

RESULTADOS GENERALES

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS 2014

1. Metodología

Cambio en la temporalidad de la medición

- El principal cambio en la medición de la satisfacción de clientes externos, estuvo dada por la definición de un calendario de mediciones parciales que durante el 2014 se realizaron los meses de Febrero, Junio y Octubre para los clientes privados (reclamantes, consultantes y solicitantes).
- La experiencia piloto de Febrero permitió tomar algunas decisiones metodológicas:
 - Se fijó calendario definitivo donde no se apliquen encuestas los meses de Enero y Febrero por las bajas tasas de respuesta en periodo estival.
 - Incluir en todas las mediciones de consultantes y reclamantes las preguntas generales de satisfacción con el Consejo y la opinión sobre la institución, ya que el plan original era hacer una encuesta separada para estos efectos.

Las mediciones posteriores permitieron detectar la necesidad de vincular el registro de solicitantes de información al Consejo del Portal, con la herramienta CRM, para la correcta aplicación de la Jerarquización. Esto se programó para ser incluido en las actividades 2015 de la DOS.

2. Resultados e Indicadores Estratégicos

Nivel de Satisfacción General por tipo de Cliente



De manera consistente con los resultados de años anteriores, son los Capacitados y los Enlaces los clientes que presentan los mayores niveles de satisfacción.

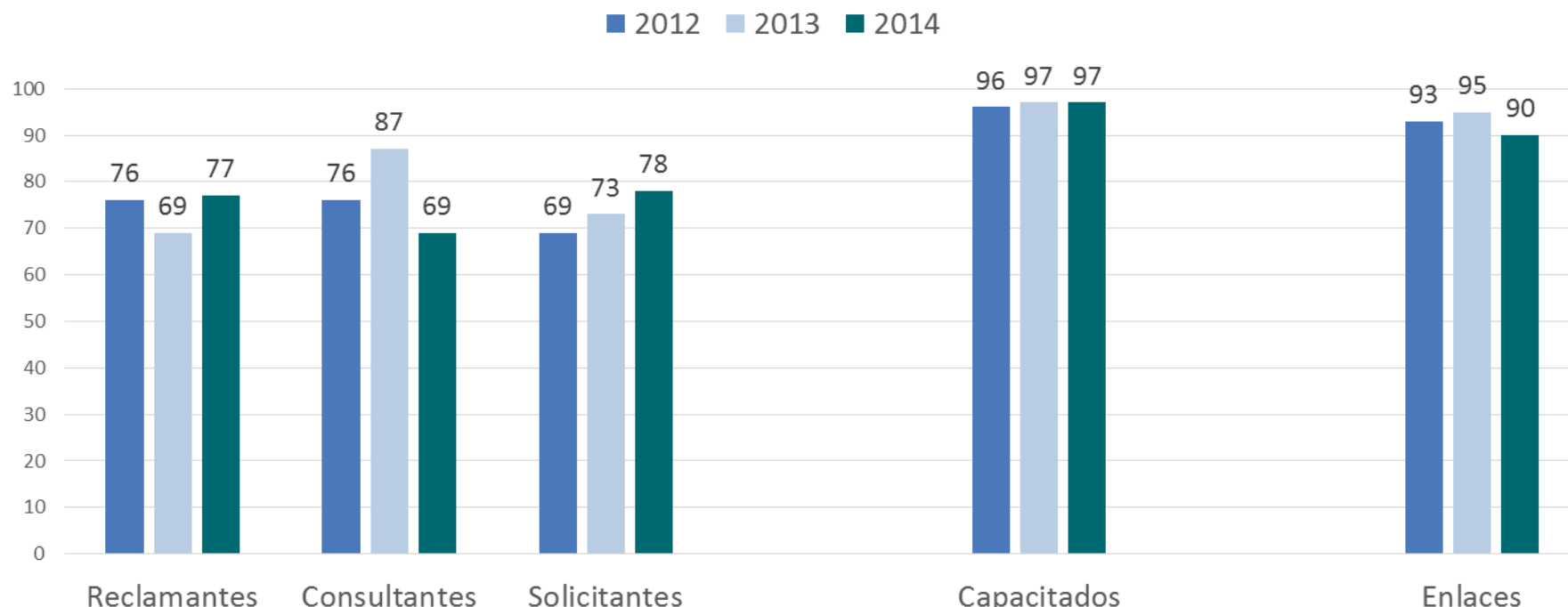
El cambio más importante en este ordenamiento es la baja en los consultantes, que pasaron de ser el «cliente privado» más satisfecho, a aquel con el menor nivel de satisfacción de los 3 segmentos.

**Áreas con
mayores
bajas**

- Nivel general de satisfacción con los servicios del CPLT
- Comparación de los servicios del CPLT con otros servicios públicos
- Recomendación de los servicios del CPLT a otras personas

Nivel de Satisfacción General por tipo de Cliente

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



La evaluación de los reclamantes y solicitantes mejora el año 2014 (+8% y +5% respectivamente), mientras que la evaluación de consultantes bajó un 18% en relación al año anterior. El cambio en la evaluación de los consultantes se evidenció en las mediciones de Junio y Octubre, ya que la de Febrero mantuvo la tendencia de años anteriores.

La evaluación de los capacitados se mantiene constante en el tiempo.

La evaluación de los Enlaces baja 5% en relación al año anterior, pero se mantiene en un nivel muy alto 90%.

Índice de Lealtad Agregado 2014

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



	N 2014	Índice de Lealtad	Satisfacción	Recurrencia	Recomendación
Reclamantes	273	67%	77%	92%	87%
Consultantes	157	68%	69%	85%	84%
Solicitantes	58	63%	78%	73%	73%
Total	488	67% (2013: 76%)	75% (2013: 80%)	87% (2013: 88%)	84% (2013: 87%)

Indicadores Estratégicos

La EVALUACIÓN GENERAL DE LA SATISFACCIÓN DE **CLIENTES PRIVADOS**, se calcula en base al resultado promediado de Satisfacción de Reclamantes y Consultantes, ponderado por la valoración de **aspectos generales y específicos** (60% y 40% respectivamente).

2011

72,8%

2012

78,3%

2013

81,5%

2014

76,3%

META 2014

80%

Aspectos Generales (60%)		Aspectos Específicos (40%)	
¿Diría Ud. que el Consejo para la Transparencia es un organismo QUE CUMPLE SU MISIÓN?	84,7% (86,8%)	Atención brindada por el Consejo: pertinencia de la respuesta (correspondencia)	73,8% (78,6%)
¿Diría Ud. que el Consejo es un organismo eficiente?	73,0% (77,6%)	Atención brindada por el Consejo: claridad de la información	76,3% (78,7%)
Atención en general	82,2% (81,5%)	Atención brindada por el Consejo: rapidez de la respuesta	69,2% (73,9%)
Comparación del servicio brindado por el Consejo con otros organismos públicos	75,6% (86,6%)	Atención brindada por el Consejo: utilidad de la información	69,0% (75,2%)
		Atención brindada por el Consejo: utilidad de la página web del Consejo	74,7% (81,2%)
Promedio Aspectos Generales	78,9% (83,1%)	Promedio Aspectos Específicos	72,6% (79,2%)

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

Indicadores Estratégicos

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

2011

88%

2012

90%

2013

93%

2014

92%

META 2014

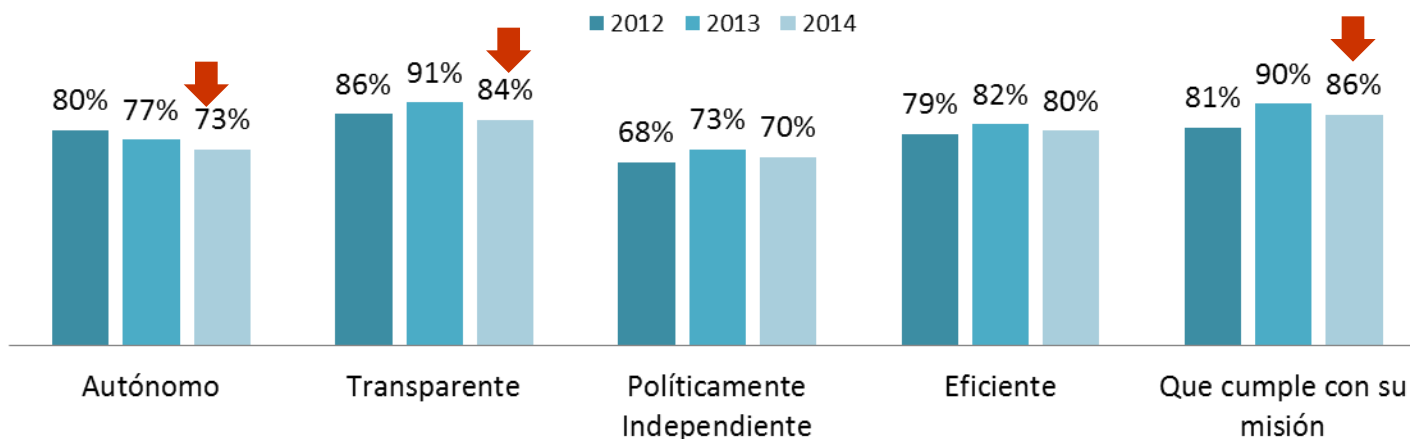
80%

ÍTEM	RESULTADO (Muy Satisfecho/Satisfecho)	Ponderación Final	Resultado
¿Cuán Satisfecho se encuentra Ud. con los servicios que presta el Consejo?	95.4%	60%	57,2%
Satisfacción de Resolución de Consultas	94.1%	40%	35,0%
Satisfacción de Capacitaciones	91.7%		
Satisfacción de Extranet	88.8%		
Satisfacción de Autoevaluación en TA	89.9%		
Satisfacción Resolución de Amparos	85.7%		
Satisfacción Fiscalización DAI	74.7%		
	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CLIENTES PÚBLICOS		92,2%

2.1 Evaluación de Atributos Institucionales

Consultantes

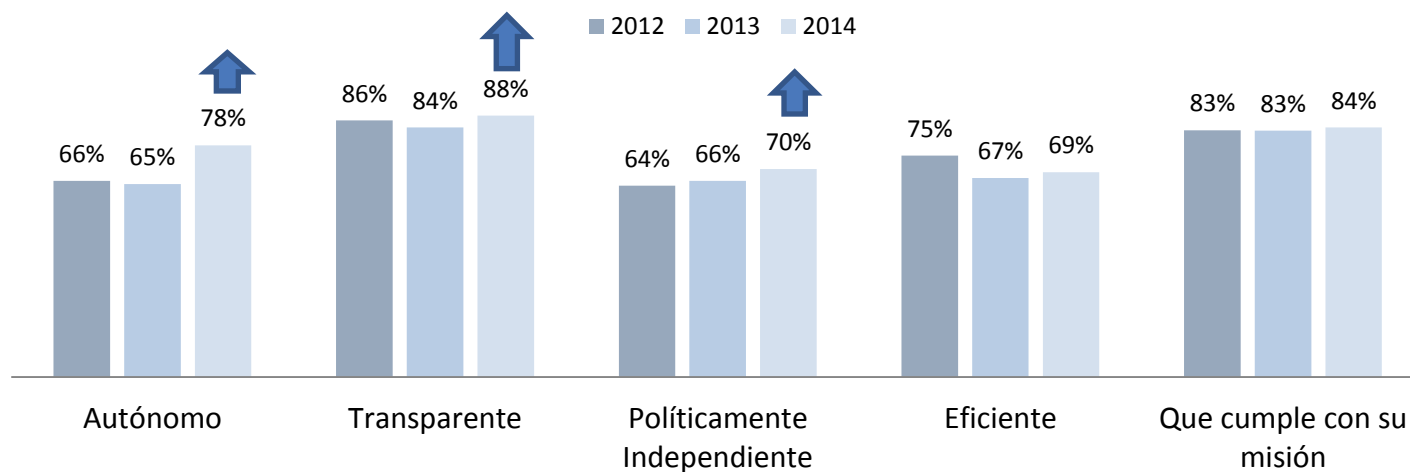
¿Ud. Diría que el Consejo para la Transparencia es un organismo...?



La evaluación de algunos atributos del Consejo, es significativamente peor que la del año anterior

Reclamantes

¿Ud. Diría que el Consejo para la Transparencia es un organismo...?

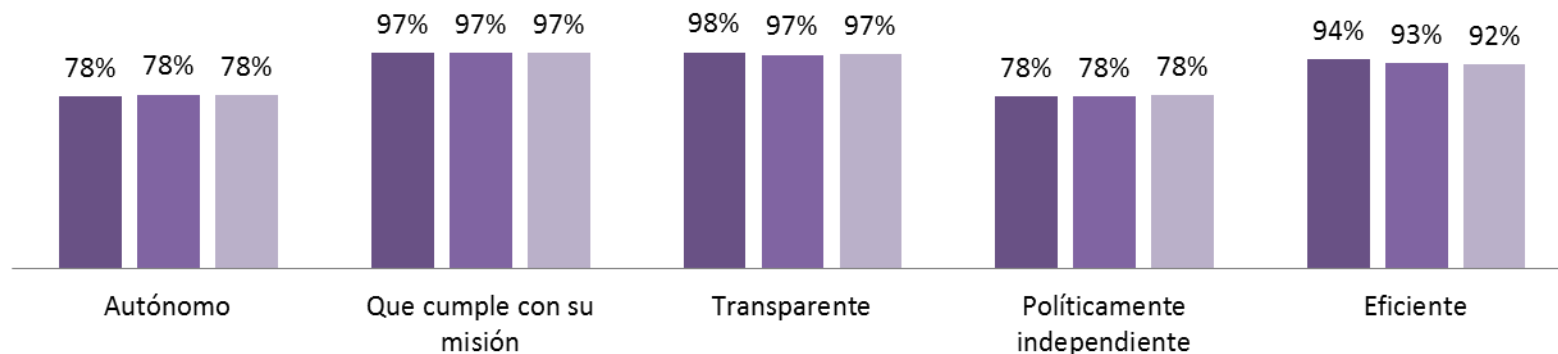


Sube la evaluación en ítems históricamente más complejos, como «Políticamente Independiente» y «Autónomo»,

Capacitados

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

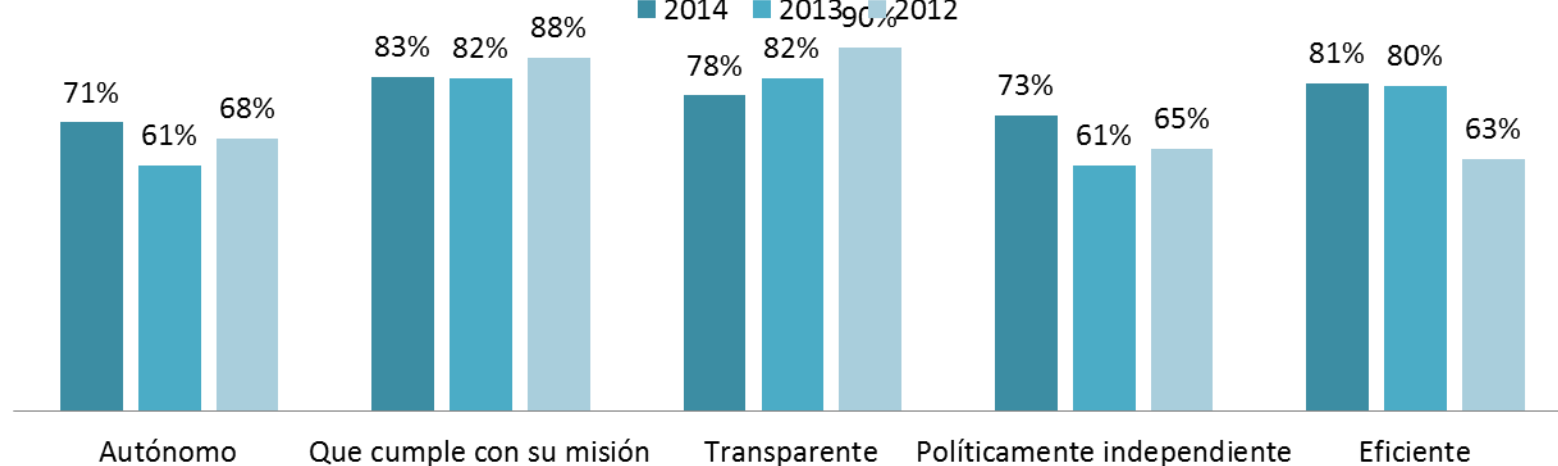
■ 2014 ■ 2013 ■ 2012



Solicitantes

¿Diría Ud. que el CPLT es un organismo...? (% Sí)

■ 2014 ■ 2013 ■ 2012

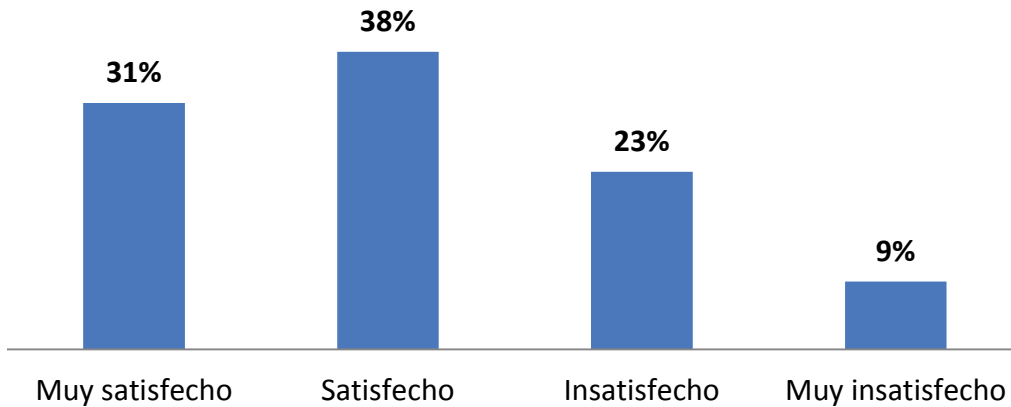


3. Principales elementos de la Evaluación por tipo de cliente

3.1 Consultantes

Consultantes: Satisfacción General

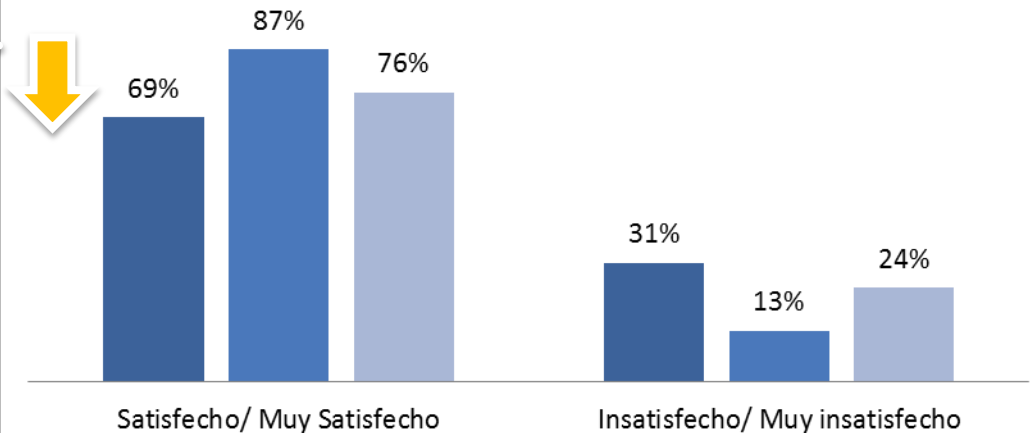
En general, ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los servicios entregados por el Consejo para la Transparencia? (N=266)



La Satisfacción General empeora bastante respecto a años anteriores
18% MENOS que el **2013**

Satisfacción con los servicios entregados por el CPLT

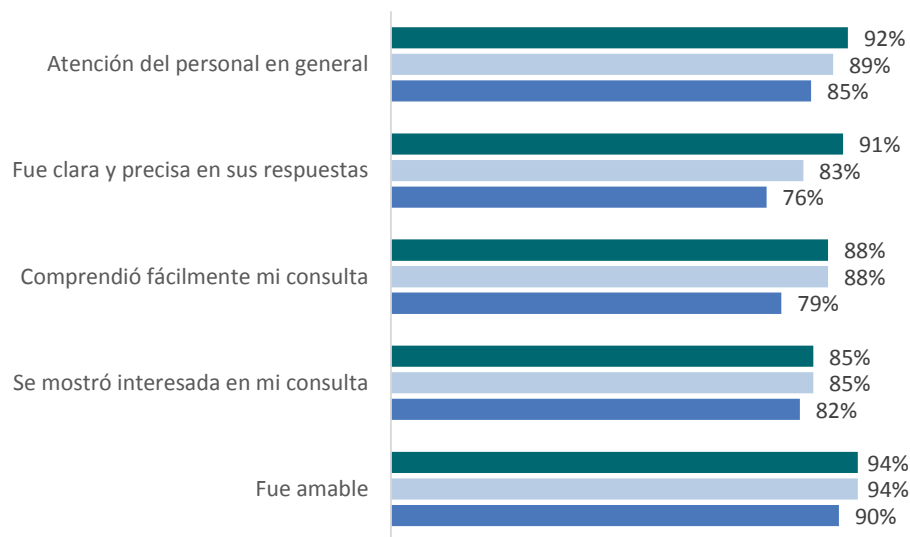
■ 2014 (N=266) ■ 2013 (N=380) ■ 2012 (N=217)



Elementos centrales de la evaluación de Consultantes

¿Cuán de acuerdo está con que la persona que lo atendió...? (De acuerdo/Muy de acuerdo)

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014

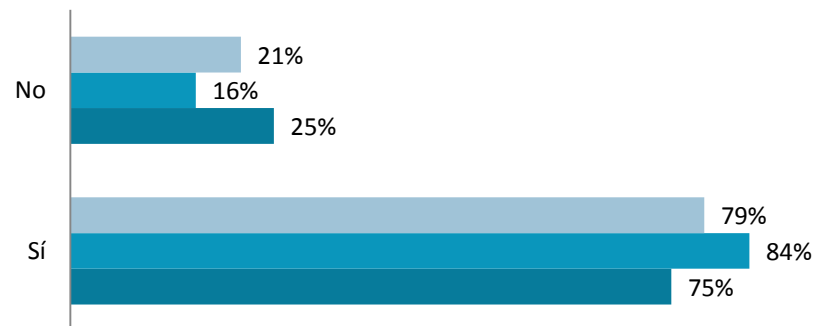


Los datos muestran una baja transversal en la evaluación de los Consultantes el 2014, pero destaca la baja en términos de cumplir con las expectativas de la respuesta, la utilidad de la información, la comprensión de la consulta y la claridad de la información entregada.

Lo que muestra un foco hacia el tipo de información consultada y la respuesta que se entrega.

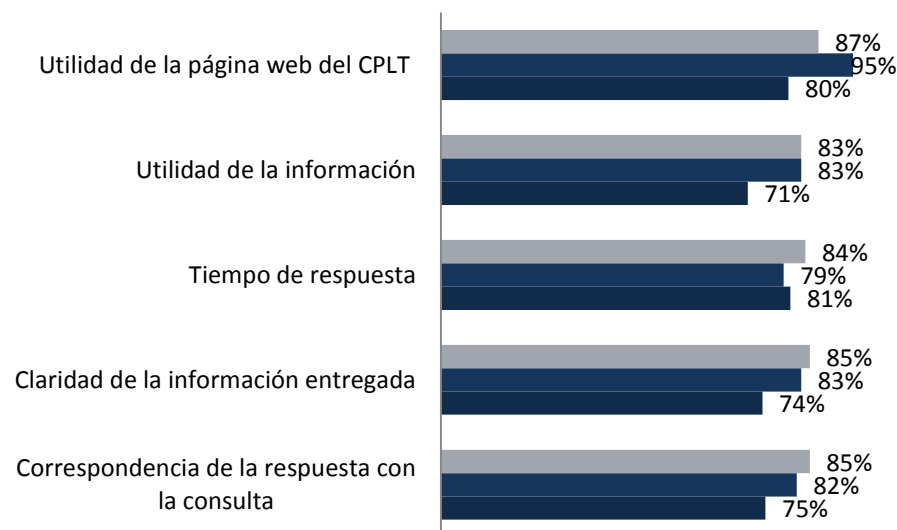
¿La respuesta recibida cumplió con sus expectativas?

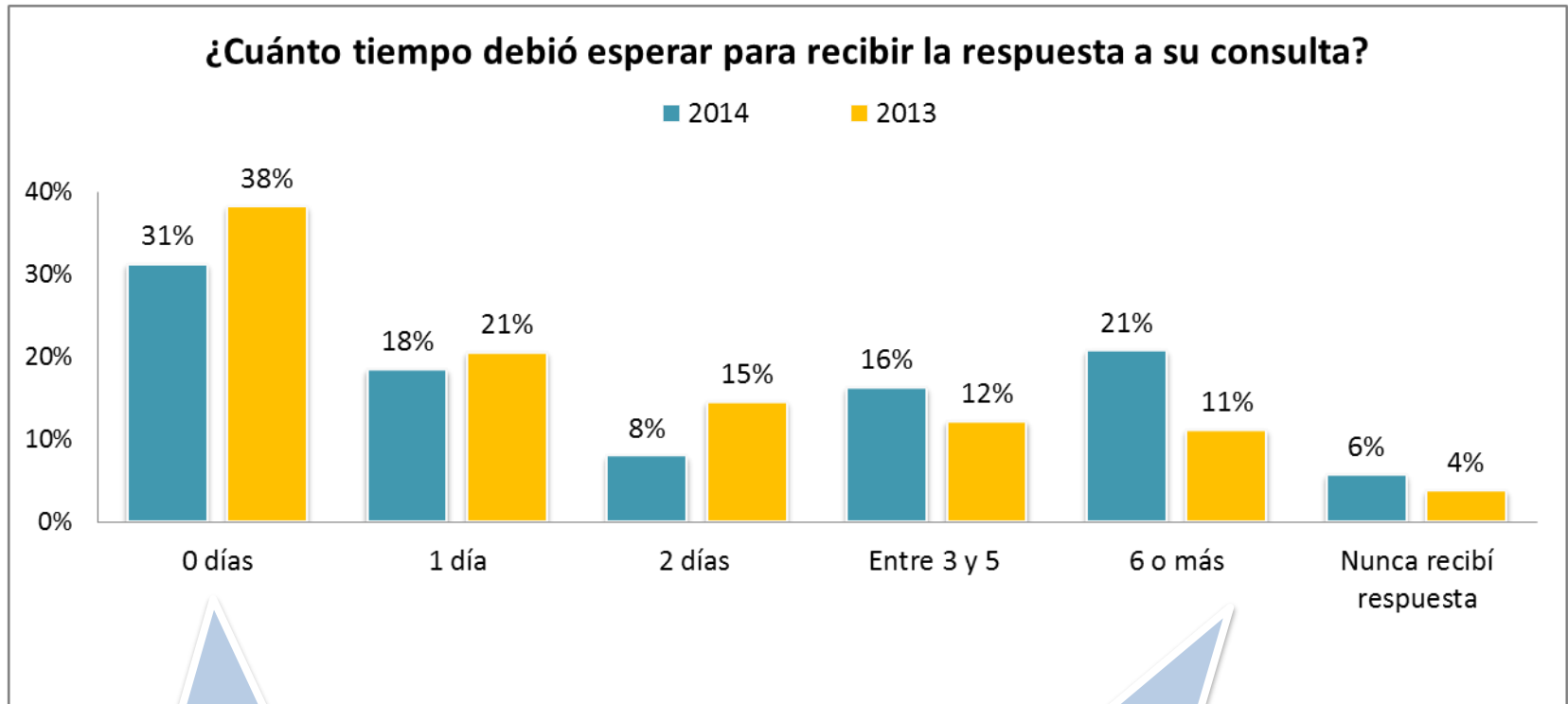
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



Satisfacción con aspectos de la consulta...

■ 2012 (N=380) ■ 2013 (N=217) ■ 2014 (N=266)



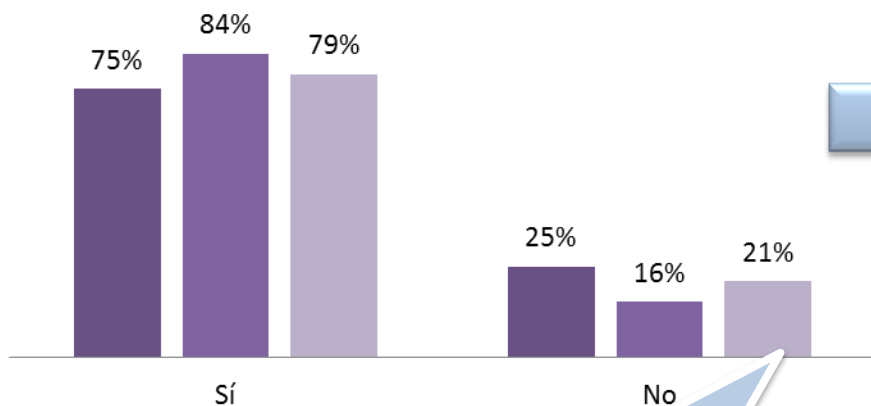


Disminuye el porcentaje de personas que reciben respuesta inmediatamente

Aumenta el porcentaje de personas que espera muchos días o nunca recibe respuesta

¿La respuesta recibida cumplió con sus expectativas?

■ 2014 ■ 2013 ■ 2012



La evaluación respecto a la respuesta recibida es más baja que en años anteriores

¿Por qué la respuesta no cumplió con sus expectativas?

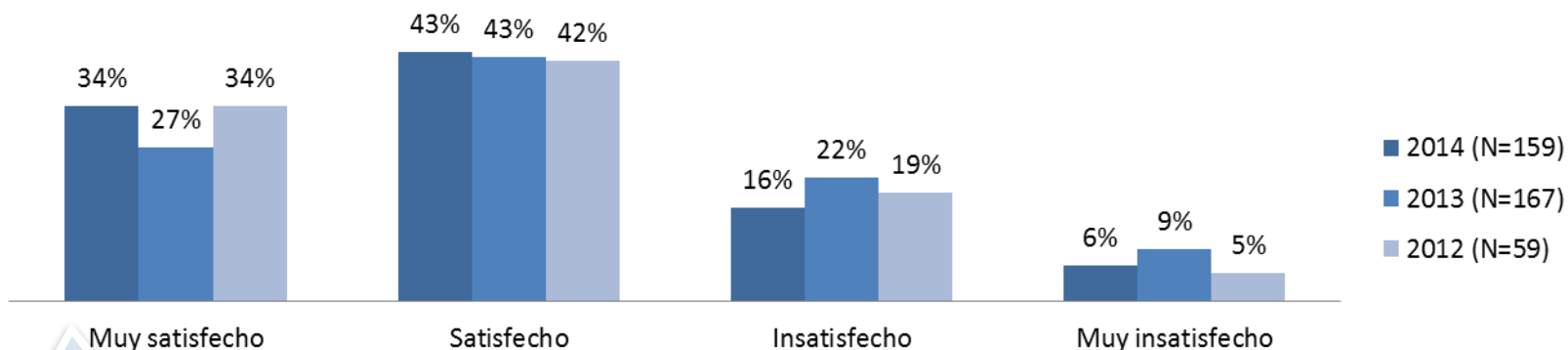


El 2013, la causa principal también era la completitud de la respuesta (44%), seguida de la baja confianza en la información entregada (25%). En esta ocasión, disminuyen estas razones, aumentando la cantidad de personas que apelan a la claridad y atribuciones del CPLT.

3.2 Reclamantes

Reclamantes: Satisfacción y evaluación global

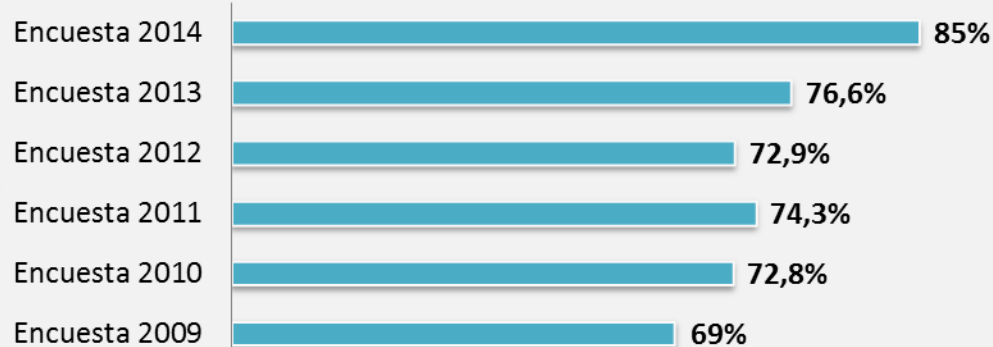
En general, ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los servicios entregados por el Consejo para la Transparencia?



Mejora bastante la satisfacción general, recuperándose los niveles del 2012

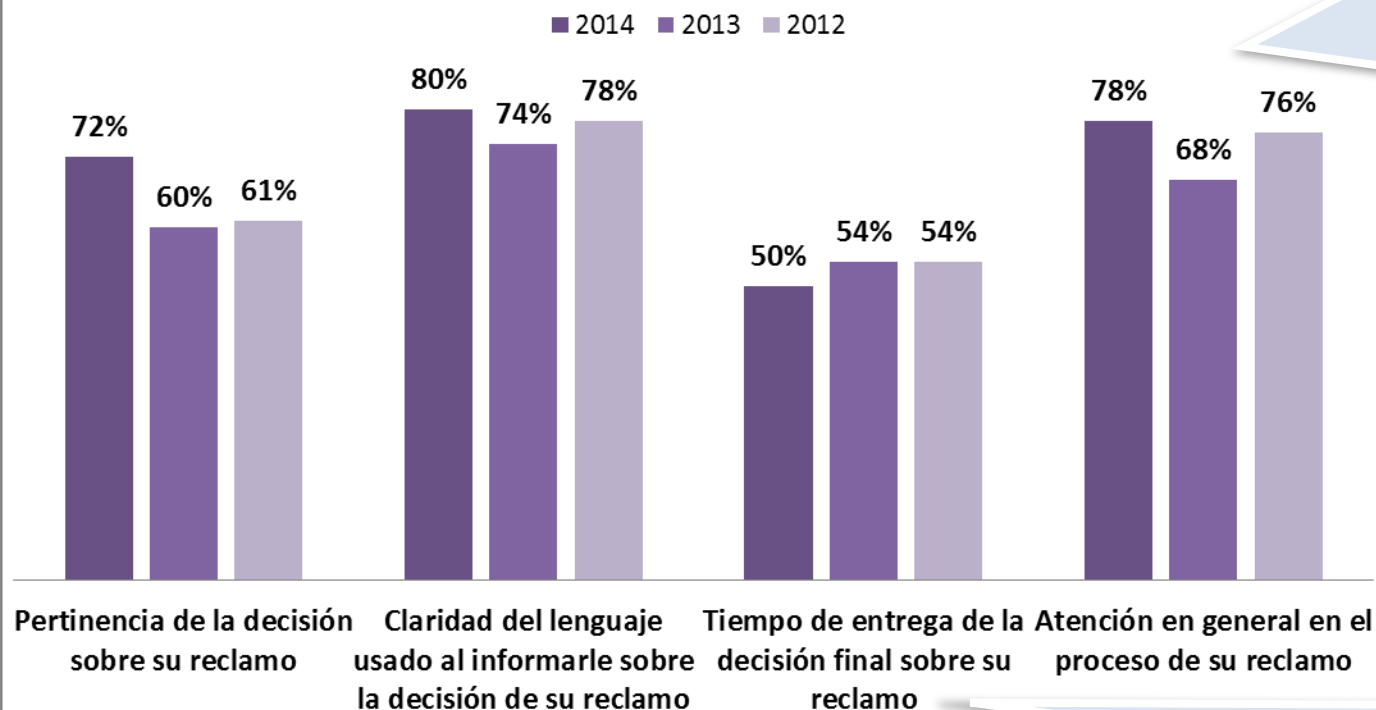
Se observa una importante alza en la satisfacción comparada con otros servicios públicos

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



Reclamantes: Satisfacción servicios CPLT

En términos generales, y pensando en su último reclamo, ¿Cuán satisfecho quedó Ud. con los siguientes aspectos? (Muy satisfecho/Satisfecho)

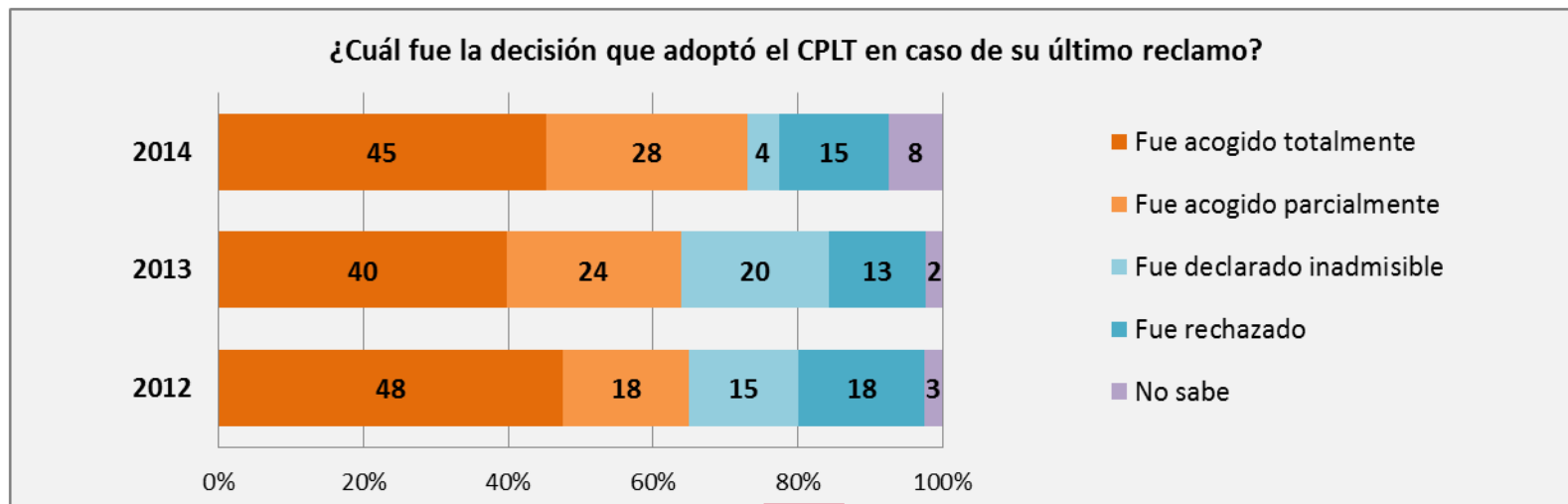


Se observan interesantes alzas en la satisfacción con la pertinencia de las decisiones, la claridad del lenguaje y la atención en general.

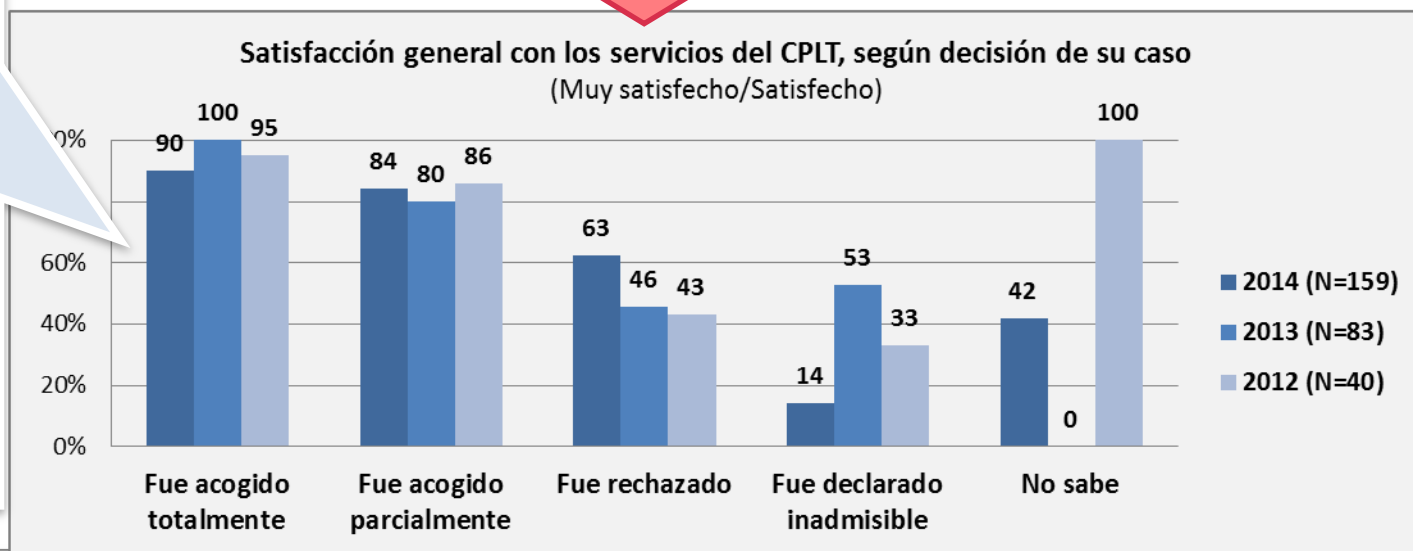
Existe insatisfacción respecto a los tiempos de entrega de la decisión

Reclamantes: Decisión final

Tipo de decisión y su efecto en la satisfacción de los clientes:



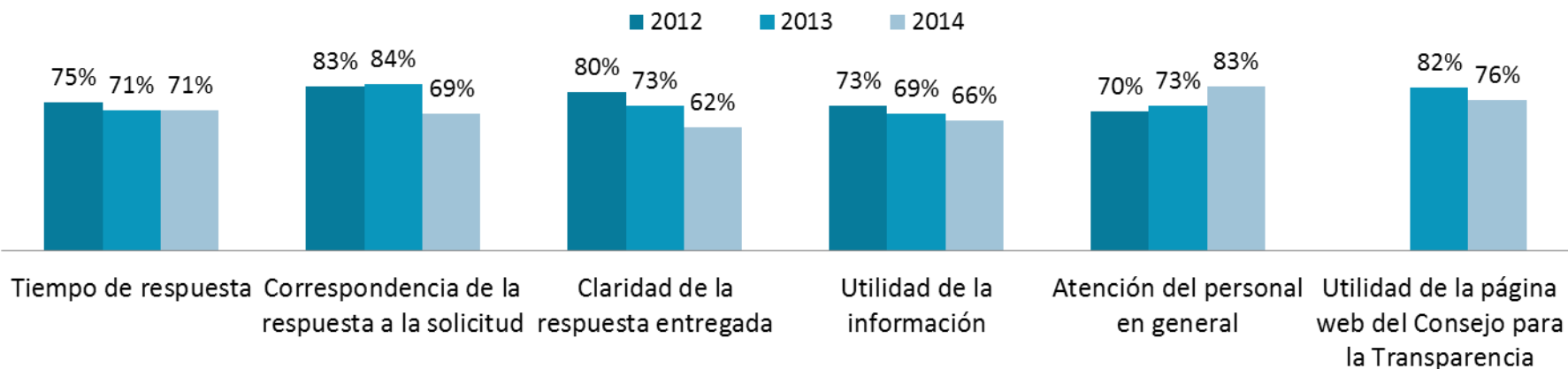
Llama la atención, que aún cuando fue acogido el reclamo, la satisfacción no es total. Tal vez, el tiempo de espera pueda explicar dicha situación



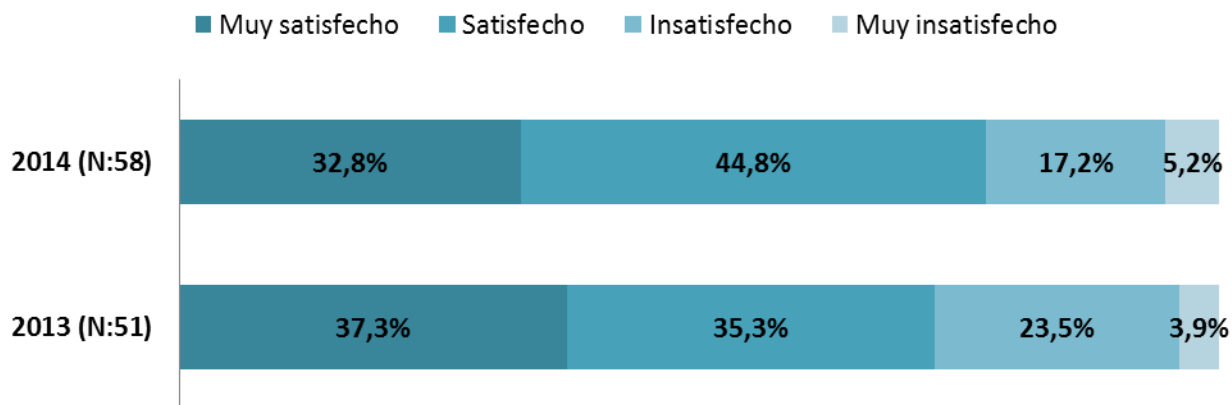
3.3 Solicitantes

Solicitantes: Satisfacción General

Satisfacción con aspectos específicos de la respuesta a su solicitud (Muy Satisfecho/Satisfecho)



En general, ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los servicios entregados por el Consejo para la Transparencia?

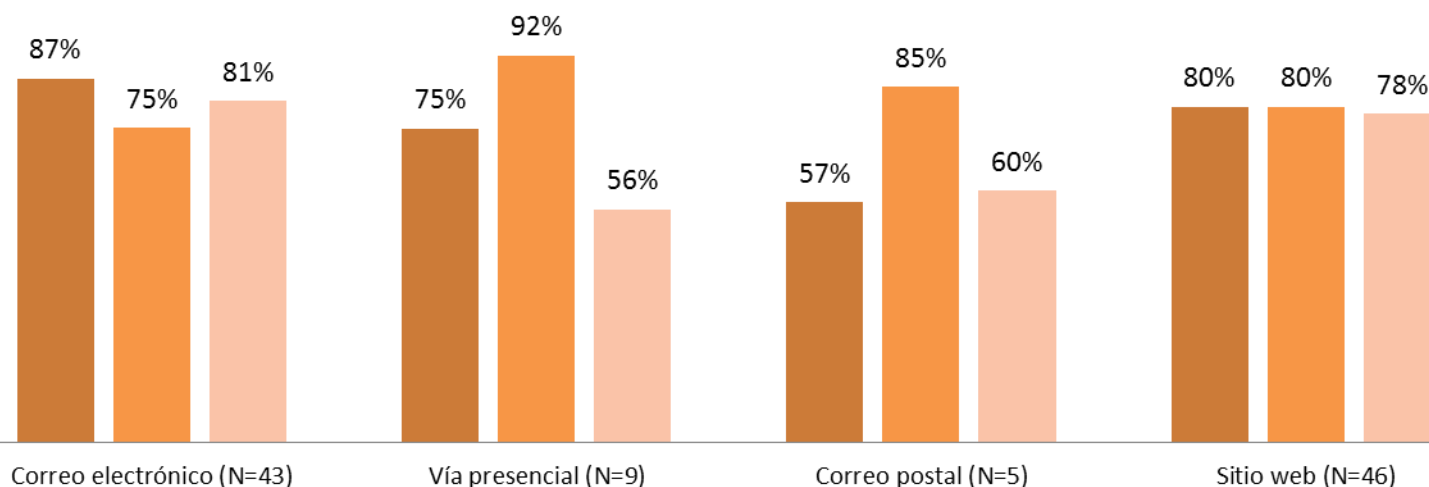


Solicitantes: Ingreso de solicitud

Respecto de los canales de comunicación a través de los cuales Ud. ha realizado solicitudes de información al Consejo

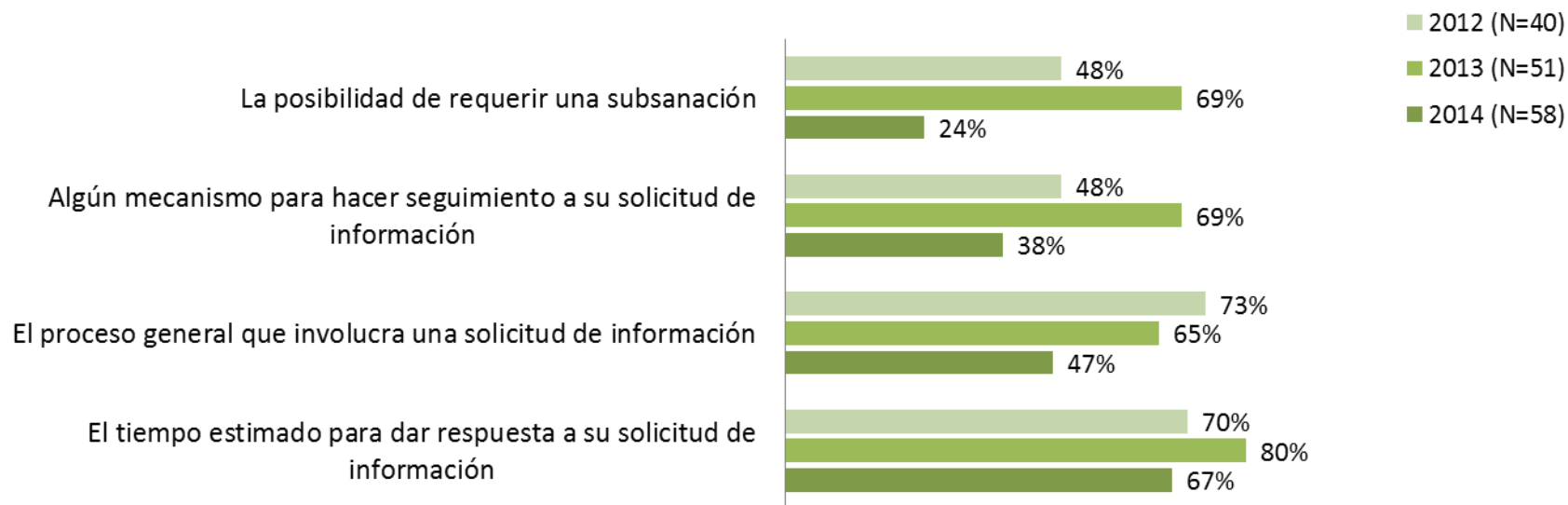
¿Qué nota, del 1 al 7, le pondría Ud. a los siguientes medios? (Notas de 5 a 7)

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014

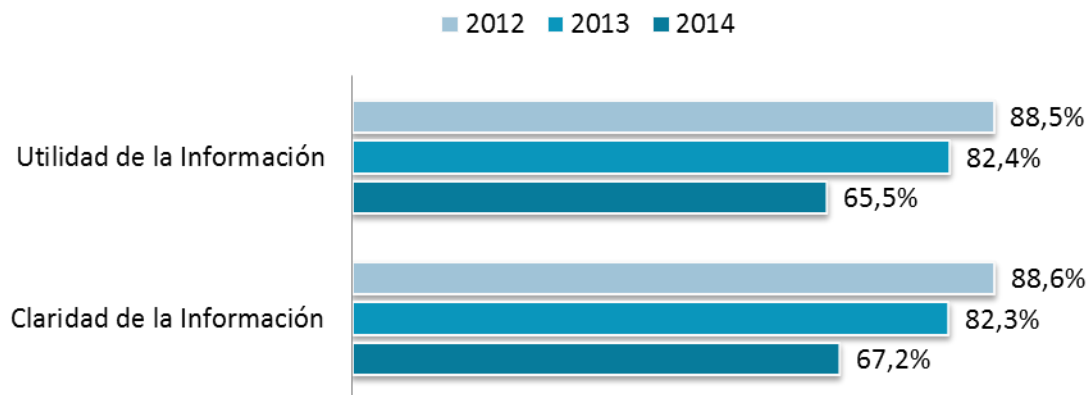


	Medias			
	Correo electrónico (N=43)	Vía presencial (N=9)	Correo postal (N=5)	Sitio web (N=46)
2014	5,6	4,4	4,2	5,7
2013	5,9	5,9	5,4	5,7

Durante el proceso de ingreso de su solicitud de información, ¿se le orientó sobre...?



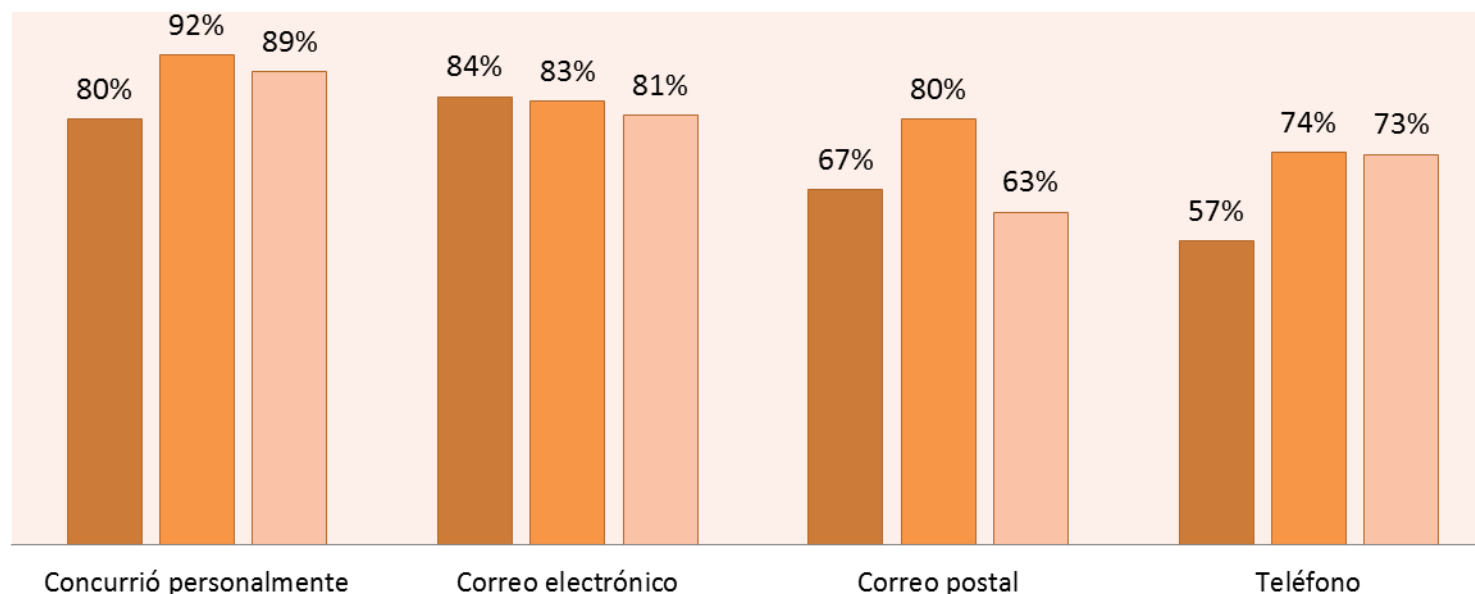
Respecto de la orientación recibida sobre la continuidad del proceso
¿Cuán satisfecho quedó con...? (% Satisfecho/Muy satisfecho)



**Se observa una importante
baja respecto a la satisfacción
con la orientación recibida en
el proceso de su Solicitud.**

Respecto de los canales de comunicación a través de los cuáles ha mantenido contacto con el Consejo para conocer el estado de su solicitud,
¿Qué nota, del 1 al 7, le pondría Ud. a los siguientes medios? (Notas de 5 a 7)

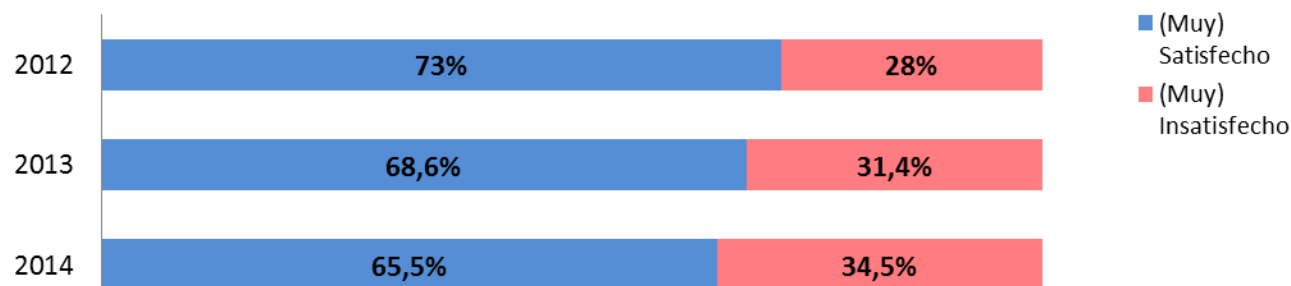
■ 2014 ■ 2013 ■ 2012



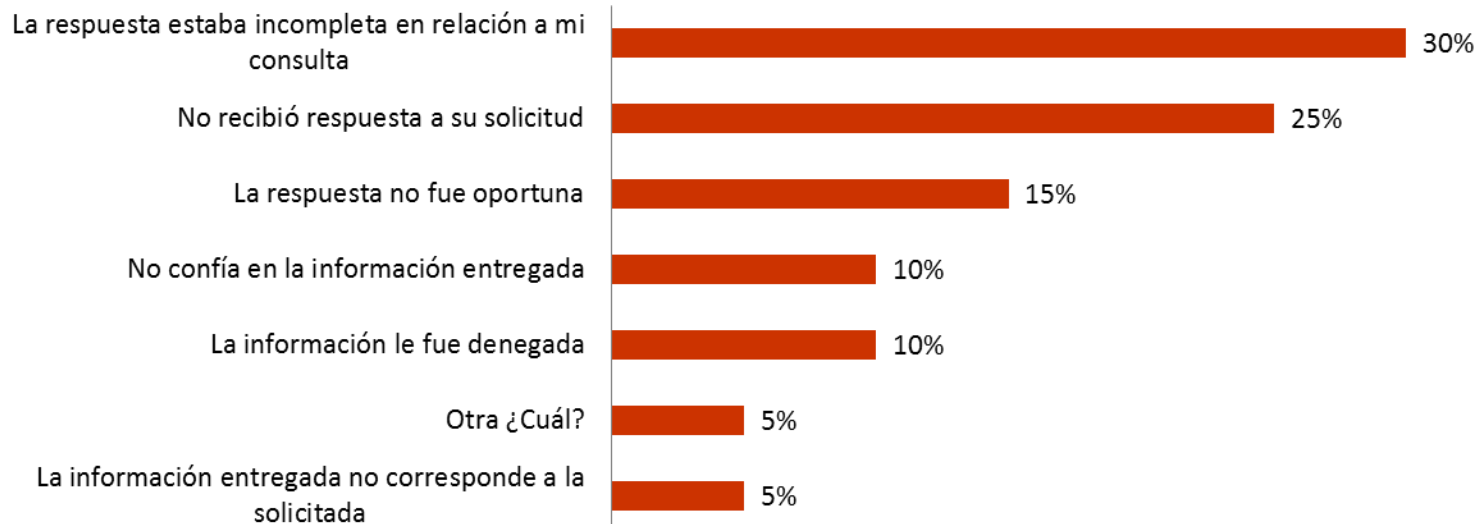
En general, cae la evaluación de los canales de comunicación (excepto correo electrónico). Llama la atención la caída y baja evaluación del canal telefónico.

Solicitantes: Respuesta final

Pensando en su última solicitud de información, ¿cuán satisfecho quedó Ud. con la respuesta final entregada por parte del Consejo a su solicitud de información?



¿Por qué razón quedó insatisfecho con la respuesta a su solicitud? (N=20)

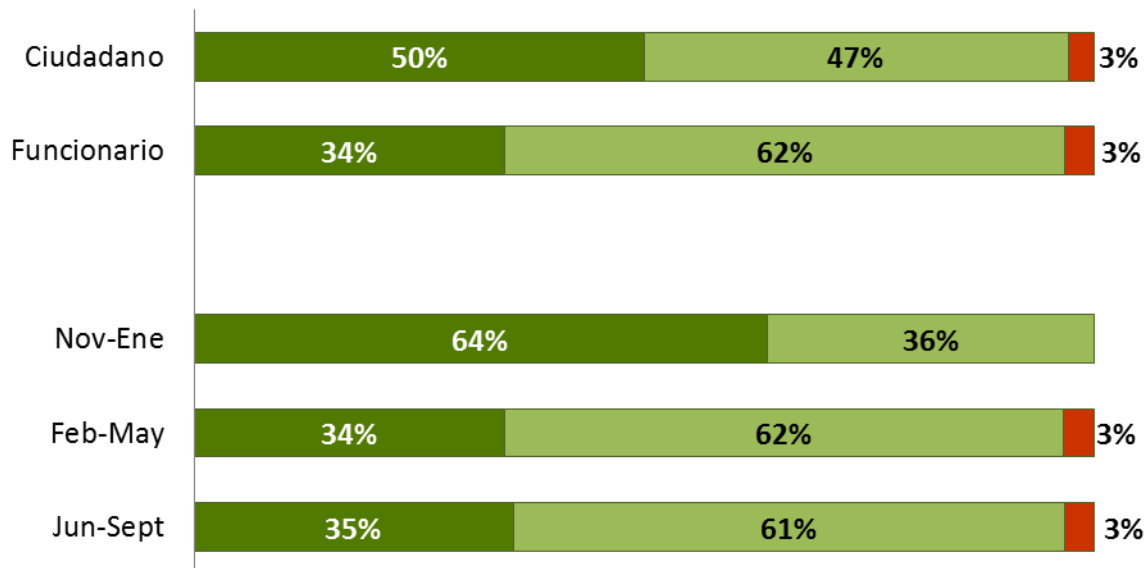


3.4 Capacitados

Capacitados: Satisfacción General

¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio entregado por el Consejo para la Transparencia?

■ Muy satisfecho ■ Satisfecho ■ Insatisfecho



Los capacitados ciudadanos tienen una mejor evaluación del servicio de capacitaciones en general.

Satisfechos / Muy Satisfechos

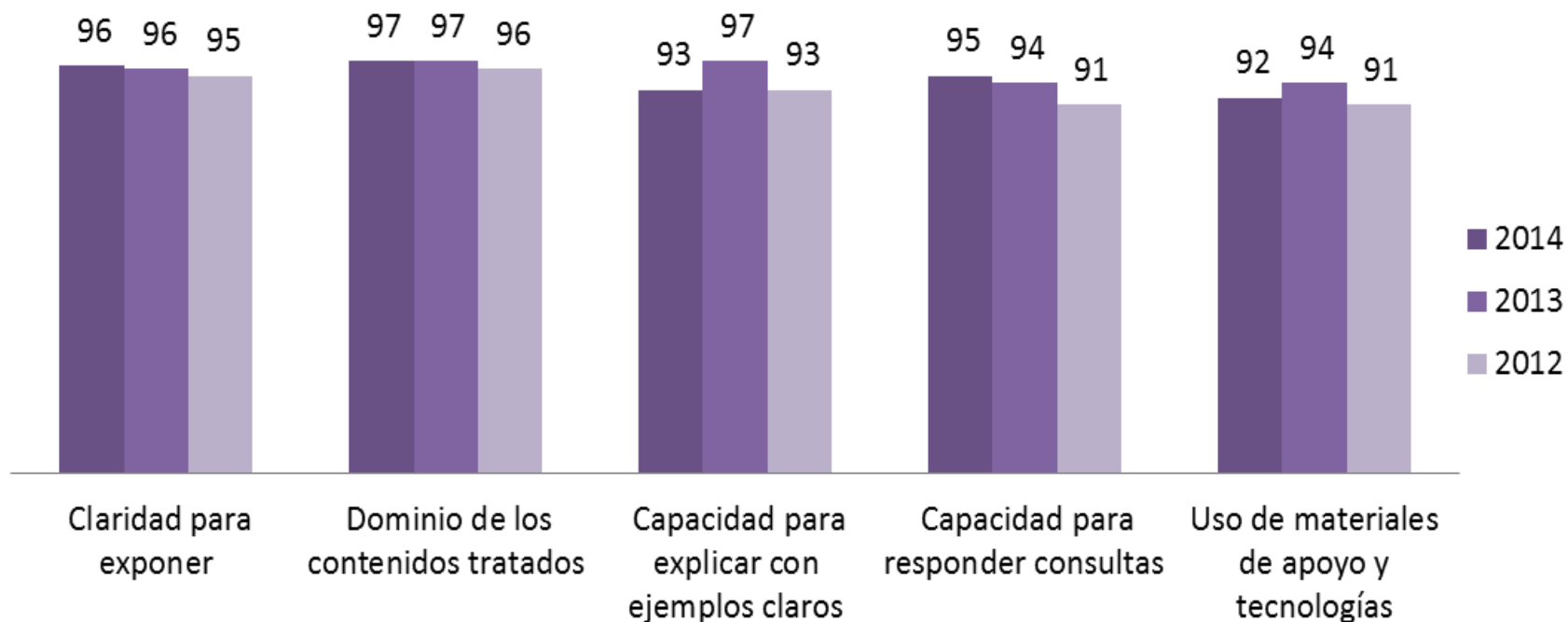
2014	2013	2012
97%	96%	92%

Capacitados: Recinto



2013	
Higiene del recinto	95,4%
Comodidad de las instalaciones	84,8%
Ventilación/ calefacción	84,0%
Facilidades para llegar	94,6%

En relación al relator, ¿cuán satisfecho está con...?
(% Satisfecho /Muy satisfecho)

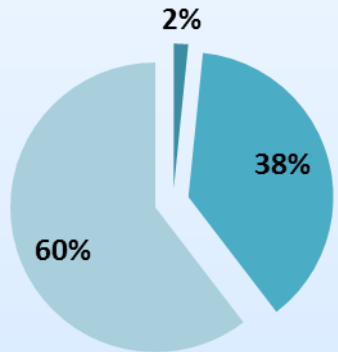


La evaluación del relator se mantiene en buen nivel.

Pero tiende a bajar el 2014.

Capacitados: Expectativas

En general, la capacitación fue:

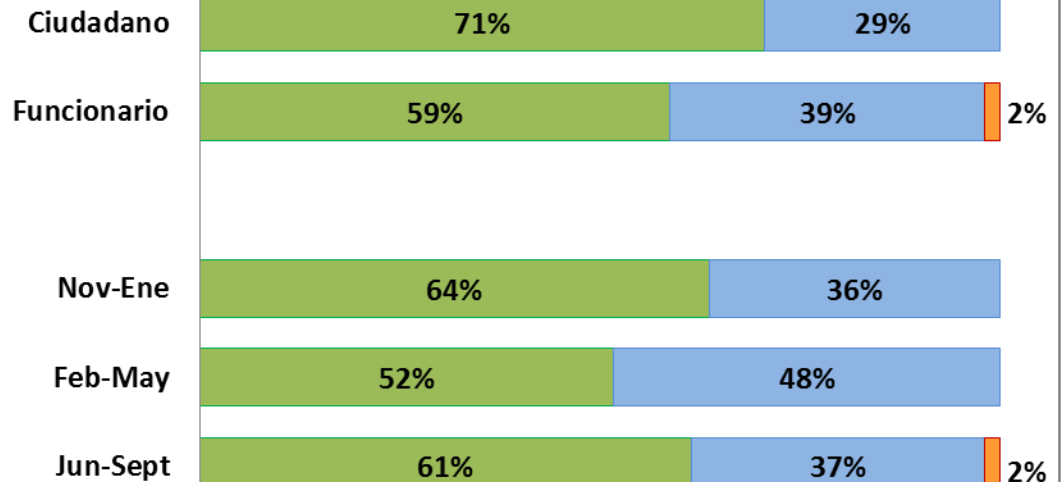


■ Peor de lo que esperaba
■ Igual a lo que esperaba
■ Mejor de lo que esperaba



En general, la capacitación fue:

■ Mejor de lo que esperaba
■ Igual a lo que esperaba
■ Peor de lo que esperaba



2013

Peor de lo que esperaba	3,6%
Igual a lo que esperaba	44,4%
Mejor de lo que esperaba	51,9%

La capacitación supera más las expectativas que el 2013

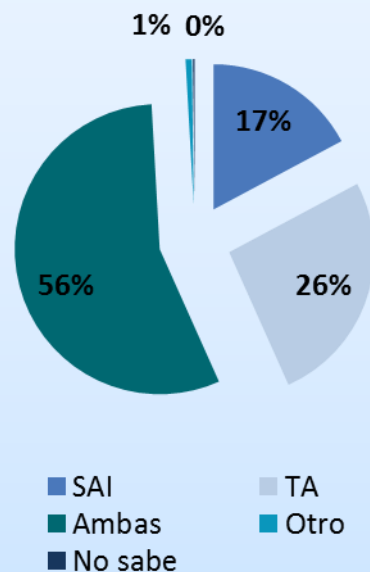
Los funcionarios tenían mayores expectativas de las capacitaciones que los ciudadanos.

3.5 Enlaces

Enlaces: PERFIL

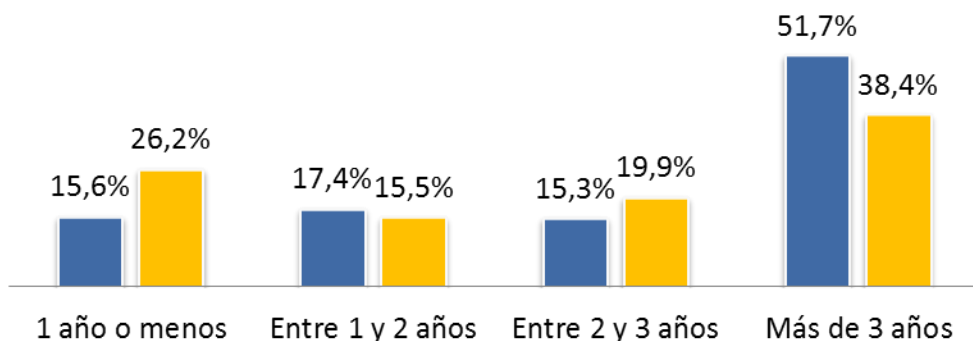
Sexo	Hombre	53,6%
Tipo de institución	Ministerio o Servicio Público	47,6%
	Municipio	39%
Edad	Media:	44 años
	Rango:	Entre 23 y 77 años
Cargo actual	Jefe, sub-jefe o encargado	57,6%

¿Cuáles son los temas de transparencia que corresponden a sus funciones?



¿Desde hace cuánto tiempo su cargo está vinculado a los temas de transparencia?

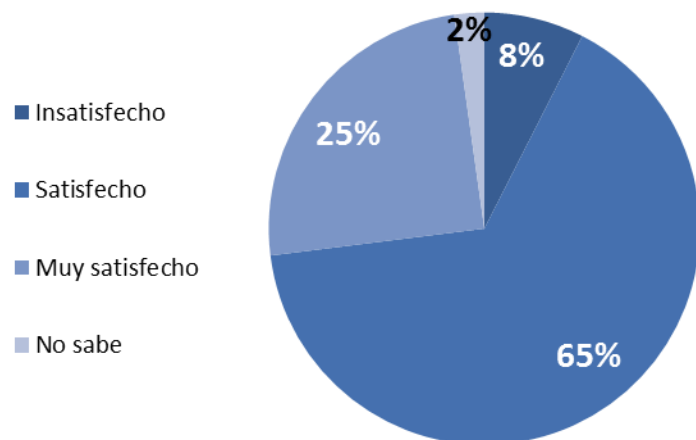
■ 2014 (N=582) ■ 2013 (N=206)



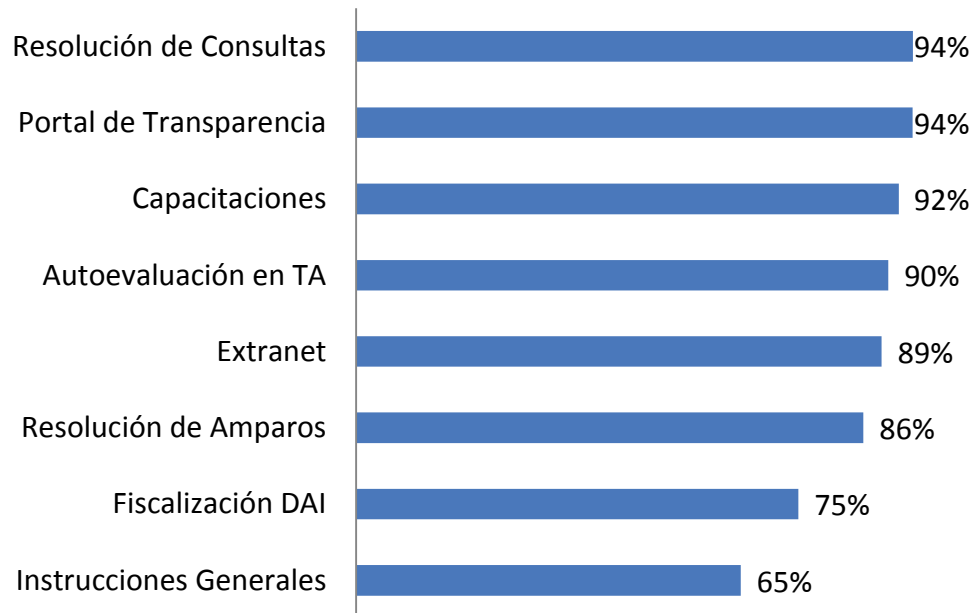
Nuestra población de Enlaces está teniendo más años de experiencia en el cargo

Enlaces: Satisfacción General y Opinión del CPLT

En general, ¿Cuán satisfecho se encuentra Ud. con los servicios que presta el Consejo para la Transparencia?



Evaluación de los Servicios del Consejo para los Enlaces (% de Satisfechos)



Satisfacción General
(%Satisfecho/Muy Satisfecho)

2014	2013	2012
90% 	95%	93%

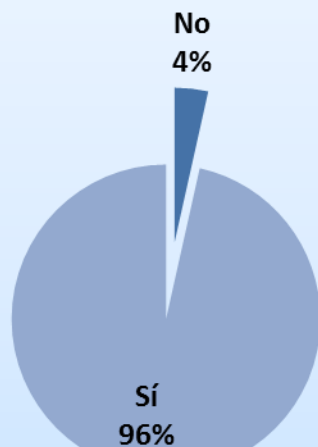
Se evidencia una baja en la satisfacción general de los Enlaces.

Los servicios más destacados son la resolución de consultas y el Portal de Transparencia, mientras que Fiscalización DAI y las Instrucciones Generales presentan los menores niveles de satisfacción.

Enlaces: Evaluación de Consultas

En general, ¿Ha recibido respuestas a sus consultas?

(N=400)



2013 2012

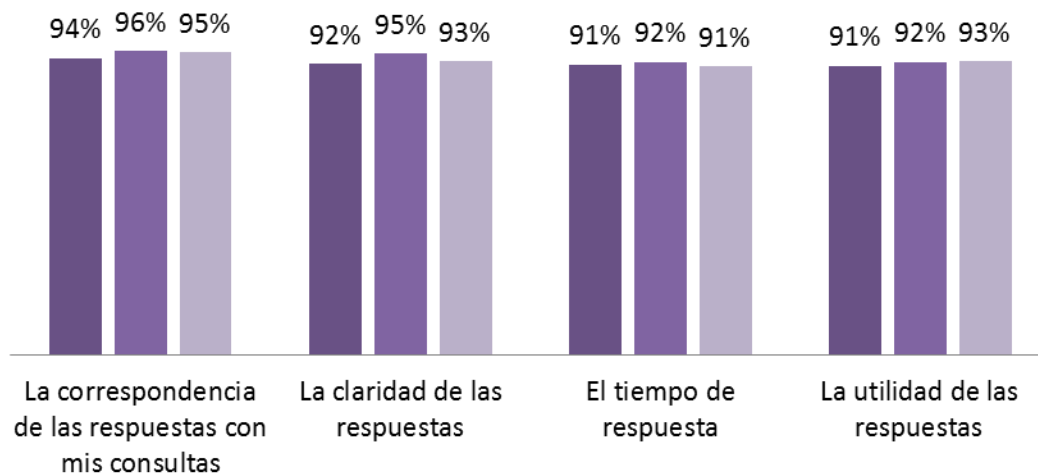
95%

96%

Respecto a las respuestas recibidas, ¿cuán satisfecho se encuentra con...?

(% Satisfecho/muy satisfecho)

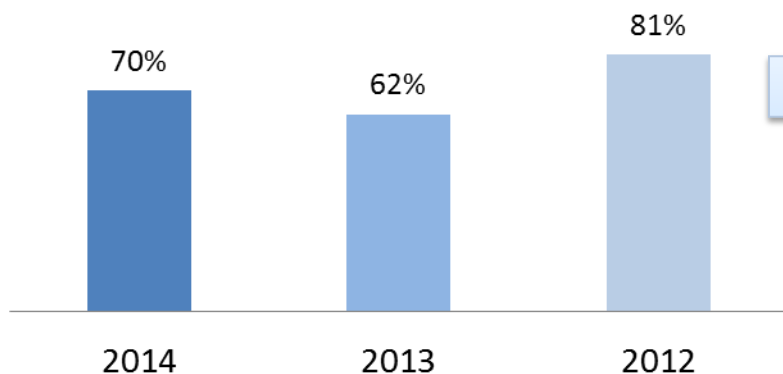
■ 2014 ■ 2013 ■ 2012



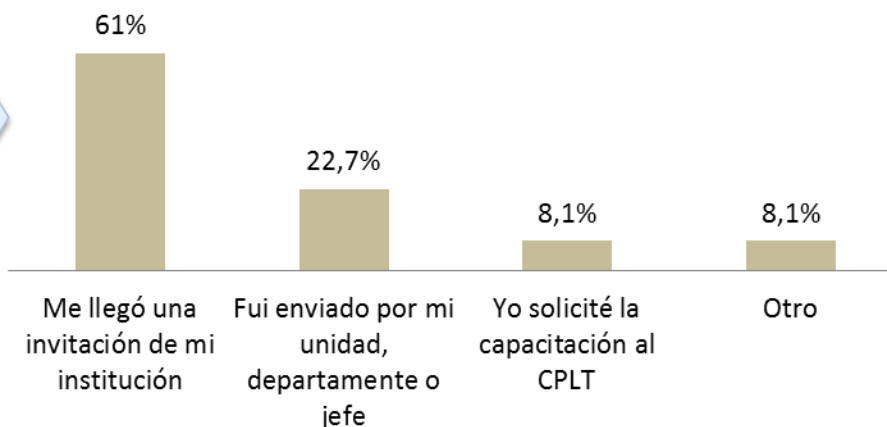
La evaluación de la calidad de la respuesta ha sido buena, pero muestra una leve baja este año.

Enlaces: Evaluación capacitación

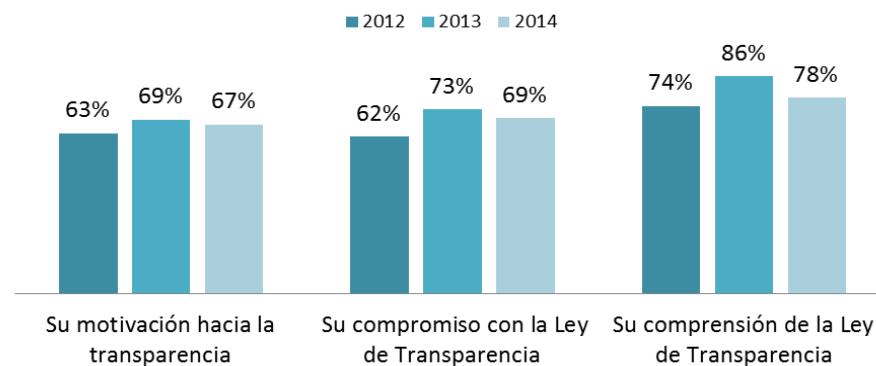
¿Ud. ha asistido a alguna capacitación del Consejo para la Transparencia?
(% respuestas Sí)



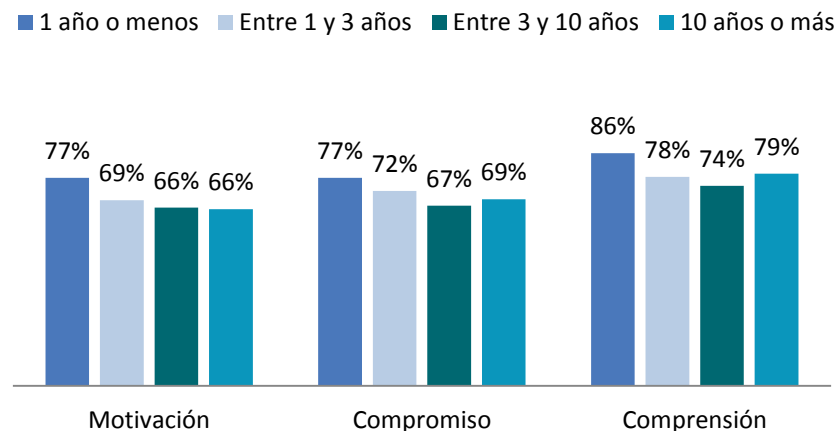
¿Por qué motivo asistió a dicha capacitación?
(N= 405)



Comparando antes y después de la capacitación
(% de respuestas AUMENTÓ)



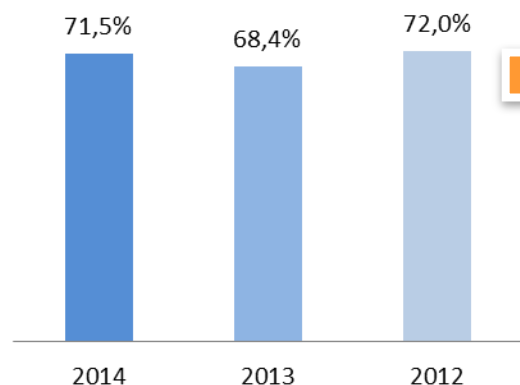
Efectos de la capacitación por antigüedad del Enlace (% AUMENTÓ)



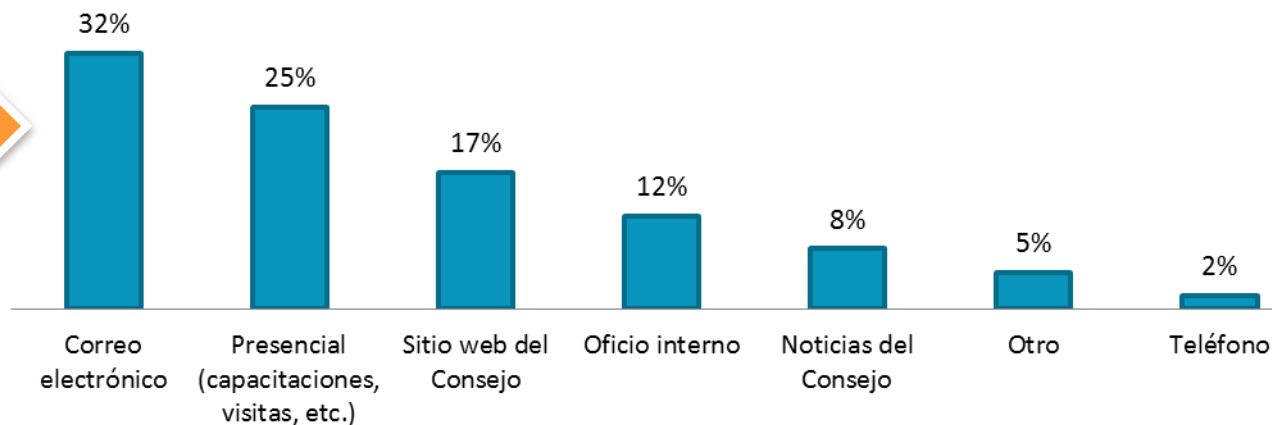
Los efectos de la capacitación son diferentes de acuerdo a la antigüedad de los Enlaces.

Enlaces: Extranet

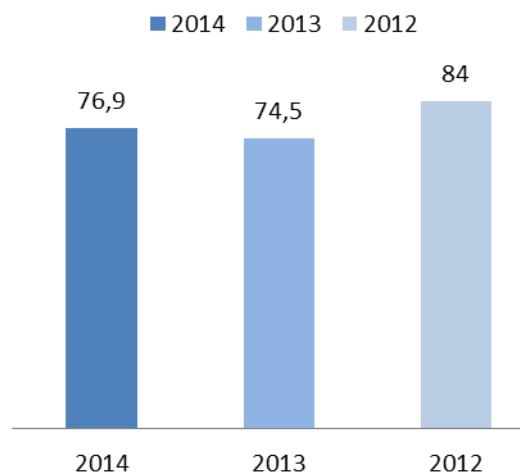
¿Ud. conoce la página de Extranet del Consejo?
(% Respuestas sí)



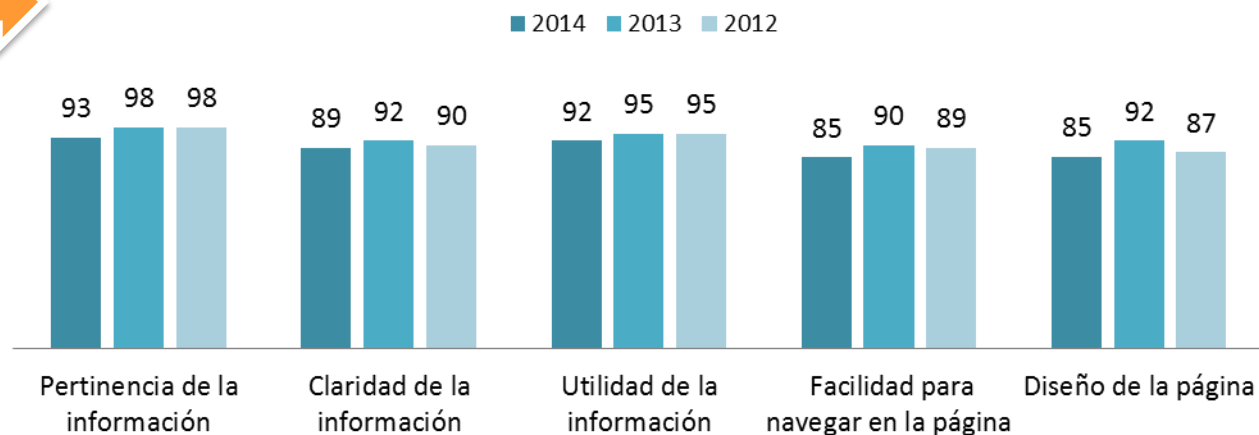
¿A través de qué medio se le informó de Extranet?
(Respuesta múltiple = 608 menciones)



¿Ud. ha utilizado la Extranet?

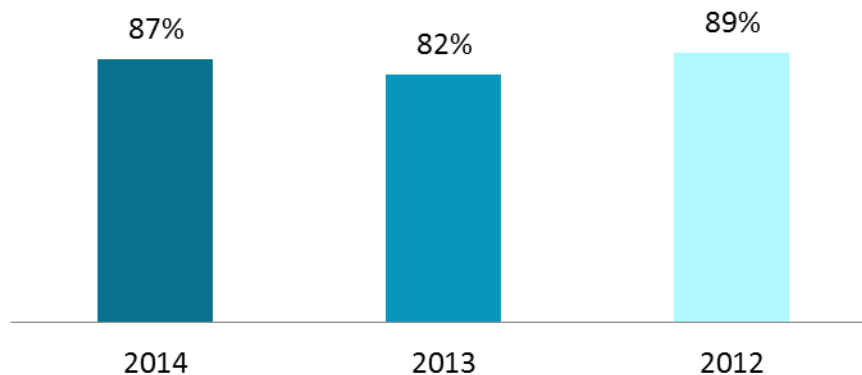


¿Cómo evalúa los siguientes aspectos del sitio de Extranet?
(% Satisfecho/muy satisfecho)



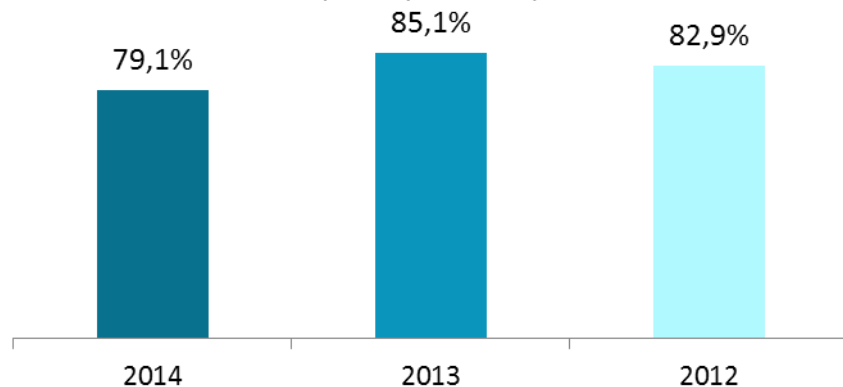
Revisión Informes

¿Ud. ha revisado alguno de los informes, correspondientes a estos procesos, que haya sido remitido a su institución por el Consejo para la Transparencia?



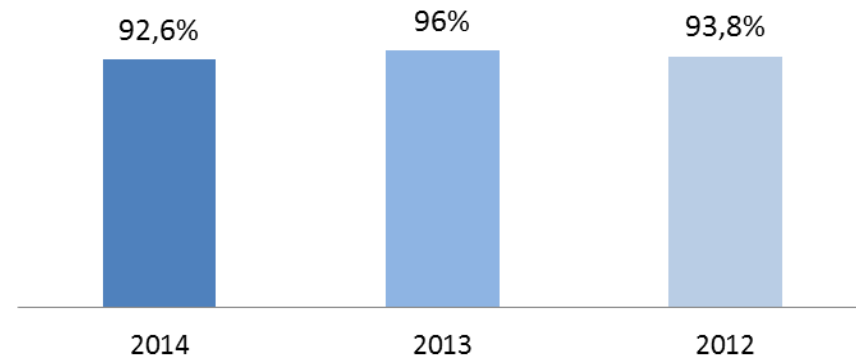
Comprensión Informes

¿Ha entendido con facilidad las observaciones y comentarios contenidos en dicho informe?
(% Respuestas sí)



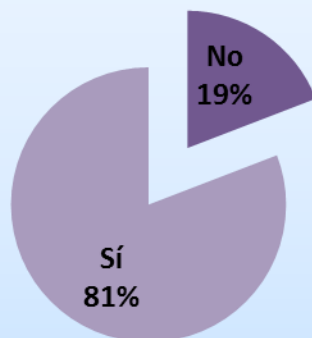
Aporte Informe

Dichos informes, ¿constituyen un aporte al mejoramiento de la gestión en las materias de transparencia activa?



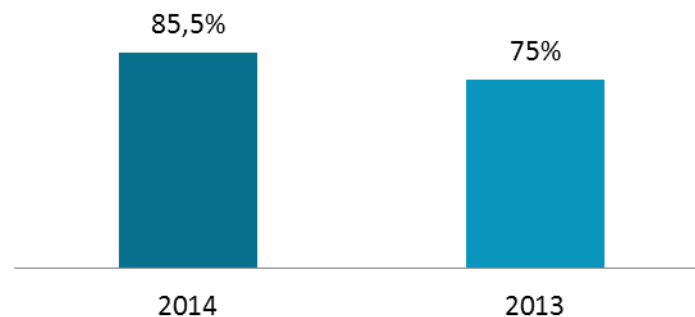
Enlaces: Opiniones sobre fiscalización DAI

¿Sabe si su institución ha sido evaluada?



Revisión Informes

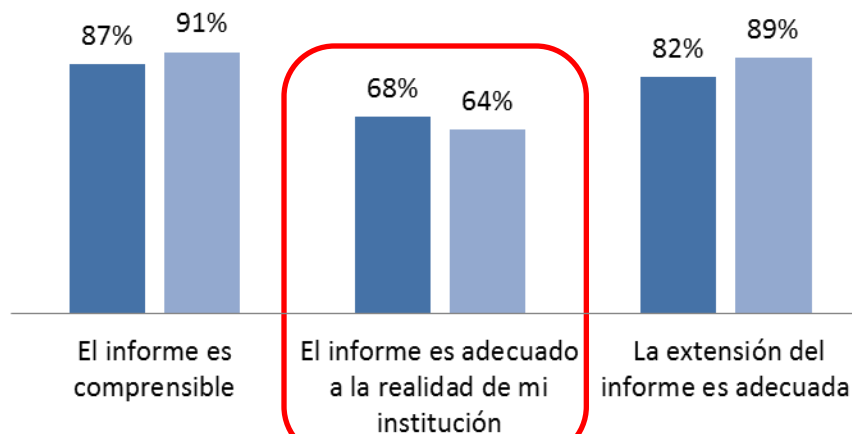
¿Ud. ha revisado el informe con los resultados de la evaluación de su institución?



Comprensión Informes

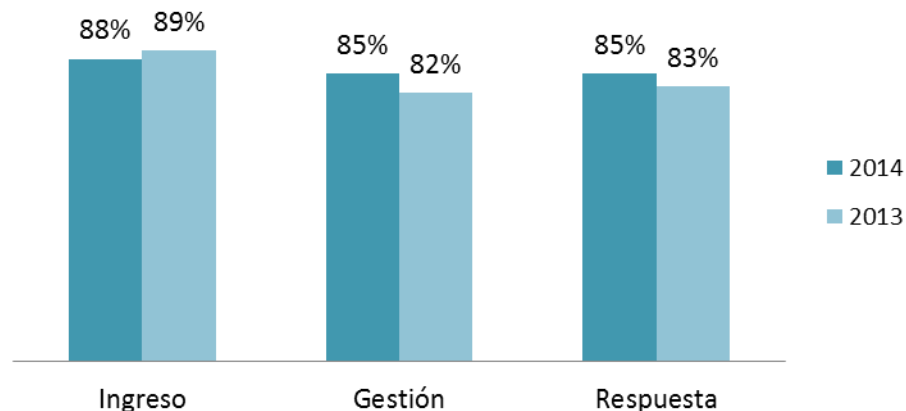
¿Qué tan de acuerdo está con...?
(% De acuerdo/ Muy de acuerdo)

■ 2014 ■ 2013



Aporte Informes

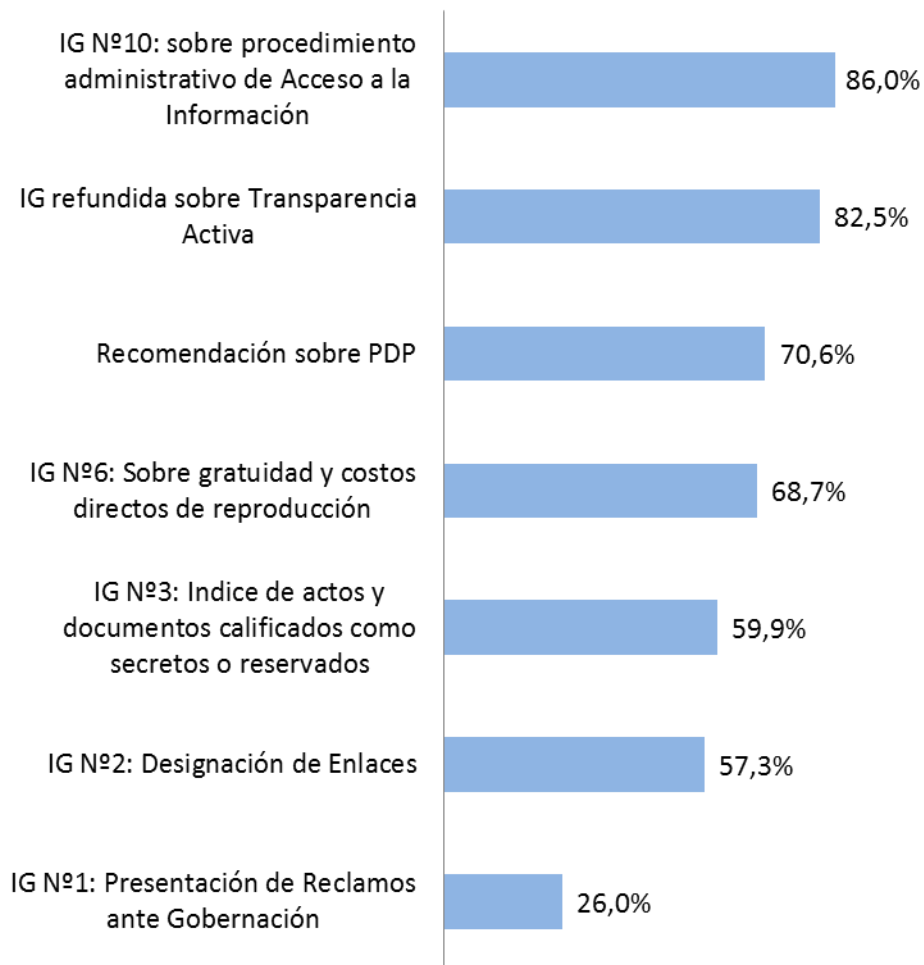
Dichos informes, ¿constituyen un aporte al mejoramiento de la tramitación de las solicitudes de información en las siguientes etapas?



Enlaces: Instrucciones Generales

Uso

Indique cuáles de las siguientes Instrucciones Generales y/o Recomendaciones ha utilizado:



Utilidad

¿Qué tanto le ha servido como orientación para el desarrollo de sus funciones en torno a la transparencia? (% Mucho)

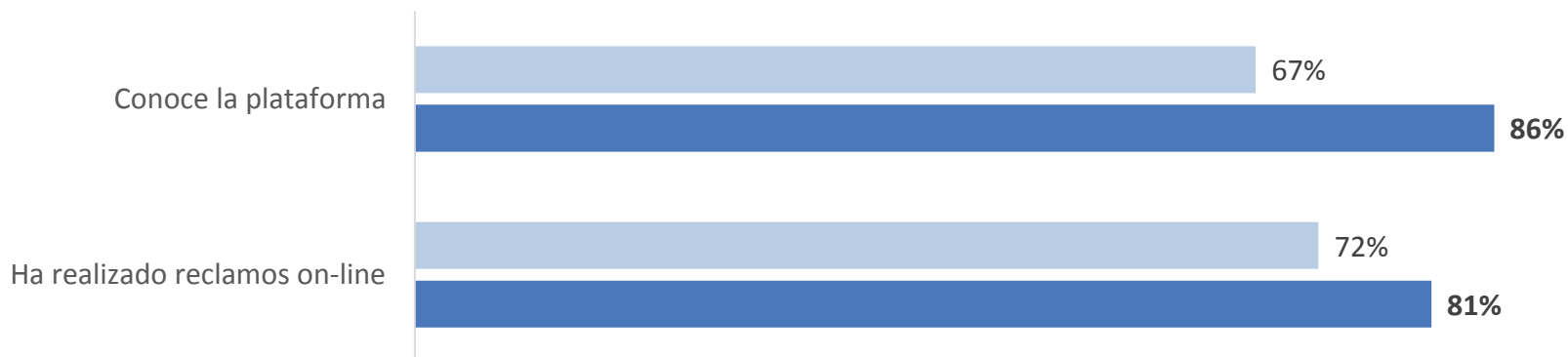


4. Reclamo en Línea y Portal de Transparencia

Reclamos en Línea (RECLAMANTES)

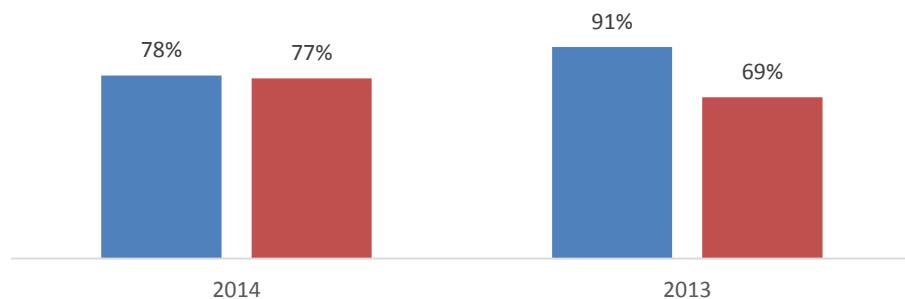
Conocimiento y uso de la herramienta reclamo en línea

■ 2013 ■ 2014



Nivel de satisfacción general con CPLT por uso de reclamo en línea

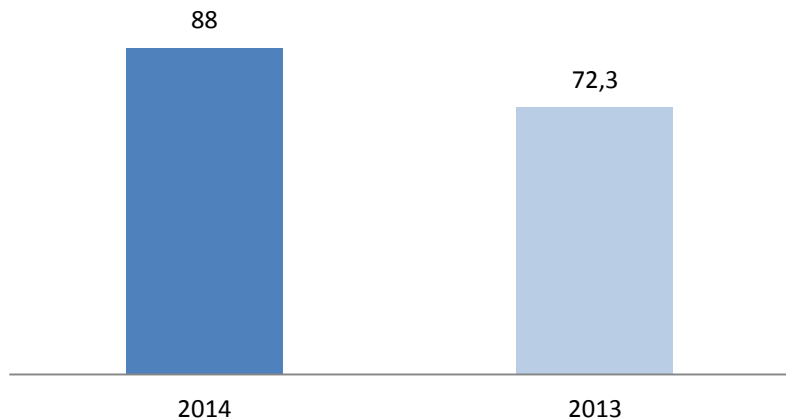
■ Ha usado reclamo en línea ■ Promedio reclamantes



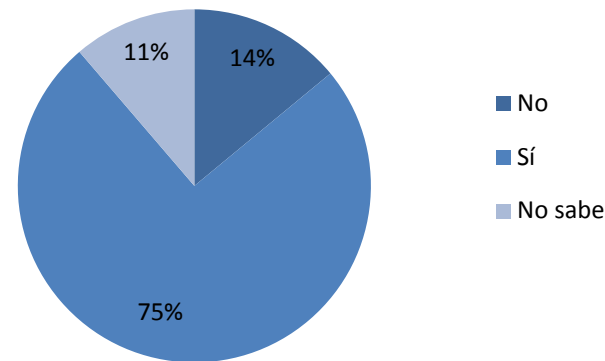
Si bien el 2013 quienes habían usado el sistema se mostraban mucho más satisfechos que el promedio de los reclamantes, con el aumento del uso de la herramienta, esta diferencia ha desaparecido.

Portal de Transparencia (ENLACES)

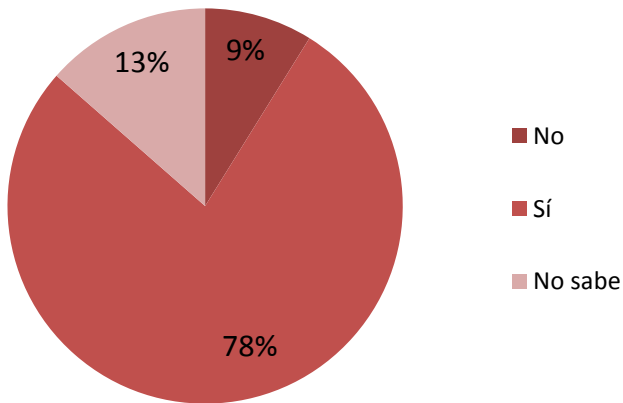
% de Conocimiento del Portal de Transparencia



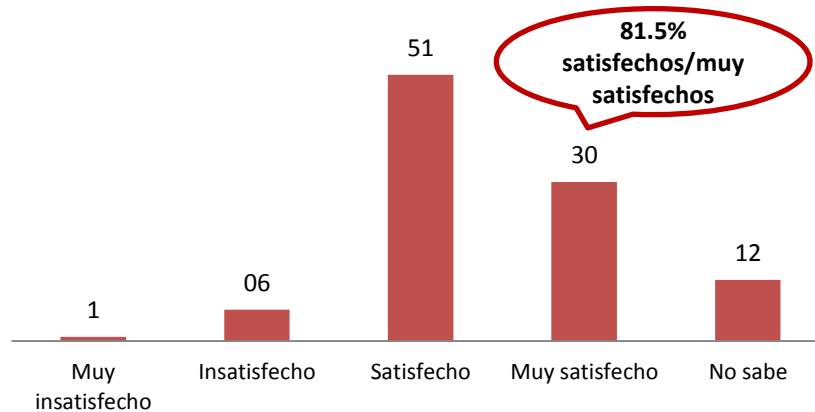
¿Su institución se encuentra adherida al Portal de Transparencia?



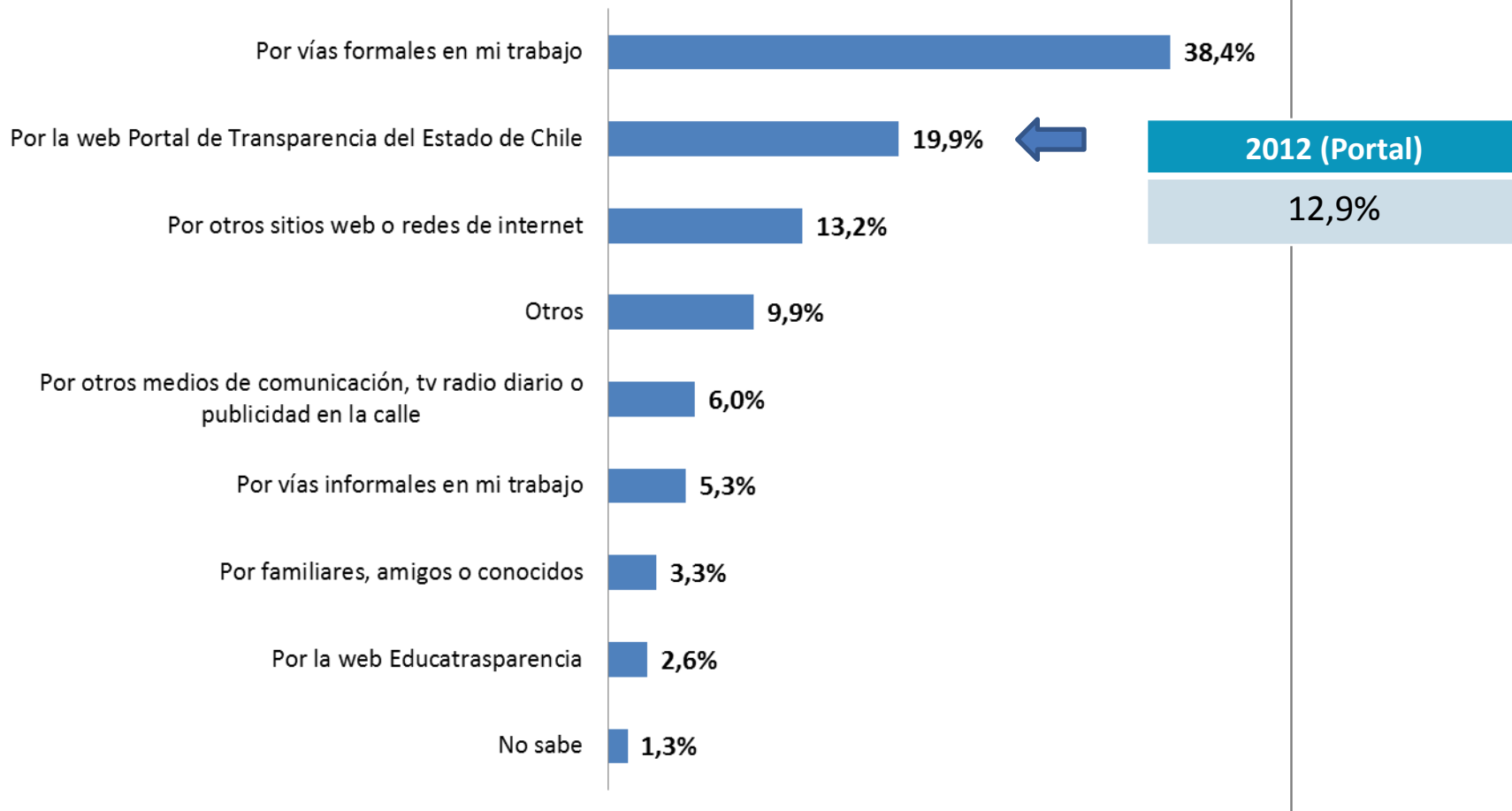
¿El Portal de Transparencia ayuda a la tramitación y registro de las solicitudes de información recibidas?



¿Cuán satisfecho se encuentra con el Portal de Transparencia como herramienta para la tramitación de solicitudes de información?



¿A través de qué medio identificó al Consejo para la Transparencia, como la institución adecuada para realizar su consulta? (N=151)



5. Principales hallazgos

Principales Hallazgos

- La medición más seguida tiene efectos menores en la tasa de respuesta. Lo que lleva a la necesidad de evaluar la necesidad real de la medición continua.

Tasas de respuesta:

	2012	2013	2014 febrero	2014 junio	2014 octubre	2014 Agregado
Reclamantes	23,2%	19,6%	14,9%	25,8%	28,4%	23,0%
Solicitantes	23,7%	24,5%	17,3%	20,4%	14,3%	17,3%
Consultantes	19,7%	20,9%	22,0%	27,0%	22,7%	23,9%
Enlaces	34,3%	25,4%	-	-	29,4%	29,4%
Capacitados ciudadanos			6,3%	13,5%	15,4%	11,7%
Capacitados funcionarios	21,2%	18,3%	4,2%	28,9%	25,4%	19,5%
TOTAL	23,4%	20,8%	17,5%	24,8%	26,9%	20,8%

- Los efectos en los resultados de la medición son consistentes con los resultados de años anteriores, y el cambio en la percepción de los Consultantes, también se mostró consistente en las dos últimas mediciones, de esta manera, no se evidencia que el aumento de la periodicidad de la medición, produzca efectos en las opiniones de los Clientes evaluados.

Principales Hallazgos

- Se evidenciaron bajas importantes en **la evaluación de los consultantes y menores en la de los solicitantes.**
- En el caso de los consultantes, los puntos con mayores problemas son ***la capacidad efectiva para dar respuesta a su problema, la atención recibida, la insatisfacción con la respuesta recibida, la utilidad de la información y los tiempos de respuesta.***
- En el caso de los solicitantes, el problema cruza todo el proceso de solicitud, pues existe **insatisfacción con el medio presencial para realizarla, con la orientación durante el proceso de la solicitud y con la respuesta recibida.**
- Se observa una baja en la percepción de los atributos del CPLT por parte de los Consultantes. Esta percepción sube levemente en Reclamantes y Solicitantes y se mantiene constante en el caso de Capacitados.
- Se evidencia **un aumento importante en el conocimiento y uso de las herramientas tecnológicas que facilitan el ejercicio del Derecho de Acceso a la Información: Portal y Reclamo en Línea,** las cuales además, tienen una evaluación positiva por parte de sus usuarios.

Recomendaciones

- A la luz de los resultados del Estudio, se pueden identificar algunos elementos relevantes que pueden estar afectando la percepción de los Clientes sobre los servicios del CPLT de manera transversal:

Cambios en el tipo de Cliente

Es necesario observar elementos adicionales del perfil de los clientes.

Por ejemplo, en el caso de los consultantes, se debería cuantificar la cantidad de consultas que apuntan a áreas fuera de las atribuciones del Consejo y revisar el tipo de respuesta que se entrega en esos casos.

Evolución de los Clientes

Los clientes de larga data, como los Enlaces, van cambiando sus necesidades y modificando sus requerimientos. Es necesario ajustar y perfeccionar los productos y procedimientos del Consejo para satisfacer nuevas necesidades.

En estas relaciones hay un cambio de expectativas y a veces falta de claridad respecto de la aplicación de algunos criterios en las decisiones y acciones del Consejo.

Además, es importante analizar hasta qué punto nos hacemos cargo de esas expectativas. Por ejemplo, en Enlaces, respecto de consultas sobre cómo tramitar una SAI específica del órgano.

Cambios en la forma de interacción con los Clientes

Por ejemplo, en el caso de los solicitantes, dadas las características del Portal, puede que muchas personas dirijan sus solicitudes al Consejo, cuando van realmente a otra institución, esta situación obliga a modificar la manera de enfrentar las solicitudes derivables para tratar de dar la mayor facilidad y mejor experiencia posible al ciudadano.



www.consejotransparencia.cl