiencia Previa del Usuario del Consejo para la Transparencia

a) Medio por el cual se solicitó la información o se realizó el reclamo

Las **consultas** las efectuaron por escrito dentro de la **página web** del Consejo para la Transparencia, por escrito llenando el **formulario con un anexo**, y por **vía telefónica**.

Todos los **reclamos** se efectuaron en forma **presencial**. Sólo un entrevistado, previo a elevar su reclamo en forma personal, consultó por la **página web** del Consejo para la Transparencia.

b) Razones para acudir al Consejo para la Transparencia y no a otro organismo.

Como se ha señalado con anterioridad, los entrevistados correspondientes al grupo de **consultantes**, se desempeñan laboralmente dentro del ámbito jurídico, por lo cual sabían que era la instancia legal correspondiente, ya sea para defender información privada de los representados (sector privado), como para solicitar información de un organismo público.

“Está dispuesto por ley, o sea, el tipo reclamó ante el Consejo para la Transparencia y yo tengo que seguir ante esa instancia, no hay otra.”
(Consultantes)

Se precisa que uno de los consultantes, en primera **instancia recurren a los organismos que solicitan la información** (CONAMA, Municipalidades), las que luego no responden por lo que se acude al Consejo para la Transparencia.

“Lo que hemos hecho en ocasiones es interpelar al órgano público que no nos está entregando la información, esto ha sido principalmente con los Municipios, es que fueron varios, el de Talca, Curicó y Constitución, otro caso fue el de la CONAMA.” (Consultantes)

Un entrevistado plantea haber evaluado la posibilidad de recurrir a una instancia más directa con el Ministro de Educación debido a los contactos personales que tiene.

“Una de las cosas que evalué fue un approach más político y pedir audiencia con el Ministro de Educación y conversar con él y podría haber sido efectivo o no efectivo, tenía llegada porque una persona muy cercana conoce al Jefe de Gabinete, entonces podría haberlo hecho”. (Consultantes)

Sin embargo, señala no concretarlo para conocer el funcionamiento de la Ley y del Consejo para la Transparencia como la institucionalidad a cargo, siguiendo el conducto para cualquier persona dentro de la especificidad del tema que aborda la Ley de Transparencia.

“Pero, me pareció hacerlo bien de manera institucional y porque precisamente estamos hablando de un secreto de algo y algo de un organismo público que está reclamando secreto respecto de ciertos antecedentes, y es precisamente el ámbito de la Ley de Transparencia... quise tener la experiencia como un ciudadano común” (Consultantes)

En el caso de los **reclamantes**, se especifica que todos acuden por indicaciones de terceros, aludiendo a que la situación que debían defender ameritaba como organismo pertinente, ir al Consejo para la Transparencia.

✓ **Asistieron a otro organismo previamente, sin resultados.**

“De hecho, yo he ido a otro organismo. Fui primero a la Contraloría, pero tampoco me fue muy bien al igual que en la Municipalidad (de Quinta Normal)” (Reclamante)

“Primero fui a Carabineros y no quedé satisfecho con la respuesta, luego correspondía al Ministerio del Interior por lo que me asesoraron” (Reclamante)

✓ **Según asesoría de terceros se recomienda como instancia acorde a la situación que se reclama.**

“Es que no te sabría decir, porque eso son órdenes de los abogados, ahí son opiniones personales de ellos que, en realidad, lo ven con el cliente.” (Reclamantes)

“Fue lo que me recomendaron en la Diego Portales, y de acuerdo a lo que averigüé después, era lo que correspondía” (Reclamantes)

c) Medio por el cual se enteran de los procedimientos específicos que se debían realizar para poder presentar su consulta o reclamo ante el Consejo para la Transparencia

Todos los **consultantes** conocen el procedimiento jurídico que se estipula en la Ley, por desempeñarse laboralmente en el área.

✓ **En primer lugar por medio de la Ley.**

“El estudio de la ley, el evento de la ley, es eso” (Consultante)

✓ **Luego, algunos entrevistados especifican, a través de internet y por vía telefónica**

*“Y ya con una cosa más práctica me metí a la página web y llamé por teléfono.”
(Consultante)*

En lo que respecta a la situación de los **reclamantes**, se especifica que ellos fueron **asesorados por terceros** para informarse acerca de los pasos a seguir para llevar a cabo su reclamo, ya sea por: la institución en la que se desempeña laboralmente; por un funcionario público y por un amigo. Se precisa, que fue información previa a la otorgada una vez que se acercan al Consejo para la Transparencia, donde reciben orientación sobre los pasos para continuar con el reclamo.

“Mi amigo me explicó algunas cosas, yo le hice algunas preguntas y él me contestaba (amigo que trabaja en organismo de DD.HH.).” (Reclamante)

“Los abogados son los que lo definieron y me mandaron a iniciar el proceso, ellos me explicaron” (Reclamante)

7.6 Calidad del Servicio

a) Principales dificultades con las que alguien podría encontrarse al ingresar un reclamo o una consulta al Consejo para la Transparencia

	Consultantes	Reclamantes
Principales dificultades	✓ Desconocimiento de los plazos. ✓ No poder presentar reclamos vía electrónica para las personas de regiones	✓ Dificultad para conocer los procedimientos a seguir ✓ Información disponible principalmente vía página web constituye una dificultad para ciudadanos que privilegian otros medios (directos y comunitarios) de acceso a la información. ✓ La utilización de un lenguaje muy técnico ✓ Gasto de dinero para realizar un reclamo por concepto de movilización y documentos que anexar.
Citas	<i>“Quizás los plazos podrían ser más largos, pero eso ya no es tema del Consejo para la Transparencia, es de la Ley.”</i> <i>“Sobre todo en el caso de las regiones, porque ahí muchos de nuestros socios o de la ciudadanía en general que viven en localidades más alejadas entonces significa gastos, pérdidas de tiempo, etcétera, cuando podría ser súper fácil hacerlo vía electrónica.”</i>	<i>“La mayor parte de la información está digitalizada, la gente de los sectores populares tiene una escasa aproximación; habría que generar ciertas instancias como para que la existencia y luego las funciones del Concejo para la Transparencia lleguen a la gente (...) si quieren llegar al ciudadano común y corriente.”</i> <i>“A lo mejor, el tema...lo...a ver, el lenguaje técnico, que alguna gente no entiende; porque es un lenguaje más bien jurídico.”</i> <i>“A mí me pasó que llegué a otra dirección primero, eso es gasto de dinero para cualquier persona, más las fotocopias y todos los documentos, yo tenía esa plata, pero quizás otra persona no la tiene”</i>

Si bien es cierto, todos los entrevistados **consultantes** tienen mayor manejo del tema por su ámbito de trabajo, identifican dificultades que pudiesen tener personas que no conocen mayormente cómo opera la Ley de Transparencia.

En el caso de los **reclamantes**, las dificultades identificadas refieren en términos generales, al acceso a la información respecto del Consejo para la Transparencia y sus procedimientos.

b) Evaluación de la atención brindada por los funcionarios del Consejo para la Transparencia

La atención brindada por los funcionarios del Consejo para la Transparencia es evaluada positivamente por los **consultantes y reclamantes**.

	Consultantes	Reclamantes
Aspectos más Positivos	✓ Los funcionarios que atendieron a los consultantes estuvieron disponibles para responder dudas en forma rápida y oportuna. ✓ Los funcionarios que atendieron a los consultantes fueron acuciosos en su trabajo y realizan un seguimiento adecuado de los casos.	✓ Los funcionarios fueron amables ✓ La atención es rápida y oportuna (vía telefónica y presencial). Destaca la atención por parte de la secretaria y de los abogados.
Citas	<i>“Bien, súper bien. Muchas veces me pasaba que tenía ciertas dudas y llamaba por teléfono o correo electrónico, y me lo respondían oportunamente”</i> <i>“Está bien. Hacen en general un seguimiento directo y acucioso; no ha habido reclamos en que yo no sepa quién es el funcionario encargado de seguir ese reclamo, o sea están en constante comunicación con los reclamantes”.</i>	<i>“Y cuando fui, me atendieron las personas que recepcionan las demandas o apelaciones que son muy amables”.</i> <i>“Es rápida. Y vía telefónica; que de repente (en otras partes) te dejan esperando mucho tiempo; también es súper rápida. Y ellos te responden y te aclaran, si tienes dudas te vuelven a aclarar y si me queda algún tipo de duda me vuelven a responder vía llamada o vía mail”.</i>

Uno de los consultantes sugiere reforzar la plataforma de consultas e incorporar un sistema de comunicación instantánea para realizarlas.

“Quizás debería haber una plataforma de consultas más potentes que se pudiera presentar a través de internet, por mail quizás subiendo el reclamo y quizás algún chat para las consultas” (Consultante)

c) **Evaluación de la experiencia de realización de trámites en el Consejo para la Transparencia.**

	Consultantes	Reclamantes
Aspectos positivos	✓ Satisfacción con el trámite realizado. Se destaca que los procedimientos se realizan de un modo acorde a la ley.	✓ Evaluación positiva acerca de la sensación de ser considerado /escuchado en una instancia como el Consejo para la Transparencia. ✓ Sencillez, honestidad, rapidez y efectividad en la atención y realización de trámites
Citas	<i>“Positiva; como te digo; porque los procedimientos se cumplieron de acuerdo a como está en la Ley (...) me parece que ha funcionado relativamente bien”</i>	<i>“Desde alguien que no tenía confianza ni expectativa, a sentir que era considerado, que lo hacían con rigor, lo evaluó muy positivamente.”</i> <i>“Por la sencillez, por la rapidez, por la transparencia que hay...no sé, encuentro que es súper positivo la evaluación del Consejo para la Transparencia y súper efectivo.”</i> <i>“Por la eficiencia, la honestidad, la rapidez”</i>

	Consultantes	Reclamantes
Aspectos negativos	✓ Se sugiere ampliar el registro digital de las etapas en las solicitudes, en pos de generar una notificación digital cuando corresponda (puesto que en la actualidad se mandarían por correo directo). ✓ Lentitud en el proceso de algunas solicitudes (fundamentalmente el segundo semestre del 2010). ✓ Dificultades en el funcionamiento de la página web.	No se realiza una evaluación negativa por parte de los reclamantes
Citas	<i>“Hay una forma de hacer seguimiento y ahí el sistema digital es un poco escueto o vago (...) Creo que hay que mejorar el sistema de tramitación y las notificaciones hacerlas por e mail”</i> <i>“Yo te diría que los últimos reclamos que hemos presentado, se nota una etapa distinta a lo que fue una primera etapa de tramitación de reclamos, porque en esta segunda parte en el fondo, pareciera ser que la tramitación es más lenta” (en el segundo semestre del 2010)</i> <i>“El Consejo para la Transparencia está teniendo un problema ahora con su página electrónica. Yo he estado intentando saber en qué va alguno y está mala, no acepta el rol, no acepta el nombre, entonces uno no puede saber en qué etapa va su reclamo.”</i>	

d) Aspectos a mejorar por parte del Consejo para la Transparencia respecto a la forma de tramitación de reclamos o consultas

	Consultantes	Reclamantes
Aspectos a mejorar	✓ Se propone mejorar el orden en la tramitación y aumentar la cantidad de información brindada en la página Web. ✓ Se propone generar criterios claros respecto a las distintas consultas. ✓ Se propone mejorar el tiempo de resolución de los reclamos (consultas). ✓ Sistema de seguimiento de los reclamos vía electrónica y generación de copias válidas de las solicitudes realizadas. ✓ Se propone mejorar la información presente y el registro en la plataforma digital.	✓ Se sugiere apoyar a quienes presenten dificultades económicas para acceder a información o a realización de trámites. ✓ Se sugiere tomar medidas para agilizar los procesos, particularmente se propone aumentar las sesiones directivas. ✓ Se sugiere otorgar más facilidades al mismo Consejo para la autonomía en la toma de decisiones.
Citas	<i>“Mayor orden en la tramitación, mayor información que se puede entregar vía página Web”.</i> <i>“Deberían existir criterios más o menos claros (...) de alguna manera eso ayudaría a dar seguridad jurídica a todos los que intervienen, “oye, esta cuestión ya se resolvió en un caso”, y tú; de alguna u otra manera; serviría para evaluar si vale la pena ir o no al Consejo para la Transparencia.”</i> <i>“(Mejorar) El tiempo de resolución de los reclamos”</i> <i>“Para presentar un reclamo uno tiene que presentarlo acompañado de la copia de la solicitud y la copia de la respuesta (...)y lo que pasa es que los sistemas de gestión de solicitud electrónicos, o sea por computador, no siempre te entregan una copia de forma directa. Hay distintos tipos de sistemas, unos te entregan un código, otros un comprobante más detallado”</i> <i>“Sí, hay una forma de hacer seguimiento y ahí el sistema digital es un poco escueto o vago, porque se registran las presentaciones más importantes. Por ejemplo, en este caso concreto, estuvo mi reclamo, el traslado a la DIBAM, la respuesta de la DIBAM y todo eso quedó registrado, como los hitos más importantes dentro de la tramitación, pero después de eso el Consejo para la Transparencia hizo un requerimiento y mandó una carta lo que no está registrado.”</i>	<i>Tener en cuenta algún mecanismo para aquellas personas que no tienen ninguna posibilidad de nada (...) por ejemplo, de dónde proviene la persona que está haciendo la demanda, cuál es la situación socioeconómica”</i> <i>“A lo mejor, de que hayan más sesiones Directivas, porque lo que me pasó con esta fecha en realidad que...claro, por tanta magnitud de reclamo o de...no sé, lo que tengan, se atrasan los reclamos y uno está interesada en una rapidez.”</i> <i>“Darle facilidades a ese organismo, como le digo, que ellos puedan tomar decisiones y no tener que recurrir...porque, como le digo, lo mandaron a la Contraloría.”</i>

e) Grado de conformidad con la decisión final adoptada por el Consejo para la Transparencia respecto de sus reclamos o consultas

A nivel general, los **reclamantes** expresan conformidad respecto de la decisión final adoptada por el Consejo para la Transparencia.

“Es que no podían hacer más, respondieron lo que tenían que responder, ellos no podían hacer más (...) Por eso ellos lo mandaron, bueno, voy a ver, bueno, tengo que ir a seguir eso al Consejo para la Transparencia, ver qué es lo que pasa...lo que pasa, que ese documento que a mí me dieron yo puedo ir con un abogado al Tribunal y demandar al Contralor, demandar a la Municipalidad y demandar a quien se me para, porque la ley no se ha cumplido, ahora, ya no lo dice Juan Pérez.” (Reclamante)

Pese a sentirse conforme con la decisión del Consejo para la Transparencia respecto de sus reclamos, uno de los usuarios refiere que el Consejo para la Transparencia debiese tener facultades más amplias, tales como fijar sanciones.

Se destaca que en el caso de la solicitud de uno de los reclamantes, que no ha recibido una decisión final, encontrándose aún en proceso.

En general los **consultantes** se encuentran conformes con la respuesta final a sus consultas, independiente de que el resultado fuese o no el esperado:

✓ Conformidad con la solución ofrecida y el fundamento de ésta.

“En los que si quedé conforme, es porque la solución es oportuna, bien fundamentada, fue con conocimiento de las partes que están involucradas, de conocer las 2 versiones.” (Consultante)

✓ Conformidad con desempeño del Consejo para la Transparencia, pese a recibir un resultado que no era el esperado.

“En principio no quedé conforme, como te digo, no nos fue bien, a nuestra petición pero, el Consejo para la Transparencia dio sus razones y esas decisiones las vamos a discutir después, en otra instancia judicial y respetamos lo que ellos resolvieron” (Consultante)

✓ Se menciona respecto a casos de Transparencia Activa, cierta disconformidad puesto que no se dictan sanciones.

“Los de Transparencia Activa, sí, el Consejo para la Transparencia acoge los reclamo y a mi parecer es un poco reticente de fijar sanciones a los órganos públicos, los interpela para que cumplan la obligación dentro de plazos, pero no sancionan su ineficiencia y no estoy segura en que hagan un seguimiento en que se cumpla esa resolución”. (Consultante)

f) Principal motivo por el que un cliente puede quedar satisfecho con el servicio del Consejo para la Transparencia

Respecto de este ítem es importante consignar dos tipos de respuestas otorgadas por los clientes privados. En primer lugar, aquellas respuestas que aluden a la **satisfacción actual** con el servicio brindado y recibido por parte del Consejo para la Transparencia. En segundo lugar se precisan respuestas referentes a ámbitos y motivos **posibles** con los cuales un cliente podría (si es que estos estuviesen) quedar satisfecho con el servicio del Consejo para la Transparencia.

Así, respecto a la **satisfacción actual** respecto del servicio brindado por el Consejo para la Transparencia, se destaca lo siguiente:

✓Un fallo bien fundamentado genera satisfacción en el usuario que acude al Consejo para la Transparencia.

“Con un fallo bien fundado, En mi caso perdí, pero quedé feliz, lo encontré genial y ahora estoy siguiendo con la corte porque llegaré hasta las últimas consecuencias porque me parece que es un tema importante de solucionar.”
(Consultante)

✓En el Consejo para la Transparencia se hace valer el derecho de acceso a la información, lo que genera satisfacción en los clientes.

“Porque se entrega la información, que en el fondo funciona el sistema para proteger el derecho de acceso a la información. O sea, esa es la función principal y lo que toda persona que reclama busca en el fondo, conseguir la información que le ha sido denegada o que no le ha sido entregada.” (Consultante)

Asimismo, los **reclamantes** respecto de la **satisfacción actual** señalan:

✓La calidad de la atención brindada en el Consejo para la Transparencia genera satisfacción en los clientes.

“Yo creo que lo principal aquí, es la atención que uno tiene como ciudadano, como Procurador, etcétera. Yo creo que la atención aquí es súper importante y ellos lo cumplen súper bien, en ese sentido, la meta está totalmente superada en la atención.” (Reclamante)

Respecto de los motivos **posibles** (aludiendo a aspectos que debería brindar el Consejo para la Transparencia) con los cuales un cliente quedaría satisfecho con el servicio, destaca que los **consultantes** señalan lo siguiente:

✓Si se entregase mayor información del proceso (en términos de pasos a seguir y cantidad de información), los usuarios quedarían más satisfechos con el servicio del Consejo para la Transparencia.

“Yo creo que durante cada una de las etapas del proceso, estar informado, yo creo que eso, eso sería bueno que se mejorara y la gente estaría más satisfecha. O sea, tú haces una consulta, que te llegue un correo electrónico automático, esto fue recepcionado, si tienes alguna duda te puedes comunicar con esta persona”, o sea, hay ahí un seguimiento...no sé si al cliente pero, al consultante, más estricto.” (Consultante)

A su vez, los **reclamantes** refieren respecto a las condiciones que debería tener el Consejo para la Transparencia para generar satisfacción usuaria:

- ✓ **Se debe brindar durante el proceso información permanente y sistemática acerca del estado de su caso.**

“Yo creo que como pasa, sobre todo, en el sistema judicial, que no es el caso del Consejo para la Transparencia, lo que más importa a la gente es conocer en qué va su caso (...) yo simplemente estoy diciendo que para que la persona quede satisfecha, debe tener alguien que se haga cargo de cumplir con informarle en forma sistemática o permanente, con respecto a su caso y sus posibilidades.”
(Reclamante)

7.7 Difusión y Acceso al Consejo para la Transparencia

a) Evaluación del sitio web del Consejo para la Transparencia

Ambos segmentos (consultantes y reclamantes) coinciden en que debiese otorgarse mayor información para el seguimiento de los casos en el sitio web del Consejo para la Transparencia.

Todos los **consultantes** han visitado el sitio web del Consejo para la Transparencia. Si bien dos clientes señalan una evaluación positiva general, no dan mayores argumentos para ello, centrándose más que nada en aspectos que debiesen mejorarse, los que son:

	Consultantes
Aspectos a mejorar	✓ Falta información actualizada en relación al estado de los casos, lo que dificultaría la realización de un seguimiento adecuado. ✓ Baja cantidad de información respecto de criterios utilizados en la resolución de las consultas. ✓ Falta de flexibilidad – en términos de reglas de validación – para el ingreso o búsqueda de datos.
Citas	<i>“Sí, muchas veces. No está actualizada alguna información (...) sino que está como con un retraso como de 2 meses, entonces, uno trata de hacerle seguimiento a los casos por esa vía pero, sería bueno mayor claridad en la búsqueda tanto de los casos resueltos como de los casos que se están definiendo, o sea, temas de búsqueda”</i> <i>“Sí, y poca información respecto al tema de recopilación de criterios, eso debería tenerse ya. Se han hecho unos boletines pero, los boletines parece que no han mucha continuidad, me he dado cuenta, creo que hubo un boletín ó 2 ó 3, pero, no vi que haya habido una continuidad, lo que recuerdo.”</i> <i>“De repente podría ser quizás menos rígido en términos que si uno no pone el guión es como que no existe el rol de la causa, que sea más fácil de ingresar la información, es como que si es con minúscula... no sé si es el caso, pero que sea más flexible, que reconozca distintos caracteres, que si uno pone guión 99 o si el rol es 669 guión 2010, por ejemplo, entonces información si uno pone guión 10, no funcionaba, o sea que fuera un poco más fácil, que no fuera tan literal.”</i>

	Reclamantes
Evaluación	✓ Se evalúa positivamente el sitio web del Consejo para la Transparencia, puesto que se señala que es claro y organizado.
Citas	<i>“Súper claro, todo súper bien organizado en la página, y bien en realidad.”</i> <i>“Fue fácil también, cuando quería ver mi caso. Pero, repito, yo veo casi todos los días, por un tiempo determinado Internet y uno se tiene que manejar en eso, estoy cierto que muchos no tienen esa posibilidad no más”</i>

b) Conocimiento de noticias respecto del Consejo para la Transparencia

Del grupo de los **consultantes**, uno de ellos refiere conocer noticias recientes respecto del Consejo para la Transparencia, sin embargo, señala no recordar detalles acerca de éstas.

“No me acuerdo, pero algo salió hace poco en el diario que era que el Consejo para la Transparencia estaba decidiendo sobre algo, pero era de contenido, como la jurisprudencia del Consejo para la Transparencia. (...) No me acuerdo exactamente, pero no fue hace mucho, puede haber sido hace 1 mes atrás.”
(Consultante)

Los otros dos clientes consultantes reportan recordar las siguientes noticias:

✓ Noticias en relación a decisiones del Consejo para la Transparencia

“El tema de Registro Civil, el tema de Municipalidades, empresas públicas, Fundación Futuro, sí. Aparecen constantemente noticias de decisiones del Consejo para la Transparencia.” (Consultante)

✓ Casos a través de la prensa de acceso a la información, se cita como ejemplo el caso del joven de la Legua que hizo un reclamo ante el Consejo para la Transparencia.

“Varios han sido a través de los diarios, de casos de acceso a la información (...) ya, el caso del joven de La Legua, el de la reconstrucción.” (Consultante)

Del grupo de los **reclamantes**, dos de ellos refieren no haber escuchado noticias en relación al Consejo para la Transparencia.

El reclamante que sí ha escuchado noticias refiere que son en relación a **resoluciones del Consejo para la Transparencia**.

“Resoluciones del Consejo para la Transparencia, después yo busqué en Internet quiénes eran las personas que estaban ahí, quienes son sus responsables, sus Consejo para la Transparencia.” (Reclamante)

c) Ideas para una campaña de difusión de la Ley de Transparencia

	Consultantes	Reclamantes
Ideas para una campaña sobre Ley de Transparencia	✓ Campaña que tenga difusión en oficinas públicas. ✓ Campaña sencilla orientada a la mayor cantidad de usuarios (en términos de nivel educacional y capacidades). ✓ Campaña descentralizada extendida a todas las regiones del país.	✓ Una campaña formativa en términos de contenido y profundidad. ✓ Realización de actividades de difusión tales como congresos y seminarios en sectores populares. ✓ Una campaña publicitaria en lugares de tránsito masivo y difundida en medios de comunicación, especificando la naturaleza y funciones del Consejo para la Transparencia. ✓ Que tenga un formato y lenguaje cercano para cualquier usuario
Citas	<i>“Como una campaña de información bastante clara en cualquier oficina pública. Cualquier oficina o repartición pública y que esté bajo la competencia del Consejo para la Transparencia.”</i> <i>“Que fuera aterrizada y que fuera en el fondo sencilla y efectiva, que la campaña no sea muy especializada para que en el fondo todas las personas puedan saber, con eso me refiero a personas con distintos niveles educacionales o capacidades, que todos puedan saber que existe este derecho y que pueden ejercerlo.”</i> <i>“Que fuera generalizada, que sea descentralizada, que llegara a las regiones y localidades.”</i>	<i>“Fundamentalmente, traer la formación para que no sea superfluo, ni sea artificial, como son la mayoría de las cosas que en este país abundan.”</i> <i>“Debe estar acompañado de eso más, sugeriría; y quizás lo tiene, lo desconozco; un informe anual, público que esté en un contexto que puede estar en un Congreso o Seminario, y en lugares populares.”</i> <i>“Publicidad en el metro; que lo ve mucha gente; en la tele. De lo que se trata, el Consejo para la Transparencia”.</i> <i>“¡Más cercana claro, porque si usted se pone a tirarle cifras y se pone muy filosófico, muy denso, el gallo se va a aburrir y la va a apagar!, tiene que ser algo cercano.”</i>

d) Recomendaciones que se harían a una persona que necesitara algún servicio del Consejo para la Transparencia.

Los **consultantes** refieren que si una persona necesitase algún servicio del Consejo para la Transparencia, lo orientarían de la siguiente manera:

✓ **En caso de una primera solicitud, hacer una presentación por escrito y llamar por teléfono.**

“En el caso de una primera solicitud de acceso a la información (...) yo lo que haría es una presentación por escrito, aunque he hecho llamadas telefónicas y también funciona, te diría que esos dos medios, el tema de presentación escrito y el tema telefónico.” (Consultantes)

Respecto de esta pregunta, uno de los consultantes, más que orientar en términos de procedimiento, pone como ejemplo la labor realizada en su lugar de trabajo, para dar a conocer la Ley de Transparencia y los procedimientos posibles a realizar respecto de ésta:

“Nosotros lo que hacemos son talleres con estas distintas organizaciones, explicamos la Ley y explicamos precisamente eso: cómo presentar un reclamo, donde presentarlo, qué es lo que hay que poner, cómo ponerlo, súper concreto.”
(Consultantes)

Respecto de su experiencia, los **reclamantes** señalan que si alguien necesitase un servicio del Consejo para la Transparencia, le recomendarían:

- ✓ **Acudir directamente al Consejo para la Transparencia, puesto que se recibe una buena atención y orientación para realizar las solicitudes.**

“Que fuera directamente al Consejo para la Transparencia, porque los abogados son súper amables y yo creo que no tendrían problema en orientarlas, a las personas para saber qué podía hacer allá, en especial.” (Reclamante)

7.8 Sugerencias y Recomendaciones

a) Servicios que podrían serles útiles a otros ciudadanos

Respecto de este ítem, todos los entrevistados se centran en potenciales servicios o mejoras a los servicios actuales en pos de que puedan serles útiles a otros ciudadanos.

	Consultantes	Reclamantes
Sugerencias respecto a Servicios que podrían brindarse y ser útiles a otros ciudadanos	✓ Aumentar la difusión respecto del Consejo para la Transparencia (directrices y criterios) ✓ Intervenir en protección de los datos personales ✓ Asumir funciones de fiscalización a fin de descomprimir la demanda en la Contraloría. ✓ Descentralizar la cobertura y el servicio del Consejo para la Transparencia. ✓ Fortalecer el rol fiscalizador del Consejo para la Transparencia, además del incorporar el establecimiento de sanciones.	✓ Capacitaciones presenciales para la población en sectores populares.
Citas	<i>“Mayor difusión respecto de las direcciones del Consejo para la Transparencia, a los criterios que hay en sus decisiones.”</i> <i>“Que el Consejo para la Transparencia intervenga, en lo que se llama “la protección de los datos personales”, como un área que siempre ha estado relacionada con el acceso a la información, quizás ahí podría...pero, para eso se requiere una reforma legal.”</i> <i>“Quizás se podría descomprimir un poco la contraloría y traspasar alguna funciones de fiscalización con algún rol más activo más que relativo, frente a... pero eso ya es una cirugía mayor.”</i> <i>“De hecho, el Consejo para la Transparencia ojalá pudiera estar con sede en las regiones, no sólo en Santiago.”</i>	<i>“Me gustaría capacitación e información en las poblaciones”</i>

b) Posibilidad de recomendar el Consejo para la Transparencia a algún amigo o familiar

Todos los entrevistados recomendarían el Consejo para la Transparencia a algún amigo o familiar para hacer una **consulta**.

“Porque sin perjuicio que pueda haber una demora por el número de requerimientos, etcétera, siempre existe una decisión final, logra darle una seguridad de que van a responder lo que tu pediste, y segundo que, en principio, de acuerdo a la jurisprudencia del Consejo para la Transparencia hasta ahora, ha sido bastante receptivo respecto a los problemas de los usuarios.”

“Sin duda, ojala que siempre sigan funcionando igual de bien que ahora”

Todos los **reclamantes** entrevistados recomendarían el Consejo para la Transparencia a algún amigo o familiar que requiera información de un organismo público que no le hayan entregado.

“Sí, de todas formas, sí”

“¡Claro, claro!, totalmente coincide con el Consejo para la Transparencia, sí, totalmente”

c) Aspectos que se podrían mejorar del Consejo para la Transparencia y/o la Ley de Transparencia.

	Consultantes	Reclamantes
Oportunidades de Mejora	✓ Aumentar la información presente en la página Web. ✓ Poder presentar consultas y reclamos por vía electrónica ✓ Descentralización del Consejo (en tanto institución) ✓ Se propone modificar la Ley en lo que respecta a las causales de reserva de información ✓ Sistematizar las solicitudes de información ✓ Capacitación a entidades públicas y municipales en torno a la Ley de Transparencia y el Consejo para la Transparencia.	✓ Enfatizar información acerca de las cualidades de los Servicios brindados por el Consejo para la Transparencia ✓ Agilizar la resolución de las solicitudes
Citas	<i>“Se debería mejorar el tema informático, en cuanto a mayor información...”</i> <i>“Los reclamos, que se presenten por vía electrónica.”</i> <i>“El Consejo para la Transparencia que esté descentralizado, esté en las distintas regiones.”</i> <i>“Tiene algunas deficiencias que se refieren a las causales de reserva, que establece que es posible no entregar la información (...) Pero la información debiese entregarse; es información pública que tiene interés público.”</i> <i>“Yo creo que debiera sistematizarse el sistema de gestionar las solicitudes de información y eso ayudaría a que no se pidieran datos personales...”</i> <i>“Falta mucha, mucha capacitación a nivel de órganos públicos y sobre todo en municipalidades.”</i>	<i>“Que la gente use el servicio y para eso tienen que mostrarle cuáles son las cualidades del servicio, qué es lo que es y que la gente vaya.”</i> <i>“A lo mejor, como ciudadana, que se resolvieran más rápido los temas.”</i>

8 SÍNTESIS DE RESULTADOS

A continuación se presenta una síntesis de los principales resultados de clientes privados, combinando cuando existe información disponible, los resultados provenientes de la encuesta con aquellos originados en las entrevistas.

8.1 Solicitudes de Información a Organismos Públicos

El 50,0% de los clientes privados ha realizado una solicitud de información a organismos públicos, desde la entrada en vigencia de la Ley de Transparencia, mientras que un 20,3% ha efectuado entre 2 y 3 y la misma proporción ha efectuado más de 5 solicitudes. Los clientes se dividen en mitades casi idénticas entre quienes se manifiestan satisfechos (50,7%) y los que se declaran insatisfechos (49,3%) con la respuesta recibida de parte del organismo.

Entre quienes no quedaron satisfechos con la respuesta recibida, las dos principales razones de insatisfacción mencionadas son la denegación de la información (23,8%) y la incompletitud de la respuesta (22,5%).

8.2 Experiencia Previa del Cliente

En la fase cualitativa se profundizó en las **razones por las que acudió al Consejo** para la Transparencia y no a otro organismo, al respecto los entrevistados señalan:

Preguntas:	Consultantes	Reclamantes
Razones para acudir al Consejo para la Transparencia	➤ Era la instancia legal correspondiente para el caso atendido ➤ Conocer el funcionamiento de la Ley de Transparencia y del Consejo para la Transparencia	➤ De acuerdo a lo recomendado por terceros (amigo abogado, funcionario público) ➤ Decisión de los abogados en la institución en que trabaja
Otra institución consultada	➤ CONAMA ➤ Municipalidad de Curicó ➤ Municipalidad de Talca ➤ Municipalidad de constitución ➤ Ministerio de Educación	➤ Municipalidad de Quinta Normal ➤ Contraloría General de la República ➤ Carabineros de Chile ➤ Centro de la Promoción de DD.HH. de la Universidad Diego Portales ➤ Ministerio del Interior

Respecto a los medios mediante los que se enteran de los procedimientos específicos que se debían realizar para poder presentar su consulta o reclamo ante el Consejo para la Transparencia, los entrevistados indican:

Consultantes	Reclamantes
➤ Por medio de la Ley de Transparencia ➤ Internet ➤ Vía telefónica	➤ Por asesoría de terceros (amigo, funcionario público) ➤ Consejo para la Transparencia

Las **motivaciones** esgrimidas por los consultantes entrevistados, para acceder al Consejo, se refieren a motivos laborales. Además, uno de los entrevistados agrega que le interesa el tema del acceso a la información pública como pilar fundamental para construir la democracia en nuestro país. Por su parte, los reclamantes se ven motivados a solicitar los servicios del Consejo para la Transparencia luego de experimentar problemas importantes con algún organismo público, en la que sienten que se vulneran sus derechos. Una de las entrevistadas, también lo hace por razones laborales, al trabajar en el ámbito jurídico.

8.3 Conocimiento del Consejo para la Transparencia

A partir de las entrevistas se observan los siguientes **medios a través de los cuales conoció al Consejo para la Transparencia**:

Consultantes	Reclamantes
Por conocimiento de la Ley de Transparencia	Por terceros (amigos, funcionario público)
Consultan internet	Consultan internet
Prensa escrita	Por trabajo

Dichos medios se corroboran en la encuesta respecto a Internet (21,5%), diarios o revistas (13,3%) y luego por contactos con terceros, puntualmente se mencionan en la encuesta Funcionarios de gobierno (12%), como los principales medios a través de los cuales los clientes conocieron el Consejo.

Por otro lado, la **Ley de Transparencia** fue conocida por los clientes por medios similares, en particular, resulta relevante precisar que todos los entrevistados del segmento consultantes trabajan como abogados, por lo que tienen un mayor conocimiento de la Ley dentro de su desempeño laboral, al representar algunos casos dentro del sector privado en este tema. Los medios utilizados para conocer la Ley han sido:

Consultantes	Reclamantes
Prensa escrita	Internet
Conversaciones con amigos abogados	Por terceros (amigo y funcionario público)
Por desempeño laboral	Por estudios

Respecto a los **atributos del Consejo** percibidos por los clientes, la encuesta indica que el Consejo posee una imagen muy favorable entre sus clientes privados. Así, el rasgo de autónomo es mencionado por el 81,6% y transparente por el 76,6%, en tanto que la gestión de calidad (69,0%) y la eficacia (61,4%) también son reconocidas por una importante proporción.

En relación a las **principales funciones** que los clientes privados estiman que debiera tener el Consejo para la Transparencia, en la fase cuantitativa se menciona:

- ✓ Fiscalizar a los organismos públicos para que cumplan con la Ley de Transparencia (70,3%)
- ✓ Resolver reclamos por denegación de acceso a información (58,2%)
- ✓ Dictar instrucciones obligatorias y generales para el cumplimiento de la Ley de Transparencia por los organismos públicos (42,4%)

Opiniones similares son emitidas por los entrevistados, destacándose las dimensiones de fiscalización y dictar instrucciones o directrices para el cumplimiento de la Ley en ambas fases, cualitativa y cuantitativa del estudio. En particular, los consultantes señalan las siguientes funciones:

- ✓ Garantizar la transparencia y el acceso a la información como un derecho.
- ✓ Fiscalizar el cumplimiento del derecho de acceso a la información:
- ✓ Dictar directrices en Transparencia Activa
- ✓ Transparentar la función pública y evitar la corrupción.

Entre los reclamantes, a diferencia de los consultantes, se reportan funciones del Consejo para la Transparencia en términos valorativos:

- ✓ Entidad que consolida la democracia y el Estado de derecho en nuestro país.
- ✓ Entidad que cumple una función de fiscalización, y permite con esto, empoderar a los ciudadanos.

8.4 Trayectoria de la consulta

Los consultantes que se han contactado una vez con el Consejo para hacer una consulta constituyen el 30,9% de ellos, distribuyéndose el resto en forma relativamente homogénea entre los 2, 3, 4, y 5 y más contactos. El 90,9% de los consultantes califica como fácil el proceso de contactarse con el Consejo.

Respecto a las **materias de consulta**, en las entrevistas los consultantes señalan que la información solicitada cuando se realizó la consulta ante el Consejo para la Transparencia fue:

- ✓ Referidas a permisos, escrituras y otras informaciones que no han sido entregadas por algún organismo público.
- ✓ Referida a procesos participativos.
- ✓ Referida a Derecho intelectual de un privado que no se quiere hacer público.

Más de la mitad de los consultantes (54,5%) hizo su última consulta a través de correo electrónico, en tanto que el 34,5% reporta haber concurrido personalmente para efectuarla. En las entrevistas, los medios utilizados son similares:

- ✓ Por escrito llenando formulario (presencial)
- ✓ Consultó por página web
- ✓ Vía telefónica

Respecto a las **principales dificultades** con las que alguien podría encontrarse al ingresar una consulta al Consejo para la Transparencia, los entrevistados indican:

- ✓ Desconocimiento de los plazos.
- ✓ No poder presentar reclamos vía electrónica para las personas de regiones

La **evaluación general de la persona que atendió** a los clientes en el Consejo es ampliamente satisfactoria, destacándose el atributo de amabilidad mencionado por el 96,3% de los clientes. Los otros atributos indagados también obtienen menciones importantes, en particular, interés en su consulta (78,2%), comprensión de la misma (81,8%) y claridad y precisión de las respuestas (80,0%).

Esta evaluación positiva también se reportan en las entrevistas, donde tanto consultantes como reclamantes evalúan positivamente la atención brindada en el Consejo para la Transparencia. Específicamente los consultantes destacan:

- ✓ Los funcionarios que atendieron a los consultantes estuvieron disponibles para responder dudas en forma rápida y oportuna
- ✓ Los funcionarios que atendieron a los consultantes fueron acuciosos en su trabajo y realizan un seguimiento adecuado de los casos.

Cerca de la mitad de los consultantes (45,5%) reporta haber recibido la respuesta a su consulta tres o más días después de haberla formulado, mientras que el 9,1% señala que nunca le respondieron.

No obstante que el 76% de los consultantes expresa su satisfacción con la claridad, precisión y coherencia de la respuesta recibida de parte del Consejo, sólo el 58% de ellos manifiesta que dicha respuesta superó sus expectativas, siendo la incompletitud de la respuesta la principal razón que explica que ella se ubicara por debajo de las expectativas.

De manera similar, los consultantes indican en la fase cualitativa del estudio que se encuentran conformes con la **respuesta final de sus consultas**, destacando como factores relevantes:

- ✓ Conformidad con la solución ofrecida y el fundamento de ésta
- ✓ Conformidad con el desempeño del Consejo para la Transparencia pese a recibir un resultado que no era el esperado.

Sólo uno de los entrevistados menciona, respecto a casos de Transparencia Activa, cierta disconformidad puesto que no se dictan sanciones.

Respecto a una **evaluación más global**, los consultantes entrevistados indican que la experiencia de realización de trámites en el Consejo para la Transparencia fue positiva, pero mencionan aspectos que evalúan negativamente y que consideran se deberían mejorar, entre ellos, el tiempo de respuesta, aspecto vinculado a la demanda de mayor informatización del proceso:

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
✓ Los procedimientos se realizan de un modo adecuado, acorde a la ley. ✓ Acuciosidad en la tramitación de las solicitudes.	✓ Lentitud en el proceso de algunas solicitudes ✓ Dificultades en el funcionamiento de la página web ✓ Se sugiere ampliar el registro digital de las etapas en las solicitudes. ✓ Se sugiere generar notificaciones digitales de las distintas etapas de un proceso. ✓ Se sugiere otorgar más facilidades al propio organismo para la toma de decisiones sin tener que recurrir a otro tipo de instituciones.

En consecuencia con lo anterior, los entrevistados identifican algunas **oportunidades para mejorar** el servicio de tramitación de consultas, específicamente indican:

✓ Mejorar el orden en la tramitación y aumentar la cantidad de información brindada en la página web. ✓ Generar criterios claros respecto a las distintas consultas. ✓ Mejorar el tiempo de resolución de los reclamos (consultas). ✓ Generar un sistema efectivo de seguimiento de los reclamos vía electrónica y generación de copias válidas de las solicitudes realizadas. ✓ Optimizar la información presente y el registro en la plataforma digital

8.5 Trayectoria del Reclamo

El 75,7% de los reclamantes han hecho un solo reclamo ante el Consejo para la Transparencia, siendo la indicación de inexistencia de la información la principal razón de su último reclamo (39,8%), la cual duplica a la segunda razón, que es la denegación de información por parte del organismo público (21,4%). Cabe destacar que sólo un 4,9% de los reclamantes presentó su reclamo con el apoyo o asesoría de un abogado.

Respecto a las **materias de consulta**, en las entrevistas los reclamantes señalan que el reclamo ante el Consejo se refirió a:

✓ Referida a información que Municipio no entregó. ✓ Referida a información que no entregó Carabineros de Chile ni Ministerio del Interior. ✓ Referido a información de privados que no se quiere hacer público.
--

El correo electrónico es el **medio utilizado** por el 53,4% de los reclamantes para conocer el estado de su reclamo, seguido en proporciones muy similares por el teléfono (32,0%), la concurrencia personal (34,0% y la página web (35,0%). Dichos medios coinciden con los indicados por los entrevistados en la fase cualitativa, que indican haber realizado su reclamo a través de:

- ✓ Concurrencia presencial
- ✓ Consultó por página web

En relación a las **principales dificultades** con las que alguien podría encontrarse al ingresar un reclamo al Consejo para la Transparencia, los entrevistados señalan:

- ✓ Dificultad de conocer los procedimientos a seguir
- ✓ Información disponible principalmente vía página web constituye una dificultad para ciudadanos que privilegian otros medios (directos y comunitarios) de acceso a la información.
- ✓ La utilización de un lenguaje muy técnico
- ✓ Gasto de dinero para realizar un reclamo por concepto de movilización y documentos que anexar.

Los reclamantes se dividen en mitades muy similares entre los **casos cerrados** (51,5%) y los que no saben el estado en que se encuentra su caso (46,6%). Respecto de los primeros, el 34,0 se enteró del cierre de su caso a través de una carta que le comunicaba la decisión del Consejo, mientras que proporciones menores se informaron de ello por teléfono (17,0%) o a través de la web del Consejo (20,8%).

Un 41,5% de los reclamantes con caso cerrado reportan que el Consejo acogió totalmente su caso, a la vez que un 32,1% no sabe cuál fue la decisión del Consejo, a pesar del cierre del caso.

Respecto a la satisfacción con la **resolución o decisión final del Consejo**, un 73,6% de los encuestados se considera satisfecho o muy satisfecho con esta decisión. Junto a ello, un 75,9% de los casos cerrados y acogidos reporta que el organismo público reclamado le entregó la información solicitada después de la decisión del Consejo.

Dicha percepción también se reporta en la fase cualitativa, donde los reclamantes expresan conformidad respecto de la decisión final adoptada por el Consejo para la Transparencia. Uno de los usuarios, pese a sentirse conforme con la decisión del Consejo para la Transparencia respecto de sus reclamos, refiere que éste debiese tener facultades más amplias, tales como fijar sanciones.

Un 21,4% de los reclamantes indica que saben que su reclamo fue objeto de una tramitación alternativa o una solicitud del Consejo al organismo público para que entregue la información, pese a la denegación inicial, a continuación de la cual –si es que la información es entregada- el Consejo pide al cliente que desista de su reclamo. Entre quienes tramitaron de esta manera, el 53,4% se manifiesta satisfecho con esta forma de resolver la solicitud.

En general, la **evaluación de la tramitación de reclamos** es positiva, según lo reportado en las entrevistas, donde los reclamantes evalúan positivamente la atención brindada en el Consejo para la Transparencia, en particular, destacan:

- ✓ Los funcionarios tuvieron un trato amable con los reclamantes.
- ✓ La atención es rápida y oportuna (por vía telefónica y presencial). Destaca la atención por parte de la secretaria y de los abogados.

Lo anterior se consolida en fortalezas o aspectos positivos que perciben los reclamantes del Consejo:

- ✓ Se considera y se escucha al cliente.
- ✓ Se destaca la sencillez, rapidez y efectividad en la atención y realización de trámites.

Aún cuando la evaluación es muy positiva, los entrevistados identifican ámbitos de potencial mejoramiento del servicio del Consejo en la **tramitación de reclamos**, al respecto destacan:

- ✓ Se sugiere apoyar a quienes presenten dificultades para acceder a información o a trámites por motivos económicos.
- ✓ Se sugiere tomar medidas para agilizar y no retrasar los procesos, particularmente se propone que se efectúe un mayor número de sesiones directivas.
- ✓ Se sugiere otorgar más facilidades al propio organismo para la toma de decisiones sin tener que recurrir a otro tipo de instituciones.

8.6 Satisfacción y Evaluación Global

Se aprecia una tendencia claramente positiva en cuanto a la **satisfacción con la atención brindada** por el Consejo para la Transparencia. Es así como la atención general presenta un 85,4% de clientes satisfechos y muy satisfechos con el servicio, no obstante que ninguno de los aspectos específicos evaluados alcanza ese porcentaje. Dichos aspectos fluctúan entre el 63,3% (rapidez de la respuesta) y el 72,2% (utilidad de la página web) de clientes satisfechos.

La opinión favorable, también se reporta de manera consistente en la fase cualitativa del estudio, aún cuando se ve matizada y con posibilidad de profundizar en ciertas menciones de los entrevistados. En particular, la **opinión positiva** que los entrevistados poseen del Consejo para la Transparencia luego de finalizado el proceso de consulta o reclamo se sintetiza a continuación:

Consultantes	Reclamantes
✓ El personal a cargo es accesible y está disponible durante el proceso (por vía telefónica, correo electrónico y a través de la página web). ✓ El Consejo para la Transparencia toma de decisiones razonadas y fundamentadas	✓ Receptividad a las inquietudes de los ciudadanos y defensa de sus derechos sin importar el status social. ✓ El personal a cargo es accesible y está disponible durante el proceso ya sea por vía presencial, telefónica y por email. ✓ El Consejo para la Transparencia toma de decisiones en forma autónoma y rigurosa ✓ Consejo para la Transparencia toma en cuenta aspectos éticos en sus respuestas, como es el tema de considerar los DD.HH.

Entre las opiniones desfavorables sobre el Consejo para la Transparencia, se destacan en las entrevistas:

Consultantes	Reclamantes
✓ Falta de rigurosidad del personal y de no buen trato en un problema particular ✓ Mayor asesoría e información sobre todo el proceso del reclamo	✓ Personal con poca experiencia. ✓ Falta de información actualizada del estado de los casos durante el proceso. ✓ Falta de recopilación de criterios para cuándo ejercer reclamos o no, construir material estandarizado ✓ Falta de definición previa del proceso de mediación ✓ No se establece una sanción para los organismos públicos en relación al incumplimiento de los tiempos de entrega de información. ✓ Lentitud en el proceso

Comparativamente con otros organismos públicos, cerca de las tres cuartas partes (72,8%) de los clientes considera que el servicio otorgado por el Consejo es más satisfactorio que el de otros organismos públicos, a partir de su experiencia con ellos.

En relación a lo anterior, cabe destacar que en las entrevistas se observan bajas expectativas previas de los clientes privados hacia el Consejo para la Transparencia, ello puede incidir en que una vez que reciben atención, su evaluación supera la expectativa inicial, y se consolida en una buena evaluación del servicio. Específicamente, las **expectativas sobre el Consejo para la Transparencia** antes de efectuar la consulta o reclamo eran las siguientes:

Consultantes:
✓ Bajas expectativas por cierta inhabilidad técnica del Consejo para la Transparencia, por tratarse de un problema específico.
✓ Expectación ante cómo se desarrollaría el proceso
Reclamantes:
✓ No daría respuestas efectivas.
✓ Desconfianza al tratarse de un organismo estatal.
✓ Sin expectativas por desconocimiento.

Finalmente, la atención recibida en el Consejo para la Transparencia fue en general **mejor de lo esperado**, aún cuando se mencionan experiencias neutras y negativas, las que se detallan a continuación:

Valoración	Consultantes	Reclamantes
Mejor	Muy superior a lo esperado al realizar el trabajo en forma adecuada (no mediocre como funcionan tribunales)	Superior a lo esperado, por la amabilidad de la atención, la calidad de la información brindada, y la transparencia del accionar.
Neutral	Acorde a lo esperado. La decisión fue razonable pero con lentitud en el proceso	(No hay respuestas neutras en los entrevistados)
Peor	(No hay respuestas de evaluación desfavorables en los entrevistados)	Por debajo de lo esperado. No tiene mayores atribuciones para sancionar a altos cargos como Ministros

El 56,3% anticipa que es probable o muy probable que **vuelva a recurrir al Consejo para la Transparencia** para una consulta o reclamo. Por otro lado, un 58,9% indica lo mismo en relación a **recomendar el servicio del Consejo** a personas en situación similar a la suya, lo que corrobora en las entrevistas donde todos los consultantes y reclamantes recomendarían el Consejo para la Transparencia a algún amigo o familiar para hacer una consulta o reclamo.

Pensando en la posibilidad de que otros ciudadanos utilicen los servicios entregados por el Consejo, los entrevistados identifican una serie **recomendaciones que otorgarían si alguna persona necesitara** algún servicio del Consejo para la Transparencia, entre ellas destacan:

Consultantes:
✓ Brindarle información y formación previa a la solicitud.
✓ Se recomendaría realizar una presentación por escrito y llamar por teléfono al Consejo para la Transparencia
Reclamantes:
✓ Acudir directamente al Consejo para la Transparencia, puesto que se recibe una buena atención y orientación para realizar solicitudes.

La aplicación de **Índice de Satisfacción General** con el Consejo muestra que la satisfacción de los consultantes es levemente mayor con 81,8% de clientes satisfechos y muy satisfechos, en tanto que dicha proporción es de un 64,0% entre reclamantes.

En este contexto de favorable evaluación, los entrevistados en la fase cualitativa identifican aspectos positivos y negativos de la **experiencia general** que tuvieron con el Consejo, al respecto señalan:

Experiencias	Consultantes	Reclamantes
Negativas	✓ Falta de información durante el proceso, sólo se obtiene la información al final ✓ Proceso de mediación como algo no resuelto, ya que a pesar de que un organismo público se demore en su respuesta, esto queda sin efecto, una vez que responden a lo solicitado.	✓ Falta de información durante el proceso ✓ Problemas con los plazos ✓ Falta de rigurosidad del personal (en un caso particular).
Positivos	✓ Relación con personal a cargo del proceso ✓ Consejo para la Transparencia sube el estándar en el ámbito público.	✓ La transparencia del accionar respetando a un ciudadano común y corriente ✓ La atención del personal ✓ El considerar aspectos de Derechos Humanos

8.7 Sugerencias de Mejoramiento

Finalmente, en materia de sugerencias para mejorar el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia, el primer lugar lo ocupa la entrega de mayor y mejor información al público (24,1%), seguida a gran distancia por otras tres sugerencias cuyas menciones fluctúan entre el 13 y el 16,5%: Capacidad de sancionar a organismos públicos, mayor agilidad y rapidez en los trámites y mejorar preparación de sus funcionarios.

Estas menciones resultan similares y coherentes con lo indicado por los entrevistados de la fase cualitativa del estudio, particularmente indican al respecto:

Consultantes:	Reclamantes:
✓ Aumentar información acerca de la Ley de Transparencia y el Consejo para la Transparencia en la página web. ✓ Posibilidad de presentar consultas por vía electrónica. ✓ Descentralización de la Institución. ✓ Modificaciones a la ley en relación a las causales de reserva. ✓ Sistematizar las solicitudes de información ✓ Capacitación a entidades públicas y municipales en torno a la Ley de Transparencia y el Consejo para la Transparencia.	✓ Se debe enfatizar la información acerca de las cualidades de los servicios brindados por el Consejo para la Transparencia. ✓ Se debe agilizar la resolución de las solicitudes.

En la fase cualitativa, se profundizó en las sugerencias que los clientes privados pueden realizar para generar una **campaña de difusión de la Ley de Transparencia**. Al respecto, las recomendaciones de los clientes son:

Consultantes:
✓ Campaña que tenga difusión en oficinas públicas ✓ Campaña sencilla orientada a la mayor cantidad posible de usuarios ✓ Campaña descentralizada extendida a todas las regiones y localidades del país.
Reclamantes:
✓ Campaña formativa en términos de contenido y profundidad. ✓ Realización de actividades de difusión en sectores populares. ✓ Campaña publicitaria en lugares de tránsito masivo, y difundida en medios de comunicación masiva. ✓ Campaña con un formato cercano para cualquier ciudadano.

9 CONCLUSIONES

En esta sección se intenta responder, a partir de la información obtenida en las etapas cuantitativa y cualitativa del estudio, fundamentalmente a la pregunta central que guía el estudio, a saber, *¿Cuán satisfechos se encuentran los clientes privados con el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia?*

A ella se suman dos preguntas que se relacionan con los objetivos específicos, en particular,

- *¿Cuáles son las trayectorias de consultas y reclamos de los clientes privados,*
- *¿Cuál es su nivel de satisfacción con la atención recibida?*

Para efectuar un análisis lo más preciso posible en torno a cada una de ellas, se ha procedido de la siguiente manera:

- En primer lugar, se seleccionó un conjunto de preguntas de la encuesta cuantitativa que tienen relación directa con cada uno de los tres temas planteados. Las preguntas seleccionadas en relación a cada tema son las siguientes:

¿Cuán satisfechos se encuentran los clientes privados con la atención recibida y con el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia?	¿Cuál es la trayectoria de las consultas de los clientes privados?	¿Cuál es la trayectoria de los reclamos de los clientes privados?
¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo que realiza una gestión de calidad?	¿Cuántas veces se ha contactado usted con el Consejo para la Transparencia para realizar una consulta?	¿Cuántas veces ha realizado un reclamo ante el Consejo para la Transparencia?
¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo eficaz?	¿Cuán fácil fue contactarse con el Consejo para la Transparencia?	¿Cuál fue la razón por la que presentó el último reclamo?
En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia? Se evalúan 5 aspectos específicos y la atención general	¿Qué medio utilizó usted para efectuar la última consulta?	¿Cuál de éstos medios ha utilizado para conocer el estado de su reclamo?
En comparación a su experiencia con otros organismos públicos, tales como ministerios o municipios, ¿cuán satisfactorio ha sido el servicio entregado por Consejo para la Transparencia?	¿Cuánto tiempo debió esperar para recibir la respuesta a su consulta?	¿En qué estado se encuentra su caso actualmente?
Pensando en el futuro, ¿Cuán probable es que usted vuelva a recurrir al Consejo para la Transparencia para hacer una consulta o reclamo?	¿Cuán de acuerdo está usted con que la respuesta recibida a mi consulta cumplió con mis expectativas?	¿Cómo se enteró que su caso está cerrado?
¿Cuán probable es que usted recomiende el servicio otorgado por Consejo para la Transparencia a otras personas en situaciones similares a la suya?	¿Por qué la respuesta no cumplió con sus expectativas?	¿Cuál fue la decisión que adoptó el Consejo para la Transparencia en el caso de su reclamo?
		Luego de la decisión del Consejo para la Transparencia, ¿el organismo público le entregó la información que usted había solicitado?

- En segundo lugar, se describen las principales tendencias que muestran los resultados de la encuesta para cada pregunta y se identifican los segmentos de clientes que, respecto de cada uno de esos resultados, se ubican por sobre la media registrada en el conjunto de la muestra. Sin embargo, se aclara que la identificación de un segmento de clientes en una determinada respuesta, no significa que ésa sea la tendencia mayoritaria, ni siquiera la modal, de ese segmento. Lo que significa es que el segmento en cuestión se destaca de los otros por sobre la media obtenida para toda la muestra en esa alternativa.
- Finalmente, se elabora una síntesis analítica para cada una de las tres preguntas planteadas.

9.1 Satisfacción de clientes privados con Atención Recibida y Servicio del Consejo

La calidad de la gestión del CPLT es reconocida por el 69% de los clientes privados, mientras que la eficacia es un atributo del CPLT señalado por el 61,4% de ellos. No obstante esta tendencia claramente mayoritaria hacia el reconocimiento de atributos relacionados con la buena calidad del servicio, hemos relevado el perfil de clientes (minoritarios por cierto) que más típicamente le desconocen esos atributos al CPLT. Ellos son:

- Reclamantes
- Personas de 61 años y más
- Personas que trabajan en el sector privado

Ahora, en relación a la satisfacción con aspectos específicos del servicio y de la atención en general, se ofrece el siguiente cuadro resumen

Aspectos evaluados	% de muy satisfechos y satisfechos	% de insatisfechos y muy insatisfechos	Promedio en escala de 1 a 4 puntos
1. Pertinencia de la respuesta a la/s consulta/s o decisión del o los reclamo/s	69,6	30,4	2,9
2. Claridad de la información entregada	70,9	29,1	2,9
3. Rapidez de la respuesta	63,3	36,7	2,7
4. Utilidad de la información	66,4	33,6	2,8
5. Utilidad de la página web del Consejo para la Transparencia	72,2	27,9	2,9
6. Atención en general	75,3	24,7 (*)	3,1

(*) Este porcentaje se refiere sólo a “insatisfechos”, ya que no existen clientes “muy insatisfechos” en este aspecto

Dentro de una tendencia general claramente positiva en cuanto a la satisfacción con la atención brindada por el CPLT, se constata que la atención general se eleva por sobre las tres cuartas partes de clientes satisfechos, con promedio de 3,1, ubicándose la atención en general por sobre todos los ítems específicos evaluados.

Entre ellos, la utilidad de la información y, sobre todo, la rapidez de la respuesta son los únicos que no alcanzan la media de 2,9 obtenida por cada uno de los otros tres aspectos.

Ahora bien, dentro de esta tendencia clara a la satisfacción, conviene resaltar los **segmentos de clientes más típicamente insatisfechos**:

- Reclamantes
- Hombres
- Personas de 61 y más años de edad
- Personas que trabajan en el sector privado
- Desempleados
- Personas del más alto nivel de ingreso

En cuanto a la comparación entre el servicio prestado por el CPLT y el de otros organismos públicos en general, el 72,8% del total de clientes evalúa el servicio entregado por el CPLT mejor (suma de respuestas “mucho más satisfactorio” y más satisfactorio) que el recibido en su experiencia con otros organismos públicos y un 19,6% califica este servicio del CPLT como peor (suma de respuestas “menos satisfactorio” y “mucho menos satisfactorio”).

Dentro de esta tendencia general ampliamente favorable al Consejo para la Transparencia en su comparación con otros organismos públicos, los segmentos de clientes que aparecen como más críticos son:

- Personas de 61 y más años de edad
- Desempleados
- Jubilados
- Personas con educación media
- Personas del más alto nivel de ingreso

En cuanto a la probabilidad de recurrir de nuevo al CPLT para hacer una consulta o reclamo, una nítida mayoría del 76,6% anticipa que es muy probable o probable (20,3%) que vuelva a recurrir al CPLT para una consulta o reclamo, mientras que el 18,4% de los clientes estima poco probable que ello ocurra y uno de cada veinte clientes (5,1%) lo descarta por completo.

En estas últimas dos respuestas, aunque minoritarias, se destacan los siguientes tipos de clientes:

- Personas de 46 años y más
- Personas de nivel de ingreso medio y más alto
- Clientes insatisfechos con la atención general del CPLT
- Reclamantes insatisfechos y muy insatisfechos con la decisión final del CPLT en torno a su caso
- Reclamantes cuyo caso fue acogido parcialmente por el CPLT y reclamantes cuyo reclamo fue rechazado.

Ahora, respecto a la probabilidad de recomendar el servicio otorgado por el CPLT a otras personas en situación similar a la suya, el 81,1% anticipa que es muy probable o probable que lo recomiende, mientras que el 19% de ellos lo estima poco probable o no lo recomendaría en absoluto. Cabe destacar que esta negativa se concentra sólo en reclamantes, sin ningún consultante que la comparta.

En estas últimas dos respuestas (poco probable y no lo recomendaría), aunque minoritarias, sobresalen los siguientes tipos de clientes:

- Reclamantes
- Personas de 46 años y más
- Personas que trabajan en el sector privado
- Personas de nivel de ingreso más alto
- Clientes insatisfechos con la atención general del CPLT
- Reclamantes insatisfechos y muy insatisfechos con la decisión final del CPLT en torno a su caso

Finalmente, el índice de satisfacción de clientes privados que se elaboró sobre la base de las respuestas a todas las preguntas incluidas en este análisis, registra un 50,6% de clientes muy satisfechos, 19,6% satisfechos y 29,8% insatisfechos o muy insatisfechos.

En síntesis, respecto de este primer eje, se puede concluir que una sólida mayoría de los clientes privados del Consejo se encuentra satisfecha, tanto con la atención recibida como con el servicio proporcionado por el CPLT y que esa satisfacción se ubica en niveles más bien altos.

Dentro de la minoría que se muestra insatisfecha, en general o con aspectos específicos de la atención, se repite consistentemente un perfil de clientes que se han contactado con el CPLT para hacer un reclamo, hombres, del grupo etario mayor y que trabajan en el sector privado.

9.2 Trayectoria de las consultas de los Clientes Privados

El 30,9% de los consultantes se han contactado una vez con el CPLT para hacer una consulta, el 18,2% reporta 2 contactos y el 50,9% restante registra 3 o más contactos.

El 90,9% de los consultantes califica como fácil o muy fácil el proceso de contactarse con el CPLT y más de la mitad de ellos consultantes hizo su última consulta al CPLT a través de correo electrónico (54,5%), el 34,5% concurrió personalmente y la novena parte utilizó el teléfono (10,9%) para efectuar su consulta.

El 45,5% de los consultantes indica que recibió la respuesta a su consulta tres o más días después de haberla formulado, seguidos del 20% que recibió la respuesta el mismo día en que hizo la consulta, el 14,5% que reporta haberla recibido dos días después, mientras que el 10,9% la recibió al día siguiente. Finalmente, el 9,1% señala que nunca le respondieron.

Los datos registran un 76% de consultantes satisfechos (suma de respuestas de acuerdo y muy de acuerdo) con la claridad, precisión y coherencia de la respuesta recibida de parte del CPLT; sin embargo, este nivel de satisfacción desciende al 58% respecto a que dicha respuesta cumplió sus expectativas. Es decir, se constata que un 18% de clientes que, no obstante evaluar como clara, precisa y coherente la respuesta, estiman que ésta no estuvo a la altura de lo que esperaban. La explicación se encuentra en que la principal razón de este incumplimiento de expectativas, señalada por el 52,4% de los clientes insatisfechos en este aspecto, es que la respuesta estaba incompleta.

En síntesis, los consultantes se dividen en mitades muy parejas entre quienes han realizado hasta 2 consultas al CPLT y los que lo han consultado 3 o más veces. El proceso de contactarse con el CPLT para este efecto es considerado como fácil por una abrumadora mayoría de clientes privados, independientemente del medio utilizado para tomar contacto, el más frecuente de los cuales es el correo electrónico.

Los consultantes se dividen en mitades casi idénticas entre quienes reportan haber recibido la respuesta entre el mismo día y dos días después y los que señalan que la recibieron 3 o más días después de efectuada la consulta.

Un grupo de consultantes que se muestra satisfecho con la claridad, precisión y coherencia de la respuesta, sin embargo, señala que ella no cumplió con lo esperado, principalmente debido a que dicha respuesta se considera incompleta.

9.3 Trayectoria de los reclamos de los Clientes Privados

Una nítida mayoría del 75,7% de los reclamantes ha hecho un solo reclamo ante el CPLT.

La indicación de inexistencia de la información es la principal razón de su último reclamo (39,8%), seguida a gran distancia por denegación de información por parte del organismo público con el 21,4% de las menciones.

Para los reclamantes, el medio más utilizado para conocer el estado de su reclamo es el correo electrónico (53,4%), seguido por la página web, la concurrencia personal y el teléfono, todos ellos con menciones entre el 32% y el 35%

Los reclamantes se dividen en mitades muy similares entre los que no saben el estado en que se encuentra su caso (46,6%) y aquéllos con caso cerrado (51,5%).

Una carta comunicando la decisión del CPLT es el principal medio por el que los reclamantes con caso cerrado se enteraron del cierre de su caso (34%). Otros dos medios para enterarse de esta decisión (página web y otros medios no especificados) obtienen menciones idénticas (20,8% cada uno), seguidos por un 17% de reclamantes con caso cerrado que se enteraron mediante un llamado telefónico al Consejo.

El 41,5% de los reclamantes con caso cerrado señala que el CPLT acogió totalmente su caso, registrándose una gran dispersión en las otras alternativas (acogido parcialmente, declarado inadmisibile, y rechazado por el CPLT, con un 32,1% que no sabe la decisión que el CPLT en relación a su caso.

El 75,9% de los reclamantes con caso cerrado y acogido reportan que el organismo público les entregó la información que había solicitado, luego de la decisión del CPLT, a la vez que el restante 24,1% indica que esa información no le fue entregada.

En síntesis, este estudio revela un perfil de reclamante que ha hecho un solo reclamo ante el CPLT, motivado principalmente por la inexistencia de la información requerida en el organismo público y, en segundo lugar, por la denegación de información de parte de dichos organismos.

Los reclamantes utilizan una variedad de medios (con leve predominio del correo electrónico) para conocer el estado de su reclamo, aunque la mitad de ellos no sabe en qué estado se encuentra éste.

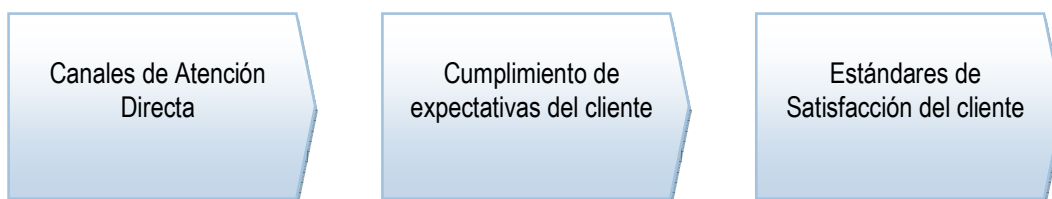
Los reclamantes con caso cerrado se han informado del cierre a través de una diversidad de medios, entre los que se destaca levemente la carta del CPLT comunicando la decisión. Entre este tipo de reclamantes con caso cerrado tienden a predominar aquéllos con caso totalmente acogido por el CPLT, aunque muchos de ellos –informados de que su caso está cerrado- ignoran la decisión del CPLT.

Entre los reclamantes con caso cerrado y acogido, predominan nítidamente aquéllos que recibieron la información solicitada de parte del organismo público y que no le había sido entregada inicialmente.

10 OPORTUNIDADES DE MEJORAMIENTO

El presente estudio para clientes privados, tanto consultantes como reclamantes, y su comparación con un estudio similar realizado el año anterior, da cuenta de varios aspectos que mejoran sustantivamente y otros que se mantienen constantes, aunque ello no implica que se trate de tendencias definitivas, requiriéndose nuevos estudios comparativos para ello.

Para efectos de distinguir e identificar los atributos específicos de la calidad que señala el **Modelo de Atención al Ciudadano/Cliente Privado**, es necesario recordar los siguientes elementos ya señalados en el Marco de Referencia:



- a. **Canales de Atención Directa** a quien consulta o reclama, lo que implica determinar los canales a través de los que el cliente accede al Consejo, y su satisfacción con ellos.

Respecto al medio a través de cual conoció o escuchó hablar del Consejo para la Transparencia, la encuesta realizada no especifica un solo medio predominante, sino más bien varios medios, entre los que se destacan Internet (26%) y diarios y revistas (17,7%), lo que implica que no existe una idea ciudadana claramente predominante sobre el medio utilizado para conocer los servicios que ofrece el Consejo.

Un 90% de los clientes privados encuestados no son abogados, sino particulares lo que sugiere que no se requiere un conocimiento específico en aspectos más bien legales. Además un 69,1% ha recurrido al Consejo más de una vez y solo el 31,9% una sola vez, es decir, quien ya ha acudido al Consejo encuentra que es un instrumento adecuado para resolver u obtener resultados positivos de alguna consulta o reclamo. Por otra parte, más del 90% de los clientes privados consultantes estima que es fácil o muy fácil contactarse con el Consejo. Es también evidente que la manera más utilizada para comunicarse con el Consejo es Internet (54%), seguido por la concurrencia personal (34%).

La recurrencia al Consejo está motivada por denegación de la información de parte de un organismo público, indicación de inexistencia de la información requerida, o inexistencia o incompletitud de la información en la página Web de la institución respectiva. Estos factores se convierten en **barreras de entrada** para el acceso a la información requerida, ante lo cual los ciudadanos acuden al Consejo.

Existirían entonces, facilidades para canalizar la demanda, sin embargo, se sugiere **mejorar la calidad de los formularios o la forma de adjuntar antecedentes en los medios WEB**. Ello requiere introducir avances tecnológicos tanto en el Consejo como en los sitios de los organismos públicos, primero para facilitar la búsqueda de información, y segundo para agilizar y hacer más amigable el ingreso y seguimiento web de reclamos y consultas.

b. Cumplimiento de las Expectativas de quienes consultan o reclaman, es decir si la respuesta final al requerimiento cumplió o no con lo esperado y si le ha servido para sus fines.

Sólo un 9% indica que nunca recibió respuesta a la demanda efectuada. Un 20% recibió respuesta en un día y un 66% en 2 o más días. El 76% manifiesta que la respuesta recibida fue clara, precisa y coherente con lo demandado y un 58% reporta que esta respuesta cumplió con sus expectativas.

Hay que evaluar, entonces, acciones para mejorar este resultado ya que un 52% de quienes no vieron cumplidas sus expectativas manifiesta que la información fue incompleta y otro 19% indica que no confía en el material que le fue proporcionado.

Estos antecedentes apuntan a la necesidad de impulsar mejoras en la **homogenización de la información y normas de presentación de la misma** en las diversas instituciones públicas, en cuanto al tipo de información que debe estar disponible y a la forma en que debiera ser presentada; se trata de promover una real mejora en la estandarización de las publicaciones exigidas por la Ley, para facilitar el acceso de parte de quienes la demanden. Ello también contribuye a acortar los tiempos que un ciudadano pudiera requerir para encontrar una información específica, ya que en algunas instituciones se obtiene la información en sólo algunos minutos, en cambio en otras, se requiere un mayor tiempo.

Aunque esta homogeneización no es una tarea propia del Consejo para la Transparencia, sino que de todos los organismos públicos, su objetivo es facilitar y evitar barreras de acceso a la información.

c. Estándares de Satisfacción de Clientes con los servicios prestados por el CPLT, que corresponde a una percepción global respecto del proceso completo que implica la consulta o reclamo efectuado. Ello tiene directa relación con la calidad de la gestión en la atención al cliente privado. Tal como se señala en el marco de referencia, uno de los factores que inciden en la satisfacción con el servicio recibido, son las expectativas con que el ciudadano concurre a solicitarlo.

En general, todas las cifras referidas a evaluación de la atención y servicio describen un buen nivel de satisfacción de parte del cliente respecto de los servicios prestados. Un 80% estima que el Consejo es autónomo, eficaz, transparente y realiza una gestión de calidad. Sin embargo, en el caso de los reclamantes, la percepción de eficacia baja a un 54%. Un 90% indica que quien le recibió la demanda en el Consejo fue amable y un 80% dice que fueron claros, comprensivos y se mostraron interesados; estos resultados serían el indicador más preciso de la percepción que el cliente privado manifiesta de la calidad de atención al momento de tomar contacto con el Consejo.

Un último indicador general de satisfacción interesante de resaltar es aquél referido a la posibilidad de recurrir nuevamente al Consejo y de recomendarlo. En este respecto, más del 70% de los encuestados manifestó que volvería a acudir a los servicios del Consejo y que se lo recomendaría a otras personas, ya sea por consultas o reclamos.

Los resultados comparados entre la medición anterior y la actual, también dan cuenta de un aumento en el nivel de satisfacción, destacándose que la insatisfacción en su grado extremo (quienes afirman estar “Muy Insatisfechos”), se hace nula en la actual medición.

Junto con expresar niveles de satisfacción elevados, los clientes privados del CPLT revelan la necesidad de mantener sus fortalezas del servicio y superar sus debilidades.

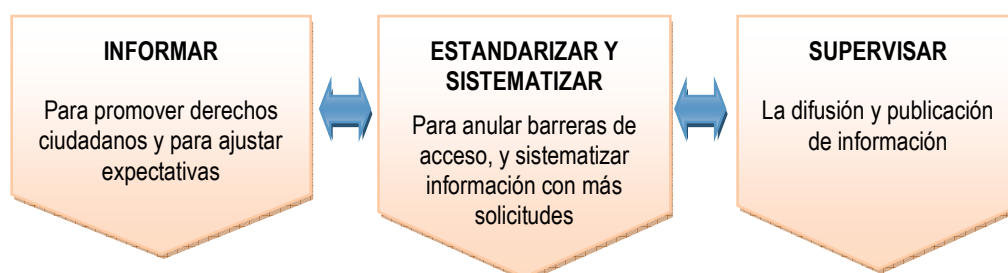
En este sentido, se sugiere mantener:

- La excelente relación en el trato cuando el cliente acude al Consejo,
- La oportunidad de la respuesta, cuyo tiempo estimado de tres días se considera satisfactorio
- La eficacia en la resolución de la posterior entrega de la información que el cliente estaba buscando y que, por intermediación del Consejo, finalmente consigue.

Por otro lado, se sugiere superar algunas barreras para facilitar el acceso al Consejo:

- Difundir y estandarizar el acceso a través de Internet para evitar concurrencia directa a las oficinas del Consejo, ampliando así el espectro de potenciales clientes a regiones y zonas alejadas de las dependencias del Consejo, así como
- Llevar un registro de las materias o información más solicitada para trabajar con las instituciones pertinentes y disponer de dicha información con antelación.

Una revisión de los resultados observados en todos los aspectos y dimensiones hasta aquí señaladas, permite identificar **Oportunidades de Mejoras o buenas prácticas para el Consejo para la Transparencia** que se orientan en tres niveles centrales:



Específicamente se recomienda:

INFORMAR

- ✓ Establecer e informar las **restricciones sobre acceso a la información pública**, indicando materias, datos, etc. sujetos a reservas de informar, para ajustar las expectativas de los clientes actuales y potenciales de los organismos públicos y el Consejo para la Transparencia, de manera que no esperen lo que el Consejo no pueda proporcionar.

HOMOGENEIZAR Y SISTEMATIZAR

- ✓ Promover y diseñar una propuesta para **estandarizar canales y formas de presentación de la información en cada institución pública** (tanto en soporte físicos, pero sobre todo en soporte Web). Para ello se puede investigar el tipo de información más requerida y de la forma idónea de generar accesos fáciles para el cliente, en base a estudios de demanda y usabilidad. Lo anterior, permitirá inhibir las barreras de acceso a través de la promoción de una homogeneidad en cuanto a archivos, formularios, instrumentos de identificación, nombres similares de pestañas y links, datos con mismo nombre, etc.
- ✓ Identificar la **información o tipos de datos solicitados con más frecuencia** por los clientes, a objeto de sistematizar dichos requerimientos con antelación a las solicitudes, estandarizando la información entregada, reduciendo la inversión de horas profesionales del Consejo y de las instituciones en la gestión de los requerimientos, y reduciendo los tiempos de respuesta hacia los clientes. Ello requiere un trabajo colaborativo y conjunto del Consejo con los principales organismo públicos.

SUPERVISAR

- ✓ Establecer, un proceso continuo de **supervisión de lo publicado** por los organismos públicos, de manera que el Consejo haga las indicaciones pertinentes para que en cada sitio web, esté debidamente garantizado que sus datos estén disponibles, actualizados, con fácil acceso y que sean realmente veraces y cuenten con respaldo.

11 ANEXOS

10.1 Cuestionario Clientes Privados



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN USUARIA CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA CLIENTES PRIVADOS	FECHA	FOLIO
	____/____/2010	

PRESENTACIÓN:

Queremos solicitar su colaboración para que responda esta encuesta acerca de su experiencia con el Consejo para la Transparencia, ello no le tomará más de 10 minutos de su tiempo. La información que usted nos proporcione será muy útil para mejorar el servicio de consultas que el Consejo proporciona; la información que nos entregue es totalmente confidencial y será utilizada sólo para cálculos estadísticos sin que quede registrado ni su nombre ni su domicilio. Muchas gracias por su colaboración.

TIPO DE CLIENTES

- (RESPONDEN TODOS) ¿Usted acudió al Consejo para la Transparencia para realizar un reclamo o una consulta? Un reclamo se refiere a una presentación realizada ante el Consejo para la Transparencia, cuando un organismo de la administración del Estado no informa lo que exige la Ley de Transparencia en su página web o una vez que un organismo no le ha entregado la información solicitada o no ha respondido dentro del plazo legal. Por su parte, una consulta es cuando se solicita al Consejo asesoría en relación a la Ley de Transparencia.

1. Reclamo, o consulta sobre el estado de avance de su reclamo	1
2. Consulta	2

EXPERIENCIA PREVIA SOLICITUDES A ORGANISMOS PUBLICOS

- Desde la entrada en vigencia de la Ley de Transparencia, ¿cuántas solicitudes de información a organismos públicos ha realizado en los últimos 12 meses? (MARQUE SOLO UNA)

1. Una	1
2. Entre 2 y 3	2
3. Entre 4 y 5	3
4. Más de 5	4

- ¿Cuán satisfecho quedó usted con la respuesta recibida de parte del organismo?(MARQUE SOLO UNA)

1. Muy satisfecho	1	PASE A P5
2. Satisfecho	2	PASE A P5
3. Insatisfecho	3	PASE A P4
4. Muy insatisfecho	4	PASE A P4

- ¿Por qué razones quedó insatisfecho con la respuesta? (MARQUE SOLO UNA)

1. La información le fue denegada	1
2. La respuesta no fue oportuna (llegó fuera del plazo estipulado en la Ley)	2
3. La respuesta no correspondía a lo solicitado	3
4. La respuesta estaba incompleta en relación a lo solicitado	4
5. Otra ¿Cuál? _____	5

CONOCIMIENTO DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA

5. (RESPONDEN TODOS) ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?:

	Sí	No
1. Autónomo	1	2
2. Que realiza una gestión de calidad	1	2
3. Eficaz	1	2
4. Transparente	1	2
5. Políticamente independiente	1	2

6. ¿Y cuáles deberían ser las tres funciones principales del Consejo para la Transparencia? (MARQUE HASTA 3 EN ORDEN DE IMPORTANCIA)

1. Entregar información acerca de la Ley de Transparencia y acceso a información pública	1°
2. Entregar asesoría y capacitación sobre la Ley de Transparencia	
3. Recibir y tramita solicitudes de información de los ciudadanos	
4. Fiscalizar a los organismos públicos para que cumplan con la Ley de Transparencia	2°
5. Defender los derechos de los ciudadanos	
6. Entregar información pública de los organismos públicos	
7. Resolver reclamos por denegación de acceso a información	3°
8. Promover la publicidad de la información de los organismos públicos	
9. Formular recomendaciones a los organismos públicos para que perfeccionen la transparencia	
10. Dictar instrucciones obligatorias y generales para el cumplimiento de Ley de Transparencia por los organismos públicos	
88. No sabe	

7. ¿A través de qué medio conoció o escuchó hablar del Consejo para la Transparencia, como la institución adecuada para realizar su reclamo o consulta? (MARQUE SOLO UNA)

1. Por familiares o amigos	1
2. Internet	2
3. Radio	3
4. Televisión	4
5. Diarios o revistas	5
6. Publicidad en la calle	6
7. A través de compañeros de trabajo	7
8. A través de funcionarios del Consejo (capacitaciones, otros)	8
9. A través de funcionarios de Gobierno	9
10. Otro	10
88. No sabe	88

TRAYECTORIA DE CONSULTA - SOLO CONSULTANTES ALT. 2 EN P1- RECLAMOS PASE A P.15

8. (SOLO CONSULTANTES -2 EN P.1-) ¿Cuántas veces se ha contactado usted con el Consejo para la Transparencia para realizar una consulta?

1. Una vez	1
2. Dos veces	2
3. Entre 3 y 5 veces	3
4. Más de 5 veces	4

9. ¿Cuán fácil fue contactarse con el Consejo para la Transparencia?

1. Muy Fácil	1
2. Fácil	2
3. Difícil	3
4. Muy Difícil	4

10. ¿Qué medio utilizó usted para efectuar la última consulta? (MARQUE SOLO UNA, LA PRINCIPAL)

1. Correo electrónico	1
2. Teléfono	2
3. Concurrió personalmente	3

11. En cuanto al servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia, ¿Cuán de acuerdo está con que la persona que lo atendió fue?:

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. Fue amable	1	2	3	4
2. Se mostró interesada en mi consulta	1	2	3	4
3. Comprendió fácilmente mi consulta	1	2	3	4
4. Fue clara y precisa en sus respuestas	1	2	3	4

12. ¿Cuánto tiempo debió esperar para recibir la respuesta a su consulta?

1. Me respondieron el mismo día que realicé la consulta	1	PASE A P13
2. Me respondieron al día siguiente de realizar la consulta	2	PASE A P13
3. Me respondieron dos días después de realizar la consulta	3	PASE A P13
4. Me respondieron en tres o más días después de realizar la consulta	4	PASE A P13
5. Nunca recibí respuesta	5	PASE A P15

13. (SOLO SI CONSULTA FUE RESPONDIDA) Respecto a la respuesta recibida a su consulta, ¿Cuán de acuerdo está usted con?:

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. La respuesta que recibí fue clara y precisa	1	2	3	4
2. La respuesta fue coherente con mi consulta	1	2	3	4
3. La respuesta cumplió con mis expectativas	1	2	3	4

14. (SOLO SI RESPONDIÓ EN DESACUERDO O MUY EN DESACUERDO EN PREGUNTA 13.3). ¿Por qué la respuesta no cumplió con sus expectativas? (MARQUE TODAS LAS OPCIONES QUE CORRESPONDA)

1. La respuesta estaba incompleta en relación a su consulta	1
2. No confía en la información entregada	2
3. Otra ¿Cuál?	3

CUALQUIER RESPUESTA EN P.14 PASE A P.26

TRAYECTORIA DEL RECLAMO - SOLO RECLAMANTES ALT. 1 EN P1-

15. (SÓLO RECLAMANTES -1 EN P.1-) ¿Cuántas veces ha realizado un reclamo ante el Consejo para la Transparencia? ?(MARQUE SOLO UNA)

1. Una vez	1
2. Dos veces	2
3. Entre tres y cinco veces	3
4. Más de cinco veces	4

16. ¿Cuál fue la razón por la que presentó el último reclamo? ?(MARQUE SOLO UNA)

1. Ausencia de información en la página web de un organismo público	1
2. Información incompleta o insuficiente en página web de un organismo público	2
3. Denegación de información por parte de un organismo público	3
4. Cobro excesivo de costos de reproducción	4
5. Indicación de que la información no existe	5
6. Otro ¿Cuál?	6

17. El último reclamo que usted realizó, ¿lo presentó con asesoría o apoyo de un abogado? ?(MARQUE SOLO UNA)

1. Sí	1
2. No	2
3. Soy abogado	3

18. ¿Cuál de éstos medios ha utilizado para conocer el estado de su reclamo? (MARQUE TODAS LAS QUE CORRESPONDA)

1. Correo electrónico	1
2. Teléfono	2
3. Presencial	3
4. Página Web	4
5. Ninguno	5

19. ¿En qué estado se encuentra su caso actualmente? ?(MARQUE SOLO UNA)

1. Cerrado	1	PASE A P20
2. Abierto	2	PASE A P24
3. No lo conoce	3	PASE A P24

20. (SOLO CERRADOS) ¿Cómo se enteró que su caso está cerrado? ?(MARQUE SOLO UNA)

1. Recibí una carta que me comunicaba la decisión del Consejo	2
2. Me dieron la respuesta cuando fui personalmente al Consejo para la Transparencia	3
3. Llamé por teléfono al Consejo para la Transparencia	4
4. Me enteré a través de la página Web del Consejo	5
5. Otro: Especificar	6

21. (SOLO CERRADOS) ¿Cuál fue la decisión que adoptó el Consejo para la Transparencia en el caso de su reclamo? (MARQUE SOLO UNA)

1. Lo acogió totalmente	1
2. Lo acogió parcialmente	2
3. Declarado inadmisibile	3
4. Fue rechazado	4
88. No sabe	88

22. (SOLO CERRADOS) ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución o decisión final del Consejo? (MARQUE SOLO UNA)

1. Muy satisfecho	1
2. Satisfecho	2
3. Insatisfecho	3
4. Muy insatisfecho	4

23. (SOLO CERRADOS Y ACOGIDOS – 1 Ó 2 EN P.21) Luego de la decisión del Consejo para la Transparencia, ¿el organismo público le entregó la información que usted había solicitado?

1.Sí	1
2.No	2

24. (RESPONDEN TODOS LOS RECLAMANTES) En algunos casos, este Consejo ha implementado una forma temprana y alternativa de resolver lo reclamos, que consiste en tomar contacto directo con los organismos públicos para que estos entreguen la información a los ciudadanos, pese a habérselas negado originalmente. Una vez que el organismo ha entregado la información solicitada, el Consejo para la Transparencia solicita a sus clientes que se desistan de su reclamo. ¿Sabe Ud. si su reclamo fue tramitado de esta forma?

1.Sí	1
2.No	2

25. ¿Cuán satisfecho quedó con esta fórmula para resolver su solicitud?

1. Muy satisfecho	1
2. Satisfecho	2
3. Insatisfecho	3
4. Muy insatisfecho	4

SATISFACCIÓN Y EVALUACIÓN GLOBAL - RESPONDEN TODOS-

26. (RESPONDEN TODOS CONSULTAS Y RECLAMOS) En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia?

	Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
7. Pertinencia de la respuesta a la/s consulta/s o decisión del o los reclamo/s	1	2	3	4
8. Claridad de la información entregada	1	2	3	4
9. Rapidez de la respuesta	1	2	3	4
10. Utilidad de la información	1	2	3	4
11. Utilidad de la página web del Consejo para la Transparencia	1	2	3	4
12. Atención en general	1	2	3	4

27. En comparación a su experiencia con otros organismos públicos, tales como ministerios o municipios, ¿cuán satisfactorio ha sido el servicio entregado por Consejo para la Transparencia? (MARQUE SOLO UNA)

1. Mucho más satisfactorio	1
2. Más Satisfactorio	2
3. Menos satisfactorio	3
4. Mucho menos satisfactorio	4
5. No me he contactado con otros organismos públicos	5

28. Pensando en el futuro, ¿Cuán probable es que usted vuelva a recurrir al Consejo para la Transparencia para hacer una consulta o reclamo? (MARQUE SOLO UNA)

1. Muy probable	1
2. Probable	2
3. Poco Probable	3
4. No recurriría de nuevo	4

29. ¿Cuán probable es que usted recomiende el servicio otorgado por Consejo para la Transparencia a otras personas en situaciones similares a la suya? (MARQUE SOLO UNA)

1. Muy probable	1
2. Probable	2
3. Poco Probable	3
4. No lo recomendaría en absoluto	4

30. Pensando en su experiencia, ¿qué sugerencias haría usted para mejorar el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia?

DATOS DE CARACTERIZACIÓN

31. (RESPONDEN TODOS) Sexo

1. Hombre	1
2. Mujer	2

32. Indique su edad en años cumplidos _____

33. Su actividad principal es: (MARQUE SOLO UNA)

1. Empleador con personas a su cargo	1
2. Empleado sector público (gobierno, municipios, FFAA, empresas públicas, etc.)	2
3. Empleado sector privado	3
4. Trabajador independiente o por cuenta propia	4
5. Desempleado o cesante	5
6. Jubilado o pensionado	6
7. Dueña de casa	7
8. Estudiante	8
9. Otro	9

34. Por favor, indique su nivel educacional (MARQUE SOLO UNA)

1. Educación básica incompleta	1
2. Educación básica completa	2
3. Educación media científica humanista o media técnica incompleta	3
4. Educación media científica humanista o media técnica completa	4
5. Educación superior técnico-profesional incompleta (<i>Instituto profesional, Centro de Formación Técnica</i>)	5
6. Educación superior técnico-profesional completa (<i>Instituto profesional, Centro de Formación Técnica</i>)	6
7. Educación universitaria incompleta	7
8. Educación universitaria completa	8
9. Magíster o doctorado (no incluya diplomados)	9
10. Sin educación	10
88. NS/NC	88

35. Considerando los ingresos generados por todos los integrantes de su familia ¿En cuál de los siguientes tramos se ubica el ingreso mensual líquido de su grupo familiar? (MARQUE SOLO UNA)

1. Hasta \$150.000	1
2. Entre \$150.001 y \$250.000	2
3. Entre \$250.001 y \$500.000	3
4. Entre \$500.001 y \$1.000.000	4
5. Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	5
6. Entre \$2.000.001 y \$5.000.000	6
7. Sobre \$5.000.000	7
88. NS/NC	88

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

10.2 Operacionalización Cuestionario

Dimensión	Variable	Pregunta
Tipo de clientes	Razón para acudir al Consejo para la Transparencia	P1. ¿Usted acudió al Consejo para la Transparencia para realizar un reclamo o una consulta?
Solicitud de información a organismos públicos	Cantidad de solicitudes de información a organismos públicos	P2. Desde la entrada en vigencia de la Ley de Transparencia, ¿cuántas solicitudes de información a organismos públicos ha realizado en los últimos 12 meses?
	Satisfacción con respuesta recibida	P3. ¿Cuán satisfecho quedó usted con la respuesta recibida de parte del organismo?
	Motivo de insatisfacción con respuesta recibida	P4. ¿Por qué razones quedó insatisfecho con la respuesta?
Consejo para la Transparencia	Percepción de atributos del Consejo para la Transparencia	P5.1. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo? Autónomo
		P5.2. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo? Que realiza una gestión de calidad
		P5.3. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo? Eficaz
		P5.4. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo? Transparente
		P5.5. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo? Políticamente independiente
	Medio para conocer el CPLT	P7. ¿A través de qué medio conoció o escuchó hablar del Consejo para la Transparencia, como la institución adecuada para realizar su reclamo o consulta?
	Expectativas del Consejo para la Transparencia	P6. ¿Y cuáles deberían ser las tres funciones principales del Consejo para la Transparencia?

Dimensión	Variable	Pregunta
Trayectoria y evaluación proceso de consulta	Número de consultas efectuadas	P8. ¿Cuántas veces se ha contactado usted con el Consejo para la Transparencia para realizar una consulta?
	Facilidad de contacto con Consejo para la Transparencia	P9. ¿Cuán fácil fue contactarse con el Consejo para la Transparencia?
	Medio utilizado para contactarse con el Consejo para la Transparencia	P10. ¿Qué medio utilizó usted para efectuar la última consulta?
	Evaluación persona que lo atendió	P11. 1. En cuanto al servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia, ¿Cuán de acuerdo está con que la persona que lo atendió fue: amable?
		P11.2. En cuanto al servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia, ¿Cuán de acuerdo está con que la persona que lo atendió: se mostró interesada en mi consulta?
		P11.3. En cuanto al servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia, ¿Cuán de acuerdo está con que la persona que lo atendió: comprendió fácilmente mi consulta?
		P11.4. En cuanto al servicio otorgado por el personal del Consejo para la Transparencia, ¿Cuán de acuerdo está con que la persona que lo atendió: fue clara y precisa en sus respuestas?
	Tiempo de espera de respuesta	P12. ¿Cuánto tiempo debió esperar para recibir la respuesta a su consulta?
	Satisfacción con la respuesta recibida	P13. 1. (SOLO SI CONSULTA FUE RESPONDIDA) Respecto a la respuesta recibida a su consulta, ¿Cuán de acuerdo está usted con: la respuesta que recibí fue clara y precisa?
		P13.2. (SOLO SI CONSULTA FUE RESPONDIDA) Respecto a la respuesta recibida a su consulta, ¿Cuán de acuerdo está usted con: la respuesta fue coherente con mi consulta?
		P13.3. (SOLO SI CONSULTA FUE RESPONDIDA) Respecto a la respuesta recibida a su consulta, ¿Cuán de acuerdo está usted con?: la respuesta cumplió con mis expectativas?
		P14.1. ¿Por qué la respuesta no cumplió con sus expectativas?

Dimensión	Variable	Pregunta
Trayectoria y evaluación proceso de reclamo	Número de reclamos efectuados	P15. ¿Cuántas veces ha realizado un reclamo ante el Consejo para la Transparencia?
	Motivo de presentación del reclamo	P16. ¿Cuál fue la razón por la que presentó el último reclamo?
	Apoyo en presentación de reclamo	P17. El último reclamo que usted realizó, ¿lo presentó con asesoría o apoyo de un abogado?
	Medio utilizado para presentar el reclamo	P18. ¿Cuál de éstos medios ha utilizado para conocer el estado de su reclamo?
	Estado de proceso	P19. ¿En qué estado se encuentra su caso actualmente?
		P20. ¿Cómo se enteró que su caso está cerrado?
	Decisión tomada por el Consejo para la Transparencia	P21. ¿Cuál fue la decisión que adoptó el Consejo para la Transparencia en el caso de su reclamo?
	Satisfacción con resolución del Consejo	P22. ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución o decisión final del Consejo?
	Acceso a tramitación alternativa o mediación	P24. En algunos casos, este Consejo ha implementado una forma temprana y alternativa de resolver los reclamos, que consiste en tomar contacto directo con los organismos públicos para que estos entreguen la información a los ciudadanos, pese a habérselas negado originalmente. Una vez que el organismo ha entregado la información solicitada, el Consejo para la Transparencia solicita a sus clientes que se desistan de su reclamo. ¿Sabe Ud. si su reclamo fue tramitado de esta forma?
	Satisfacción con tramitación alternativa	P25. ¿Cuán satisfecho quedó con esta fórmula para resolver su solicitud?
	Eficacia en resultados de mediación	P23. Luego de la decisión del Consejo para la Transparencia, ¿el organismo público le entregó la información que usted había solicitado?

Dimensión	Variable	Pregunta
Evaluación global atención brindada por Consejo para la Transparencia	Satisfacción con respuesta recibida	P26.1. En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia: pertinencia de la respuesta a la/s consulta/s o decisión del o los reclamo/s?
	Satisfacción con claridad de información recibida	P26.2. En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia: Claridad de la información entregada?
	Satisfacción con rapidez de respuesta	P26.3. En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia: rapidez de la respuesta?
	Satisfacción con utilidad de información	P26.4. En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia: utilidad de la información?
	Satisfacción página web	P26.5. En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia:utilidad de la página web del Consejo para la Transparencia?
	Satisfacción general con atención del CPLT	P26.6. En términos generales, ¿Cuán satisfecho quedó usted con los siguientes aspectos de la atención que le brindó el Consejo para la Transparencia: atención en general?
		P27. En comparación a su experiencia con otras organismos públicos, tales como ministerios o municipios, ¿cuán satisfactorio ha sido el servicio entregado por Consejo para la Transparencia?
	Probabilidad de futuro contacto	P28. Pensando en el futuro, ¿Cuán probable es que usted vuelva a recurrir al Consejo para la Transparencia para hacer una consulta o reclamo?
	Probabilidad de recomendación del servicio	P29. ¿Cuán probable es que usted recomiende el servicio otorgado por Consejo para la Transparencia a otras personas en situaciones similares a la suya?
Caracterización socioeconómica del encuestado	Sugerencias generales CPLT	P30. Pensando en su experiencia, ¿qué sugerencias haría usted para mejorar el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia?
	Sexo	P31. Sexo
	Edad	P32. Indique su edad en años cumplidos
	Ocupación	P33. Su actividad principal es:
	Nivel Educativo	P34. Por favor, indique su nivel educativo
	Ingreso familiar mensual	P35. Considerando los ingresos generados por todos los integrantes de su familia ¿En cuál de los siguientes tramos se ubica el ingreso mensual líquido de su grupo familiar?

10.3 Pauta de Entrevistas

Entrevistador: Presentación

Buenas días / tardes. Tal como le señalamos en el contacto telefónico, ésta entrevista es parte de un estudio de Satisfacción de usuarios con el Consejo para la Transparencia. El objetivo de este estudio es dilucidar ciertos aspectos de la satisfacción de los usuarios del Consejo para la Transparencia. Sus opiniones, como ciudadanos chilenos son muy importantes, ya que, como tales, son los principales beneficiarios de ésta Ley. Le agradecemos que nos haya concedido este tiempo.

Es importante recalcar que todo lo que se diga aquí se mantendrá en estricta confidencialidad; lo que nos interesa es rescatar experiencias y narraciones. No existen opiniones buenas o malas, lo que nos interesa es su más sincera visión sobre el tema. La conversación será grabada sólo con fines de facilitar el registro para el posterior análisis.

DATOS DE ENTREVISTADOS

- Nombre
- Edad
- Situación Laboral/Ocupación/Sector Público o Privado
- Comuna de Residencia
- Acción realizada (reclamo, consulta, otros)
- Organismo al que solicitó la información
- Fecha en que se realizó el trámite

A. LA TRANSPARENCIA

1. ¿Cómo supo de la existencia de la Ley de Transparencia y los derechos que ésta ofrecía?
2. ¿A raíz de qué se interesó en acceder a los servicios que ofrece el Consejo para la Transparencia?

B. CONOCIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA

1. ¿Cómo se enteró de la existencia del Consejo para la Transparencia? (identificar medios)
2. Por su experiencia, ¿Qué es para usted el Consejo para la Transparencia? (aclarar sus funciones o servicios, etc.)
3. ¿Qué información solicitó Ud. cuando realizó su reclamo/consulta en el Consejo? ¿Por qué?
4. ¿Qué opinión o expectativas tenía usted del Consejo para la Transparencia antes de efectuar la consulta o reclamo? (aclarar aspectos positivos y negativos)
5. ¿Qué opinión tiene usted del Consejo para la Transparencia luego de finalizado su proceso de consulta o reclamo? (aclarar aspectos positivos y negativos)
6. En términos generales, ¿Su experiencia con el Consejo fue mejor o peor de lo que usted esperaba? ¿Por qué? (ahondar)
7. ¿Cuál fue el aspecto más negativo o más grave de su experiencia con el Consejo?
8. ¿Y cuáles fueron los aspectos más positivos de su experiencia?

C. EXPERIENCIA PREVIA DEL USUARIO DEL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA

9. ¿A través de qué medio solicitó la información o realizó su reclamo? (telefónico, vía web, presencial u otro)
10. Frente a su inquietud o problema, ¿Por qué razón acudió al Consejo para la Transparencia y no a otro organismo? ¿Evaluó en algún momento acudir a otro organismo? ¿A cuál?
11. ¿A través de qué medio se enteró de los procedimientos específicos que debía realizar para poder presentar su consulta o reclamo ante el Consejo para la Transparencia?

D. CALIDAD DEL SERVICIO

12. Pensando en los ciudadanos en general, ¿Cuáles cree usted que son las principales dificultades con las que alguien podría encontrarse al **ingresar** un reclamo o una consulta al Consejo? Independiente de si fue o no una dificultad para usted. (Dificultades para: conocer el Consejo, usar la página web, llenar los formularios, etc.)
13. ¿Cómo evaluaría la **atención** que le brindaron los funcionarios del Consejo? ¿Por qué? (rapidez de la atención, amabilidad, claridad, profesionalismo, compromiso, etc.)
14. Pensando en concreto en el o los trámites que ha realizado, ¿Evalúa positiva o negativamente su experiencia? ¿Por qué? (identificar factores positivos y negativos)
15. (RECLAMANTES) ¿En qué aspectos cree usted que necesita mejorar el Consejo en cuanto a la forma en que se **tramitan** los reclamos y las consultas? (rapidez de tramitación, información constante sobre el estado del caso, claridad del vocabulario utilizado, correspondencia entre lo solicitado y lo entregado por el consejo, seguimiento del caso luego de la decisión)
16. (CONSULTANTES) ¿En qué aspectos cree usted que necesita mejorar el Consejo en cuanto a la forma en que se procesan las consultas?
17. (RECLAMANTES) Usted ¿Quedó conforme con la decisión final que adoptó el Consejo sobre su(s) reclamo(s) y/o respuesta final a su(s) consulta(s)? ¿Por qué? (ahondar)
18. (CONSULTANTES) Usted ¿Quedó conforme con la respuesta final a su(s) consulta(s)? ¿Por qué?
19. ¿Cuál cree usted que sería el principal motivo por el que alguien podría quedar satisfecho con el servicio del Consejo?

E. DIFUSIÓN Y ACCESO AL CONSEJO

20. ¿Alguna vez ha visitado el sitio web del Consejo Para La Transparencia? ¿Qué le pareció?
21. ¿Has escuchado noticias sobre el Consejo para la Transparencia? ¿Recuerda alguna?
22. ¿Cómo le gustaría que fuera una campaña de difusión de la Ley de Transparencia?
23. Tomando en cuenta su experiencia, ¿Cómo orientaría a una persona si ésta necesitara algún servicio del Consejo?

F. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

24. Tomando como base su experiencia, ¿Qué servicios del Consejo podrían serles útiles a otros ciudadanos como usted? (Ahondar en qué servicios le gustaría que tuviera el CPLT)
25. ¿Recomendaría el Consejo a algún amigo o familiar para hacer una consulta?
26. ¿Recomendaría el Consejo a algún amigo o familiar que requiera información de un organismo público que no le hayan entregado? (para hacer un reclamo)
27. Pensando en el futuro, ¿Qué aspectos se podrían mejorar del Consejo y/o la Ley de Transparencia desde la perspectiva de ciudadanos como uds.?

**PREGUNTAR A LOS ENTREVISTADOS SI EXISTE ALGÚN OTRO TEMA QUE QUISIERAN COMENTAR,
AGRADECER Y FINALIZAR.**

10.4 Plan de Análisis Estadístico

1) Análisis Univariado

- Preguntas 1 a 35: distribución porcentual simple
- Pregunta de respuesta múltiple (p. 18): total superior a 100
- Pregunta de respuesta múltiple jerarquizada (p6): primera mención total 100 y total menciones superior a 100
- Preguntas 3, 11, 13, 22, 25, 26, promedio con puntaje invertido¹¹:
 - ✓ muy de acuerdo y muy satisfecho 4 puntos
 - ✓ de acuerdo y satisfecho, 3 puntos
 - ✓ en desacuerdo e insatisfecho 2 puntos
 - ✓ muy en desacuerdo y muy insatisfecho 1 punto

2) Análisis Bivariado

2.1 Variables independientes cruces básicos

- 31 Sexo
- 32 Edad (agrupada)
- 33 Actividad principal (agrupada)
- 34 Nivel educacional (agrupado)
- 53 Nivel de ingreso (agrupado)
- 1 Tipo de cliente (reclamante o consultante)

2.2 Variables dependientes

1 a 30

2.3 Agrupamiento de variables independientes

a) Edad

1	18 a 30
2	31 a 45
3	46 a 60
4	61 y más

b) Nivel educacional (p32)

1	10	Sin educación
2	1+2	Educación Básica
3	3+4	Educación Media
4	5+6	Educación técnico profesional
5	7+8+9	Educación universitaria y post grado
6	88	No sabe, no responde

c) Actividad (p.33)

¹¹ Esta operación es necesaria a efectos de comparar con el estudio anterior

1	1+3+4	Trabaja en sector privado
2	2	Trabaja en sector público
3	5	Desempleado o cesante
4	6	Jubilado o pensionado
5	7	Dueña de casa
6	8	Estudiante
7	9	Otro

d) Nivel de ingreso (p35).

1	1	Hasta \$150.000
2	2	Entre \$150.001 y \$250.000
3	3	Entre \$250.001 y \$500.000
4	4	Entre \$500.001 y \$1.000.000
5	5	Entre \$1.000.001 y \$2.000.000
6	6+7	Más de \$2.000.000

2.4 Agrupamientos de variables dependientes

P 9

1	1+2	Fácil
2	3+4	Difícil

P 27

1	1+2	Más satisfactorio
2	3+4	Menos satisfactorio
3	5	No se ha contactado con otros organismos

P28 y 29

1	1+2	Probable
2	3+4	Improbable

3) Construcción de Índices

Se crearon dos Índices de Satisfacción de Clientes Privados: uno para consultantes y otro para clientes privados en general.

No es posible realizar un índice particular para reclamantes, ya que las preguntas específicas del cuestionario que apuntan a la satisfacción de reclamantes, que pudieran ocuparse para este índice (P.22 y P.25), no lo permiten. La P.22 se refiere a la satisfacción con la decisión final, lo que no tiene necesaria relación con su satisfacción con el servicio otorgado por el CPLT, y la P.25 mide la satisfacción con el proceso de mediación, pregunta que sólo es contestada por muy pocos encuestados.

Las preguntas que componen cada índice se detallan a continuación.

1. Índice de Satisfacción Consultantes

Nº de Pregunta	Materia Pregunta	Nº de ítems
11	Servicio otorgado por el personal del CPLT	4
13	Respuesta que recibió del CPLT	3
11,13	INDICE SATISFACCIÓN CONSULTANTES	7

2. Índice de Satisfacción Clientes Privados (General)

Nº de Pregunta	Materia Pregunta	Nº de ítems
5.2 y 5.3	Calidad y Eficacia de la gestión del CPLT	2
26	Atención brindada por el CPLT	6
27	Comparación del servicio del CPLT en con el de otros org. públicos	1
29	Probabilidad de recomendar al CPLT	1
5, 26, 27, 29	INDICE SATISFACCIÓN CLIENTES PRIVADOS	10

Para la puntuación de los ítems y la construcción de categorías de satisfacción de ambos índices, se utilizó el siguiente procedimiento de asignación de puntajes:

Respuesta a preguntas 26,27, 28 y 29	Puntos
Muy Satisfecho Mucho más satisfactorio Muy probable	4
Satisfecho Más satisfactorio Probable	3
Insatisfecho Menos satisfactorio Poco probable	2
Muy insatisfecho Mucho menos satisfactorio Poco probable o no recurriría de nuevo	1

Respuesta a preguntas 5.2 y 5.3	
Sí	4
No	1

- Se suman los

puntajes de las respuestas

- Se calcula el promedio, dividiendo el puntaje total del índice por el número de calificaciones efectivas.
- Se ubica a cada usuario en una de las siguientes categorías:

Nivel de Satisfacción	Rango Puntaje
Muy Satisfecho	3,26 - 4
Satisfecho	2,51 - 3,25
Insatisfecho	1,76 - 2,5
Muy Insatisfecho	1 - 1,75

10.5 Propuesta para la Construcción de un Indicador de Satisfacción de clientes privados

A la luz de los antecedentes obtenidos en el presente estudio, se sugiere la generación de un indicador de satisfacción para reclamantes, manteniendo los índices de satisfacción de consultantes y de clientes privados en general, utilizados en la presente medición.

La operacionalización de dichos indicadores se detalla a continuación:

Índice	Definición	Variables o indicadores a incluir	Escala
Índice de satisfacción consultantes	Da cuenta del grado del grado de satisfacción de los clientes privados consultantes con la atención recibida y con la respuesta recibida a su consulta.	- Evaluación de la persona que atendió su consulta en el CPLT - Evaluación de la respuesta recibida a su consulta.	Cada cliente consultante, según las calificaciones que hace en las variables indicadas es clasificado en escala: Muy satisfecho Satisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho
Índice de satisfacción reclamantes	Da cuenta del grado del grado de satisfacción de los clientes privados reclamantes con la resolución del Consejo respecto a su reclamo y con la nueva forma de tramitar reclamos	- Evaluación de la resolución del Consejo respecto a su reclamo - Evaluación de la nueva forma de tramitar reclamos.	Cada cliente consultante, según las calificaciones que hace en las variables indicadas es clasificado en escala: Muy satisfecho Satisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho
Índice de satisfacción clientes privados (general)	Da cuenta del grado del grado de satisfacción y evaluación general de los clientes privados (consultantes y reclamantes) del CPLT como institución	- Eficacia y calidad del CPLT - Evaluación de aspectos de la atención recibida - Comparación del servicio recibido en CPLT con el de otros organismos públicos - Disposición a recurrir nuevamente al CPLT - Disposición a recomendar los servicios del CPLT	Cada cliente privado, según las calificaciones que hace en las variables indicadas es clasificado en escala: Muy satisfecho Satisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho

Cabe destacar que los índices identificados en primer y tercer lugar han sido probados y utilizados en la presente medición, en tanto que el señalado en segundo lugar, podría ser generado en futuras mediciones a partir de dos preguntas ya incluidas en el cuestionario. Las razones para que dichas preguntas no se consideraran en la construcción de un índice en el presente estudio fueron:

- Que al existir muy pocos casos cerrados, habría muy pocas respuestas a la evaluación de la resolución del Consejo. No obstante, el análisis comparativo de este estudio con el anterior, muestra un incremento muy significativo de casos cerrados.
- Que la nueva forma de tramitar reclamos era muy reciente y, por lo tanto, desconocida por la mayoría. El transcurso de al menos un año hasta la próxima medición dejaría obsoleta esta razón.