



REF.: APRUEBA MANUAL DE LA DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR DEL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.

RESOLUCIÓN EXENTA N° **0355**

SANTIAGO, **17 ABR 2014**

VISTOS:



Lo dispuesto en los artículos 57 y siguientes de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, especialmente su artículo 59; el artículo 31 del D.F.L. Núm. 1/19.653, del año 2000, que Fijó el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; el artículo 3 de la Ley N° 19.880, que establece Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado; la Resolución Exenta N° 654, de 2013, del Servicio Nacional del Consumidor; la Resolución N° 1600 de 2008, de la Contraloría General de la República; y demás antecedentes que se acompañan.

CONSIDERANDO:

1. Que, durante el mes Marzo de 2014, se elaboró la versión 10 del "Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor", por parte del Departamento de Gestión Territorial y Canales, el cual aplica a todas las plataformas de atención de público a nivel nacional Presencial y Web Center.
2. Que, en su Informe N° 94/2013, la Contraloría General de la República ha requerido que se formalice la aprobación del documento señalado en el Considerando 1, en virtud de lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley N° 19.880.
3. Que, mediante Resolución Exenta N° 654, de 03 de Junio de 2013, el Servicio Nacional del Consumidor modificó la denominación del modelo de atención al consumidor, "SernacFacilita", por "SernacAtiende", manteniendo íntegramente sus objetivos, canales y ejecución bajo esta nueva nomenclatura.
4. Las facultades que la Ley confiere a este Director Nacional.



RESUELVO:

1. APRUÉBASE la versión 10 del "Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor", el que se adjunta a continuación:

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 1 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|--|---|---|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 2 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Índice



| | |
|---|----|
| I.- Introducción | 4 |
| II.- Desarrollo Histórico..... | 7 |
| 1.- Alcance..... | 7 |
| 2.- Criterios que incidieron en la toma de decisión de la creación del Modelo de Atención al Consumidor | 7 |
| 3.- Objetivo y propósito del Modelo de Atención al Consumidor. | 8 |
| 4.- Responsables de la creación e implementación del Modelo de Atención al Consumidor. | 9 |
| 5.- Objetivos Específicos del Modelo SF | 10 |
| III.- Ejes fundamentales para el desarrollo del Proceso de Atención al Consumidor | 11 |
| 1.- Acercar el Sernac a la Gente..... | 12 |
| 2.- Contar con una Plataforma Tecnológica | 13 |
| 3.- Integrar los flujos de información que el Sistema requiere, | 13 |
| en base a procesos de Interoperabilidad con otros actores..... | 13 |
| del Modelo. | 13 |
| 4.- Contar con mecanismos de control para el Proceso de atención al Consumidor..... | 17 |
| IV. Productos, Actores y Plataforma Tecnológica/ Soportes del sistema SF..... | 25 |
| 1.-Productos:..... | 25 |
| 2.- Actores del proceso. | 26 |
| 3.- Plataforma Tecnológica y Soportes. | 28 |
| V.- Problemas detectados en la implementación y desarrollo del nuevo modelo de gestión de Atención al Consumidor..... | 33 |
| 1.- Canal Presencial | 33 |
| 2.- Canal Telefónico (Call Center) | 34 |
| 3.- Canal Internet (Web Center) | 36 |

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2476</p> | Página 3 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

| | |
|---|----|
| VI.-Impactos de carácter estratégicos producidos en la implementación del Modelo de Atención al Consumidor..... | 37 |
| VII.- Beneficios específicos generados por el Modelo de Atención al Consumidor | 40 |
| 1.- Beneficios específicos para el Consumidor | 40 |
| 2.- Beneficios para las Instituciones: | 41 |
| 3.- Beneficio global del Modelo | 42 |
| VIII.- Consideraciones..... | 44 |
| IX.- Criterios de Aceptación | 44 |
| X.- Registros de Calidad | 44 |
| XI.- Requisitos de elementos de entrada del proceso | 45 |
| XII.- Riesgos | 45 |

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 4 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

I.- Introducción

Debido al progresivo aumento en las relaciones de consumo y los complejos problemas que surgen de la relación entre consumidores y proveedores al interior de los mercados, el Estado ha debido implementar mejoras sustantivas orientadas a enfrentar y a modernizarse para asumir las nuevas necesidades y requerimientos de los ciudadanos en su calidad de consumidores/as.



El Sernac, como organismo gubernamental encargado de velar por este tipo de relaciones, se ha adecuando a estas realidades implementando una oferta institucional con nuevos desarrollos, que asegure una permanente cobertura territorial disponible para todos los ciudadanos a nivel nacional, que les permita acceder a todos los productos y servicios que forman parte de nuestra gestión institucional.

Esto proceso ha sido posible, por un lado, desarrollando los canales digitales, vale decir, canal Internet y canal telefónico a nivel de todo el territorio nacional y por el otro, potenciando una red territorial en la mayoría de los municipios a través de convenios con municipalidades.

Simultáneamente a este proceso de cobertura territorial, se ha desarrollado un importante proceso de interoperabilidad con diferentes servicios públicos que tienen competencias en materias de consumo, lo que ha permitido desarrollar un modelo de Ventanilla Única, facilitando la gestión de los consumidores/as frente a los diversos problemas de consumo que deben enfrentar en su vida cotidiana. De esta manera se puede afirmar que el modelo SF resuelve dos aspectos fundamentales en las necesidades de los consumidores/as: **Reduce los costos de la gestión de un reclamo al facilitar su acceso por la cercanía territorial y a su vez lo puede gestionar en un solo centro o canal de atención.**

Este proceso, basado en la mejora continua, conlleva necesariamente acciones que buscan una simplificación del lenguaje (adecuado a cada tipo de usuario), orientación clara acerca de cómo acceder a nuestros servicios,

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 5 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

mejoras en el grado de efectividad en las acciones realizadas, con procedimientos de medición y monitoreo permanente en base a estándares previamente establecidos y realizando evaluaciones periódicas sobre el grado de conocimiento del servicio y niveles de satisfacción por parte de la ciudadanía.

Este proceso de mejora continua ha requerido desarrollar hacia el interior del SERNAC, la existencia de determinados estándares de calidad en todas las plataformas y canales de atención, tanto en los procedimientos de registro, de gestión y de cierre, estandarizando los tipos de respuestas, los tiempos de tramitación, criterios y procedimientos.

Este conjunto de características en torno a este modelo de gestión de calidad institucional en el ámbito de atención de Público, fue posible en la medida en que las definiciones originales del proyecto SERNAC*Facilita*, estuvieron basadas en una concepción sistémica, de carácter estratégico, que ha permitido la interrelación de diferentes actores y componentes en la construcción y maduración de este modelo.

1.- ORIGEN SF



A modo de resumen, SF nace como un Sistema Integrado de Atención a los Consumidores (SIAC), independiente de la institución competente, de la parte del territorio en que se encuentre, del canal que se use para el ingreso de un caso y del ejecutivo que lo atienda.

Paralelamente se crea una Plataforma Tecnológica, especialmente desarrollada para el Modelo, que permitió estandarizar los datos obligatorios para cada etapa del caso, registrar todas las gestiones realizadas por los ejecutivos en las bitácoras de cada caso, y obtener estadísticas que permiten fundamentar decisiones relativas a los otros productos estratégicos del SERNAC, desarrollados por los departamentos de Educación, de Estudios (productos, temas económicos, publicidad del mercado, etc.), Comunicación Estratégica (publicaciones, prensa), página Web, revista del SERNAC, Departamento Jurídico, etc.

2.- OBJETIVOS PRIMARIOS A NIVEL DE PROYECTO

Con todo aquello, el Sernac, a través del modelo SF, se propuso:



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 6 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

1. Permitir a los ciudadanos en su calidad de consumidores/as presentar sus requerimientos en materias de consumo en un lugar único, independientemente de la materia en cuestión, con el fin de ser gestionados por nuestras plataformas y canales en forma directa con los proveedores. En caso de no obtener una respuesta satisfactoria y cuyas materias fueran de competencia de otros servicio público y si el caso lo amerita, poder derivarlos en forma interna, a través de nuestra plataforma tecnológica, al servicio público competente.
2. Aumentar la cobertura e integración del sistema actual de Protección al Consumidor, dotándolo de un soporte informático que le permita responder oportunamente a las necesidades de la ciudadanía, permitiéndole acceso a la información no sólo para conocer el resultado de su requerimiento, sino también el estado de su tramitación.
3. Estructurar una red física territorial que incorpore las actuales Oficinas SERNACFacilita Municipio donde existan, e integrando otras instituciones en las comunas en que esta vía no esté disponible.
4. Potenciar los canales digitales Internet y Telefónico para la atención, por ser estas vías más accesibles, rápidas y económicas para que los ciudadanos ingresen sus requerimientos.
5. Estandarizar el proceso de la atención de público, garantizando calidad de atención en todas las plataformas SERNACFacilita, respuestas similares, tiempos de trámite homologados, etc. Todo inserto dentro de un proceso de mejora continua.

En virtud de estas definiciones originales y lo desarrollado hasta el presente periodo, podemos constatar que el diseño, implementación y la medición de sus resultados dan cuenta de una exitosa estrategia institucional en el ámbito de atención de Público, focalizado en los consumidores/as.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|--|---|---|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 7 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

II.- Desarrollo Histórico

1.- Alcance

La definición de los lineamientos del Modelo de Atención al Consumidor, son aplicados a todo el territorio nacional, definiendo sus productos, los actores que intervienen (Consumidores, Proveedores y Ejecutivos), y además, sus ejes fundamentales de desarrollo, objetivos y propósitos del modelo, así como los beneficios que incorpora a sus diferentes participantes.



En el Manual Plan de Tratamiento del Modelo de Atención al Consumidor, se declara cómo se gestionarán las brechas y mejoras que resulten de la medición y control del MAC.

2.- Criterios que incidieron en la toma de decisión de la creación del Modelo de Atención al Consumidor

En virtud del análisis de los reportes históricos de los últimos años respecto de casos ingresados a Sernac por los distintos canales de atención a público, el crecimiento de los diferentes mercados y su incidencia en las relaciones de consumo, la gran brecha existente entre la demanda generada por los consumidores y la oferta pública que presentaba el Estado en materia de protección de sus derechos, se concluye en la necesidad de generar nuevas competencias y desarrollo de nuevas habilidades a nivel institucional, diseñar e implementar variables tecnológicas que permitieran sostener la masividad y, a su vez, la especificidad del proceso con un sentido de proyección histórica.

- **Consumidores cuentan con más información y más propensos a reclamar:** Se genera un progresivo aumento en la necesidad del consumidor por reclamar sus derechos., se instala con mucha fuerza la cultura de la "exija sus derechos como consumidor"., los consumidores han asumido su responsabilidad por evitar los abusos y transgresiones a sus derechos.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 8 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Aumento sostenido de los requerimientos ciudadanos:** En virtud del anterior criterio, Sernac ha ido aumentando a razón de 200.000 casos en promedio por año las atenciones a consumidores en nuestro país. Este aumento se ha materializado de manera más visible en los canales Internet y Call Center, donde los escenarios que se habían fijado desde su puesta en marcha (2006 en adelante), se han ido cumpliendo con mayor rapidez de lo esperado.
- **Productividad:** Las evidentes carencias y debilidades de la gestión institucional hacen necesario innovar en nuestra capacidad de gestión, tanto en los aspectos operativos como de diseño y monitoreo. Se requiere una mayor capacidad de control de la gestión y del proceso global.
- **Mayor grado de sistematización del proceso.** Que permita estandarizar los flujos de gestión y los procedimientos de interoperabilidad con los SS.PP. participantes del modelo



3.- Objetivo y propósito del Modelo de Atención al Consumidor.

El objetivo primordial para el Sernac en el diseño e implementación del Modelo de Atención al Consumidor se centra en **mejorar la oferta pública del Sernac** hacia la ciudadanía. Esta mejora de la oferta pública radica en generar valor agregado en cada uno de sus productos, los cuales en su proceso de sinergia y mejora continua, permitirá generar y articular un modelo de atención que sea capaz de satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores, en términos colectivos e individuales, en relación a la protección de sus derechos en materias de consumo.

El énfasis se centró en el desarrollo de un Modelo de Gestión Integral constituido por tres ejes matriciales:

- Diseño y desarrollo de una **Plataforma Tecnológica**
- **Definición de Roles y funciones** de todos los actores participantes del Modelo, basado en determinados perfiles técnicos y de gestión.
- **Incorporación del Modelo al proceso de implementación de un Sistema de Gestión de Calidad institucional,**

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 9 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

4.- Responsables de la creación e implementación del Modelo de Atención al Consumidor.

El proceso de modernización del SERNAC, que se inicia alrededor del año 2002, desarrolla un conjunto de iniciativas en diferentes áreas, siendo ésta, el diseño de un sistema nacional de atención al consumidor, una de las más significativas a nivel institucional. El conjunto de actores institucionales relevantes que participan y contribuyen al diseño, implementación y logro exitoso de este proyecto son diversos.



Indudablemente, la decidida voluntad y claro apoyo por parte de la Alta Dirección institucional, tal vez, constituye un hito trascendental en el éxito de este proyecto, quienes respaldaron todas las acciones necesarias para su desarrollo.

La responsabilidad operacional de mayor trascendencia quedó bajo la responsabilidad del Departamento de Gestión Territorial y Canales, ex Secretaría Regional. El diseño, la corrección y validación del proyecto ante Mideplan, el ajuste al Marco Lógico, el relacionamiento con la empresa adjudicada, con los ajustes presupuestarios y contractuales respectivos, la definición e implementación de la estrategia necesaria para la instalación escalonada del modelo, el relacionamiento e incorporación de los servicios públicos asociados, entre otras, fueron las principales responsabilidades y decisiones que se implementaron a nivel institucional.

El proceso de implementación de este proyecto permitió a nuestra institución experimentar un cambio sustancial de carácter estratégico en su gestión institucional. Evolucionó al ritmo de este nuevo proyecto y de otras iniciativas institucionales que transformó al SERNAC en un gran ACTIVO gubernamental de gran credibilidad ciudadana.

El proyecto en su primera fase estuvo orientado fundamentalmente al diseño e implementación del canal presencial, lo cual implicó necesariamente gestionar una relación asociativa y casi de "complicidad" con las Direcciones Regionales, por ser éstas las responsables de la operación permanente del canal presencial en cada región. El nivel de compromiso y esfuerzo demostrado por estas unidades regionales fue determinante, lo que hizo viable la materialización del Modelo de Atención al Consumidor SERNAC*Facilita*.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 10 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



Esta relación sinérgica que se estableció con las DRs permitió el desarrollo de diferentes redes institucionales, definiendo con claridad diferentes perfiles y roles en el proceso de instalación y monitoreo del nuevo sistema. Los más relevantes fueron:

- Los Ejecutivos de atención de Público, presentes en todas las DRs. (cerca de 85 ejecutivos)
- Los Administradores de Plataformas (APs). Uno por región.
- Los responsables de la atención de público, desde el punto de vista normativo y procedimental. Un abogado por región.
- Los funcionarios Municipales. Cerca de 200 ejecutivos.
- Las diferentes unidades centrales que participaron más focalizadas desde su gestión, ya sea para el desarrollo de diversos soportes comunicacionales, aspectos normativos, presupuestarios y de capacitación.
- De igual forma se debe considerar la participación de los representantes de las otras instituciones públicas participantes, que son siete superintendencias y una subsecretaría.

5.- Objetivos Específicos del Modelo SF

Ampliar la Red de Plataformas de Atención de Público, generando una cobertura de carácter nacional que permita ampliar la posibilidad de acceso para todos los consumidores/as de nuestro país a la oferta pública de protección en el ámbito de consumo que desarrolla el Estado, a través del Sernac y de otras instituciones, buscando reducir las evidentes brechas de cobertura territorial y poblacional que existen en nuestro país en el acceso a esta política de protección. ***Elementos que son declarados a través del Procedimiento de Relacionamento Territorial, en el cual se establecen los lineamientos principales para la gestión de relacionamiento territorial con Municipalidades, en el ámbito de la protección de los derechos de los consumidores/as que permita la provisión de bienes y servicios desde el SERNAC hacia el territorio.***

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 11 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- Diseñar e implementar la integración de distintas **Instituciones Públicas** ligadas a los temas de consumo, en base a un proceso de Interoperabilidad entre SS.PP., desarrollando para aquello una plataforma tecnológica que permita gestionar procedimientos de derivación que administre y asegure el seguimiento de los casos independiente de la etapa, del canal de ingreso y de la plataforma que lo gestione. Este objetivo constituye un fundamento esencial para la Oferta de "Ventanilla Única" que ha desarrollado el Sernac, instalándose como el principal organismo público de recepción y gestión de requerimientos de consumidores y usuarios a nivel nacional.

- Facilitar al Consumidor, a través de **un proceso unificado**, la gestión y resolución de consultas y reclamos, a través de la creación e implementación de procedimientos estandarizados para la gestión de los ejecutivos de atención a público, lo que permite entregar un tratamiento estandarizado en cada plataforma a los diferentes productos estratégicos que ofrece el Sernac, asegurando patrones de calidad en la forma de atención.



- **Formalizar, homologar y automatizar estándares y procedimientos** a nivel nacional, para el proceso unificado de atención de público que facilitan el proceso de relacionamiento con los consumidores/as, los proveedores y la gestión de los ejecutivos de atención de público.

III.- Ejes fundamentales para el desarrollo del Proceso de Atención al Consumidor

El proceso de Atención de Público, en su diseño general, está fundamentado en cuatro grandes definiciones estratégicas (ideas fuerza) que cruzan transversalmente varios sub procesos internos al modelo. Estas definiciones son:

1. Acercar el Sernac a la gente.
2. Contar con un Plataforma Tecnológica que permita tener la información en línea de los casos ingresados y gestionados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 12 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

3. Integrar los flujos de información que el Sistema requiere para hacer efectiva y eficiente la resolución de los casos ingresados, en base a procesos de Interoperabilidad.
4. La oferta pública del Sernac hacia los consumidores debe ser única y por ende debe tener control de las actividades que se realizan al interior del mismo.

1.- Acercar el Sernac a la Gente

Esta definición implica asegurar que la implementación del Proceso de Atención de Público tenga un alto nivel de accesibilidad para los consumidores/as, potenciando de esta manera, tanto las redes presenciales como digitales, es decir, canales de atención presencial, Internet y Telefónico, cuyo funcionamiento debe estar basado en los mismos procedimientos y estándares de calidad que contiene el modelo.



La modalidad de Atención presencial, requiere contar con oficinas de atención en la mayor cantidad de comunas posibles, estableciendo como cobertura permanente que el 80% de la población de cada región tenga acceso a una plataforma presencial, ya sea del Sernac o Municipal.

El Sernac cuenta en cada una de las 15 Direcciones Regionales con una Plataforma Presencial y para complementar su presencia territorial, ha desarrollado convenios de cooperación con los municipios de cada región, para que en cada uno de ellos pueda contar con una Plataforma de atención a los consumidores/as. Estas plataformas se han denominado *Sernacfacilita Municipio*.

La red de plataformas municipales, constituyen un factor estratégico en la gestión institucional de protección de los derechos de los consumidores/as, especialmente de los sectores más vulnerables, por la cercanía que tienen con los gobiernos locales y por la dificultad de acceso a la información y los sistemas de protección.

La Atención por Internet está centrada en la página del SERNAC, en donde los consumidores pueden ingresar Consultas, Reclamos y ver el estado de los casos ingresados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 13 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

La Atención telefónica se realiza a través de un Call Center bajo el número 6005946000, en el cual solo se atienden Consultas.



2.- Contar con una Plataforma Tecnológica

El modelo de Atención de público cuenta con una herramienta tecnológica (software) que se ajusta a los flujos de información que son necesarios para la resolución de los problemas presentados por los consumidores como Consultas, Reclamos y /o Juicios. El Sistema tiene ciertas características como:

- Esta en línea, (on line), para tener una atención integrada por los diferentes canales de acceso al Sistema.
- Disponible para acceder vía web desde las Plataformas municipales y desde la web del Sernac y de cualquier otro SS.PP que integre la red institucional.
- Permite el control del trabajo que se realiza de manera interna para resolver las inquietudes de los consumidores.
- Facilita la labor de los ejecutivos que gestionan los casos mediante el uso de los soportes comunicacionales tales como CTI, cartas tipo, respuestas tipo, y sobre todo gestión unificada de los casos.
- Permite la administración de las opciones para crear usuarios, oficinas, cartas, cierres de los casos, preguntas y respuestas frecuentes, es decir, se requiere que sea flexible de administrar en lo relativo a las gestiones que se realizan. (Administración centralizada del sistema).

3.- Integrar los flujos de información que el Sistema requiere, en base a procesos de Interoperabilidad con otros actores del Modelo.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 14 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

✓ **Con Servicios Públicos:**

Los problemas de consumo de los ciudadanos no atañen solamente al Sernac como institución encargada de velar por el cumplimiento de los derechos de cada consumidor, sino también a un número importante de entidades estatales que procuran el mismo fin. Es por esto que el Sernac ha generado una red de atención en conjunto con otros servicios públicos, tomando el Sernac la condición de "Ventanilla Única" para el ingreso por parte de los ciudadanos de sus problemas originados en relaciones de consumo.

Con este objetivo, este Servicio ha firmado convenios de cooperación en la gestión e información de reclamos y consultas con la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) y la Subsecretaría de Transportes (SUBTRANS), ambas agrupadas en el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), con la Junta Aeronáutica Civil (JAC), con la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), con la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), Superintendencia de Electricidad y Combustible (SEC), etc.

Todo lo anterior, con el fin de que el ciudadano pueda acceder a una red integrada de servicios públicos y no dirigirse a cada uno en particular, disminuyendo notoriamente el costo de la gestión de sus problemas de consumo.

Estos convenios permiten la derivación interna de casos que sean de competencia única de dichas instituciones o de derivaciones de casos donde el Sernac ha actuado como primera instancia mediante su gestión de mediación,



pero, sin obtener resultados positivos.

Cada institución ha dispuesto de personal preparado para tal efecto, siendo también capacitados en la gestión del modelo SF. Estos ejecutivos también cumplen con la función de soporte y de orientación ante las dudas que existan en los ejecutivos del Front Office.

El proceso de Interoperabilidad con SS.PP. cubre dos ámbitos de gestión:

A.- Proceso de Interoperabilidad en el cual los SS.PP. asociados constituyen una línea de Back Office, es decir, los SS.PP. asociados asumen una función de

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 15 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

especialistas, como una segunda línea de gestión, que reciben aquellos reclamos que no son solucionados en la primera línea, ***tal como está indicado en el Procedimiento Interoperabilidad con SSPP.***

B.-Proceso de relacionamiento, en el cual los SS.PP. participantes cumplen, a diferencia de los SS.PP. anteriores, una función de Front Office, es decir, sus propias plataformas de atención de público son receptoras de Consultas y Reclamos en materias de consumo, las cuales son ingresadas a nuestra página Web para ser, posteriormente gestionadas por nuestro servicio. Tal son los casos del IPS, SERNATUR, Biblio-Redes. Todos sus ejecutivos que participan de este proceso son capacitados por los profesionales del SERNAC.



✓ **Con Proveedores:**

Por otra parte, los Reclamos que son presentados ante el Sernac, son Traslados a los Proveedores para que en primera instancia se resuelva el problema directamente, por ello se requiere que la comunicación entre ambas entidades (Sernac- Proveedor) sea eficiente y eficaz, para ello el Modelo crea una forma de comunicación electrónica tanto para el envío como para la recepción de la información. Internamente a este proceso se le denomina interoperabilidad con Proveedores.

La gestión de Interoperabilidad con los Proveedores se basa en la implementación del **Portal de Proveedores**, cuya aplicación nos ha permitido, en base a los soportes tecnológicos implementados, disminuir nuestros tiempos de gestión, aumentar el porcentaje de respuestas de los proveedores a los reclamos presentados, hacer una mejor gestión con las brechas detectadas, fundamentar las malas prácticas de las empresas, generar acciones de mejoras en los diferentes mercados y evitar desequilibrios importantes en los mercados, así como también judicializar los temas más importantes para la sociedad.

El Portal de Proveedores es un espacio digital que este Servicio Nacional del Consumidor, ha puesto a disposición de las empresas que exclusivamente se encuentren con acceso a la gestión de casos vía digitalizada, bajo el modelo interoperabilidad y cuenten con un Logueo a través de un User y Password.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|---|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 16 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Este instrumento tiene por finalidad lograr una gestión cada vez más eficiente y eficaz en la tramitación de reclamos y no involucra costos asociados para los proveedores, sus características primordiales apuntan a tres ejes fundamentales a saber:

- a) Ingreso de respuestas a reclamos
- b) Disponer de Reportes estadísticos
- c) Acceder a Mesa de Ayuda

Otras funciones del Portal del Proveedor:

- Interacción con el ejecutivo a cargo del caso
- Publicación automática del caso de manera simultanea al traslado derivado a la empresa
- Visualización y Monitoreo permanente de casos, pues permite acceder directamente a estos ya sea en su etapa abierto de gestión o cerrado.
- Extracción del traslado y FUAP (Formulario Único de Atención), acción que respalda y valida el traslado enviado, ello asegura que el proveedor siempre tenga a su disposición el caso.
- Actúa en calidad de validador de traslado de casos y envío de respuestas.



Así también, en el procedimiento de Interoperabilidad con Proveedores, se informa del proceso unificado y permanente para el relacionamiento institucional con proveedores nacionales y regionales, con el fin de facilitar la tramitación y solución de los reclamos que recibe SERNAC.

Información que pueden obtener las empresas:

- _ Volumen de casos, ya sea estos se encuentren abiertos o cerrados.
- _ Causalidad y resultados de los casos
- _ Gráficos de Causales de cierre
- _ Juicios; Fechas y estado
- _ Conocer la trazabilidad de la gestión de sus casos, marcando todos los hitos Intermedios de la mediación.

Por otro lado, esta gestión ha permitido generar una relación más cercana con los proveedores que ayuda a modificar conductas que no se condicen con la

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  N° 2478 | Página 17 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

aplicación de la normativa de consumo vigente en nuestro país y esto se ha reflejado año tras año en los resultados de las mediaciones y en las modificaciones que las propias empresas han hecho en su forma de relacionarse con el consumidor.

Es necesario recordar que los reclamos trasladados a las empresas, éstas no están legalmente obligadas a responderlas. Hace 4 años, el porcentaje de reclamos cerrados como Proveedor No Responde era cercano al 40%. Hoy, la medición del año 2011 nos arroja un máximo de un 10%.

4.- Contar con mecanismos de control para el Proceso de atención al Consumidor

El Proceso de Atención de público cuenta con controles de gestión que permiten la homogenización de la atención por las diversas Plataformas, para ello se tiene un set de reportes de gestión que son usados por los encargados respectivos, los cuales periódicamente nos permite evaluar nuestra gestión.

Para efecto de asegurar un adecuado nivel de relacionamiento con los consumidores, el modelo ha desarrollado las siguientes acciones de monitoreo y control:

4.1.-Tres instancias de comunicación con nuestros usuarios: SONI, Encuesta SONI y Encuesta de Satisfacción

4.2.-Un sistema de Reportería de nuestra gestión interna.



4.3.-Procedimiento de Revisión, Análisis y Corrección de Errores de Gestión

4.4.- Control de Gestión de Servicios Externalizados en el Modelo de Atención al Consumidor SF.

4.1.-Tres instancias de comunicación con nuestros usuarios: SONI, Encuesta SONI y Encuesta de Satisfacción

> SONI (Su Opinión Nos Interesa)

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 18 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Es una opción de uso exclusivo por parte de los ciudadanos para opinar en relación a nuestra gestión relacionada con los requerimientos que ellos presentan. Pueden expresar su disconformidad por la atención recibida en el Sernac, a través de nuestra página Web, en la sección "Atención Ciudadana", o bien, una sugerencia para mejorar la gestión y un Reconocimiento por la gestión realizada, ***tal como está enunciado en el Procedimiento SONI. y el Instructivo SONI en sistema Sernac Windev.***

- **Encuesta MAC:** una opción a la cual acceden todos los consumidores al momento de recibir la respuesta final de la gestión de su reclamo. Esta opción está constituida por un formulario tipo encuesta que permite al consumidor evaluar diferentes atributos de la gestión realizada. ***La gestión realizada a través de esta encuesta se declara a través del Instructivo Encuesta MAC.***
- **Encuesta de Satisfacción:** Finalmente, cada año el Sernac implementa en forma externalizada una que, en base a un conjunto de atributos definidos institucionalmente, mide y evalúa la gestión de atención de Público por los 3 canales.



4.2.-Sistema Reportería SernacFacilita.

La acción de mejoramiento enmarcado en las políticas y procesos de modernización del Estado, tienen por finalidad elevar las competencias y la capacidad de movilizar los recursos públicos de manera más eficiente.

Una herramienta útil para el desarrollo de una gestión de calidad, es la medición y evaluación del servicio o producto que provee cada unidad u organización, a través de un conjunto de indicadores claves.

La calidad de la gestión de nuestra Institución, puede ser un factor de mejora, en tanto, se definan procedimientos de evaluación de la gestión. Esto implica medir sistemáticamente, sobre una base continua en el tiempo (períodos), los resultados obtenidos por las principales unidades o departamentos, comparando dichos resultados con lo deseado o planificado (metas), a fin de elevar su eficiencia y productividad.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|---|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification</p> <p>Nº 2476</p> | Página 19 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



Bajo estas premisas SERNAC, estableció diversos instrumentos que nos permitieran mejorar, tanto el modelo de Atención de Público, como la Red Territorial. Este proceso ha sido paulatino, creciente y sostenido, sustentado en la aplicación de herramientas técnicas, y mecanismos de seguimiento de la gestión. Para ello se ha monitoreado el comportamiento de las plataformas de atención de público tanto a nivel nacional como regional.

Para este efecto, se construyeron diversos indicadores de gestión y se concordaron definiciones para cada uno de ellos, los cuales apuntan a los siguientes aspectos:

- Definiciones de cobertura real (cantidad de Plataformas funcionando por región); Los indicadores de plataformas y de habitantes cubiertos por región deben considerar tanto a las Direcciones Regionales como a las Plataformas de Atención de Público (PAPs) comunales, y los canales de atención telefónico e Internet.
- Indicadores de ingreso de casos, de gestión (incluyendo derivación), y cierre de casos.
- Los resultados obtenidos en un período de tiempo (fecha de inicio y fecha de término) de los resultados alcanzados por cada canal de atención, sea este presencial, telefónico o internet, en las actividades relacionadas con: Volúmenes totales de Ingreso de Consultas y Reclamos, diferenciados por canal de ingreso y plataforma. Total de casos y porcentaje de consultas y reclamos cerrados en plazo, porcentaje de consultas y reclamos abiertos. Variaciones de Registros de casos, y nivel de cumplimiento de estándares de atención. Gestión de resultados de consultas y reclamos, específicamente de consultas cerradas con uso de CTI y cerradas sin CTI.
- En el ámbito del reclamo; total de reclamos trasladados en plazo, total de respuestas informadas en plazo, y resultados de la mediación. Participación en el volumen total de registros de la región y nivel de accesibilidad al sistema.

Establecer un método estándar que permita, monitorear y realizar seguimiento de la gestión interna realizada por las plataformas de atención de público en cada uno de los canales de atención, Canal Presencial Direcciones Regionales y plataformas Sernacfacilita Municipio, Canal Telefónico y Canal Internet.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 20 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

En este se establecerán las actividades relevantes que les permitan a los centros de responsabilidad de estos canales contar con información automática del cumplimiento de indicadores que miden el volumen, gestión y cierre de casos en la atención de público. Conjuntamente a ello, y en consideración del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008, deberán realizar un análisis de datos, información y resultados, con el objeto de proponer acciones de mejoras, que les permita responder a las necesidades y características de la población, incorporando en los productos y servicios de atención de público la perspectiva territorial.

El acceso a Reportes SernacFacilita WD es a través de la pagina web www.home.sernacfacilita.cl, link Reportes Web.

4.3.-Procedimiento de Revisión, Análisis y Corrección de Errores de Gestión

Se aplica a todas las plataformas de Atención al Público de las Direcciones Regionales y municipales y a las plataformas del Call y Web Center, ***tal como está indicado en el Procedimiento de Detección, Análisis y Corrección de Errores de Gestión.***

Este procedimiento es gestionado a través de cuatro fases de desarrollo; Detección, Análisis, Corrección y Acciones de Mejoras.



Tiene por objetivo establecer un procedimiento que permita detectar, analizar y corregir, errores en la gestión interna de tramitación de casos realizada por los ejecutivos de atención de público a nivel nacional, en los tres canales de gestión.

Se aplica a todas las plataformas de Atención al Público de las Direcciones Regionales y municipales y a las plataformas del Call y Web Center.

La gestión de detección de errores, se realiza a través de los siguientes canales:

- > **S.O.N.I:** No conformidad ingresada por un consumidor, al nivel central, que da cuenta de un posible error en la gestión de su caso.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478</p> | Página 21 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Reporte a Empresa:** Informe estadístico entregado a los proveedores, con la finalidad de mostrar su actual desempeño a través de indicadores de gestión.
- **Ticket de Mesa de Ayuda:** Reporte o requerimiento entregado por las empresas, ya sea a través del Portal de Proveedores o el Call Center.
- **Selección Aleatoria de Casos:** Elección al azar de casos por región y plataforma, con la finalidad de llevar un control ordenado y proactivo de eventuales errores de gestión en los casos tramitados.
- **Ingresos Varios:** Reportes entregados por otros canales, que si bien su volumen no es alto, son igual de importantes para el proceso en general. Ej.
 - Casos reportados por el Call y Web Center
 - Casos reportados por funcionarios del DGTyC, que en el desarrollo de su trabajo, verifican eventuales casos con errores de gestión.

4.4.-Control de Gestión de Servicios Externalizados en el Modelo de Atención al Consumidor SF.



El Sernac, posee diversos servicios externalizados, en particular, se cuenta con el Servicio de Call Center y Web Center; Alojamiento de la Plataforma Sernacfacilita y las modificaciones que se realizan ya sea, a la plataforma tecnológica o bien al modelo de gestión SF, a solicitud del Sernac.

La relación con la (s) empresas externas está normada mediante un contrato suscrito entre dicha empresa Proveedora y el SERNAC, en el cual se establecen varias formas de control que se detallan en el anexo de este documento.

No obstante lo anterior, el procedimiento de este control establece lo formatos y la periodicidad de la información requerida para realizar los controles necesarios a la operación.

Los Servicios que el SERNAC tiene externalizados bajo el control de este procedimiento son:

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 22 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- Call Center, es particular las Respuesta a consultas que consumidores realizan al 600 5946000.
 - Web Center, Gestión de las Consultas y Reclamos ingresados por Internet a través de la página Web del Servicio.
 - Alojamiento, mantención y operación del sistema informático SERNACFacilita.
 - Gestión de modificaciones a la plataforma tecnológica SERNACFacilita.
- Por ello él o los proveedores que entreguen estos servicios se ven involucrados en el cumplimiento de los controles definidos en este procedimiento.

➤ **Informe operación Call Center:**

El Call Center, por contrato, posee dos indicadores centrales que dan cuenta de la calidad de la atención entregada entendida como la prontitud en que un ejecutivo responda y la cantidad de llamadas atendidas por sobre las llamadas ingresadas, estos indicadores se denominan Nivel de Servicio y Nivel de Atención.

Indicadores:

El cálculo del Nivel de Servicio está dado por: Número de llamadas Contestadas antes de 15 segundos dividido por el Número de llamadas ingresadas menos las abandonadas antes de 5 segundos.

Para el Nivel de Atención el cálculo es Número de llamadas contestadas dividido por el número de llamadas ingresadas menos las que cortan antes de 5 segundos.



Una segunda hoja de una planilla de cálculo, se encuentra el comportamiento de las llamadas: Hot Line y el número 600.

Filtro por tipo de Ingreso de la llamada

Periodicidad de la información

La información debe ser MENSUAL y debe estar en manos de SERNAC los primeros DIEZ días del mes siguiente.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|--|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N.º 2478</p> | Página 23 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

➤ Informe operación Web Center

El Web Center tiene como función principal la gestión de dos productos: Consultas y Reclamos, que ingresan por el Portal del Consumidor disponible en la página Web del Sernac, www.sernac.cl

Al igual que en el Call Center, se requiere un documento que contenga un resumen mensual de la información relevante para evaluar la gestión de los ejecutivos y el comportamiento del canal Internet en cuanto a los indicadores de gestión definidos para cada producto (Consulta Reclamo).

La portada del informe debe contener un resumen de los volúmenes de casos tramitados en el mes.

El resumen de Reclamos debe mostrar el volumen de casos por ejecutivo tanto el ingreso como los que cada ejecutivo maneja en sus grillas.

Debe contener los casos gestionados en el Mercado de Telecomunicaciones, mientras exista el Convenio de cooperación Sernac-- Subtel, y aquellos que ingresan por el Portal JAC (página de ingreso de Consultas y Reclamos que Sernac mantiene por un convenio de cooperación con la Junta Aeronáutica Civil).

Otra información importante es el cumplimiento de plazos en los hitos declarados como relevantes en la gestión de los casos: Traslado; Insistencia y Cierre.



➤ Informes de Alojamiento del Sistema

El servicio de Alojamiento del Sistema SERNACFacilita, incorpora dos reportes, uno de manera diaria que tiene como objetivo el demostrar mediante el ingreso de un caso al Sistema, la operatividad del mismo. Por otra parte también se requiere saber el tiempo de indisponibilidad del Sistema para cada canal (Internet; Call y Presencial) y para ello existe el segundo Reporte, denominado Disponibilidad del Sistema que se construye a partir de las Mesas de Ayudas creadas en relación a las fallas detectadas del Sistema.

• Informe Monitoreo diario

El monitoreo diario tiene como objetivo detectar fallas en la operación del Sistema, para ello se crean y gestionan casos desde la Web y desde el portal

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|--|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 24 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

que utilizan los usuarios municipales, si se detecta una falla, lo que debe hacerse es gestionar una Mesa de Ayuda ante los encargados de mantener el Sistema operativo.

• Disponibilidad del Sistema

En esta medición, el objetivo es contar con un indicador del tiempo que el Sistema esta activo dentro de un mes para ser usado por los diferentes clientes: Internet; Ejecutivos Atención Público Sernac; Ejecutivos Atención Público Sernacfacilita municipio; Proveedores; Call Center y Web Center.

El origen de los datos para identificar la inactividad de una parte del Sistema son las Mesas de Ayuda que se crean desde el Sernac en función de los problemas que se encuentran y/o reportan los ejecutivos.

➤ Modificaciones al Sistema Sernacfacilita



La externalización del Servicio de Modificaciones considera que la empresa externa realice cambios de programación en la aplicación denominada Sernacfacilita, para ello el SERNAC (Departamento Gestión Territorial y Canales) solicita mejoras a la aplicación para optimizar ciertos procedimientos o para crear nuevas funcionalidades que a la luz de la evolución natural del Sistema se hacen necesarios.

Una vez que se solicita la modificación, la empresa realiza una cotización de uso de horas hombre involucradas en el desarrollo de lo solicitado, las que una vez aprobadas por Sernac comienza el Desarrollo.

Una vez que la empresa entrega el trabajo, se procede a evaluar el funcionamiento de dichas modificaciones en un ambiente alternativo al de producción. Si todo esta correcto se autoriza a la empresa para incorporare los cambios en ambiente de Producción, donde nuevamente por parte del (la) Administrador (a) de Sistema procede a revisar el correcto funcionamiento de la aplicación.

Finalizado de manera adecuada todo el proceso anterior, SERNAC emite una carta denominada "Carta Aceptación" en donde se establece que el desarrollo esta correcto y que puede activarse el proceso de pago de dicho trabajo.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|--|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|---|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification</p> <p>Nº 2478</p> | Página 25 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

IV. Productos, Actores y Plataforma Tecnológica/ Soportes del sistema SF

1.-Productos:

Los siguientes productos se gestionan a través del Modelo de Atención al Consumidor, que forma parte del proceso de Protección:

- **Consulta:** Proceso de Orientación a través del cual se informa y orienta al consumidor respecto de qué derechos tiene (información de fondo) y cómo debe ejercerlos (información de forma). De esta manera, los consumidores/as pueden tener información en base a fundamentos y procedimientos para enfrentar las complejidades del mercado.



En el Manual de Gestión SERNAC Facilita Consultas, se declara el proceder que se realiza para entregar un servicio eficiente y de calidad a los consumidores.

- **SONI:** Es un nuevo tipo de caso de uso exclusivo por parte de los ciudadanos que permite opinar en relación a nuestra gestión institucional relacionada con los requerimientos que presentan los consumidores/as. Pueden expresar su disconformidad, Reconocimiento ó Sugerencia, por la atención recibida en el Sernac.
- **Mediación:** Conjunto de acciones concatenadas en un orden determinado referidas a un reclamo formal en materia de consumo hacia un proveedor, a través de los cuales, Sernac busca obtener una solución extrajudicial al caso presentado.

Este proceso consta de diferentes etapas, a saber:

- 1.- Ingreso del caso;
- 2.- Traslado;
- 3.- Insistencia;
- 4.- Respuesta del Proveedor
- 5.- Informa respuesta al Consumidor

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 26 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

5.- Cierre del caso con o sin respuesta del proveedor.

En el Manual de Gestión SERNAC Facilita Reclamos (Mediaciones), se declara el proceder que se realiza para entregar un servicio eficiente y de calidad a los consumidores.



- OIRS: Atención de Información, reclamo y Sugerencia**
 Este producto, disponible en todas las plataformas regionales, tiene por objetivo entregar todo tipo de información institucional del Servicio en relación a sus procesos, productos, resultados y participantes. También contempla informar sobre el "Estado de su Caso" y recepcionar/gestionar las solicitudes de Transparencia.
- Mediación colectiva:** Acción institucional que se realiza frente a un proveedor cuando se detecta un evento que afecta los intereses de los consumidores, teniendo como origen una misma causal de motivo legal contemplada en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.
- Juicio:** Proceso de denuncia de uno o varios casos de consumo regido por la Ley de Protección de Derechos de los Consumidores (LPC) ante los Tribunales competentes. Este proceso está regido por la posibilidad que un caso constituya una vulneración al interés general de los consumidores, como un elemento rector, a fin de decidir el proceso de denuncia. Para ello, fundamentalmente se debe considerar aquellos intereses que forman parte de la clasificación de intereses que señala la LPC, esto es: **interés general, interés individual, interés colectivo e interés difuso.**

El modelo de Atención al Consumidor SF, se sustenta en dos aspectos fundamentales que hacen posible el funcionamiento del sistema:

2.- Actores del proceso.

Dentro del proceso de atención de público que realiza Sernac podemos visualizar una primera línea estructural que dice relación con los actores de este proceso y su proceso de relacionamiento:

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  N° 2478 | Página 27 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Consumidores/as:** Personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios.
- **Proveedores:** Personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollan actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.
- **Ejecutivos:** Funcionarios que realizan la atención de público, los cuales recepcionan, analizan y gestionan con el proveedor los requerimientos de consumidores. Este proceso se realiza a través de los distintos canales de acceso al Sernac y los tramitan, dependiendo del producto que se trate, con las herramientas o insumos creados y determinados para tal efecto. Dentro de este grupo podemos encontrar distintos subgrupos, a saber:
 - **Ejecutivos Sernac:** Funcionarios internos de la institución que trabajan en las distintas Direcciones Regionales, quienes están encargados de atender el Canal Presencial referente a los distintos requerimientos presentados en sus plataformas.
 - **Ejecutivos Call Center y Web Center:** Ejecutivos de empresa privada, encargados de gestionar los dos canales de atención no presencial de Sernac, cuya cobertura es de carácter nacional. Call y Web Center.

***Call Center:** Plataforma encargada de atender los requerimientos de consumidores que necesitan orientación respecto a sus derechos a través de llamadas telefónicas realizadas a un número telefónico único y con costo de llamada local.

***Web Center:** Plataforma encargada de la gestión de todos los casos ingresados por Internet, cuando el proveedor reclamado se encuentra incorporado en la Base de Datos de Proveedores del sistema, a través de la página Web institucional y por el portal municipal, los cuales son ingresados por los ejecutivos de las

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 28 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

plataformas municipales. Dichos requerimientos se dividen en consultas y reclamos.

- **Ejecutivos de Plataformas Municipales:** Ejecutivos que, en virtud de convenios que se celebran entre las Direcciones Regionales y las municipalidades a nivel nacional, cumplen la función de ingresar los reclamos de los consumidores a través de un portal diseñado para tal efecto, denominado **Portal Municipal**. A través de este portal se ingresan los Reclamos, para ser luego transferidos hacia el Web Center. En el caso de que el requerimiento sea una consulta ellos la gestionan directamente. Sólo algunas de estas plataformas SFM cumplen el proceso completo de ingreso y tramitación del reclamo.
- **Ejecutivos de otros Servicios Públicos:** El Sernac ha celebrado convenios de relacionamiento con variados organismos orientados a la protección de los consumidores y usuarios del país. Actualmente existen convenios con la SUBTEL, MTT, SBIF, SISS, JAC, SEC, SVS, etc. Cada institución ha dispuesto de personal preparado para actuar de contrapartes, siendo también capacitados en la gestión del modelo SF. Estos ejecutivos también cumplen con la función de soporte y de orientación ante las dudas que existan en los ejecutivos del Front Office.

3.- Plataforma Tecnológica y Soportes.



La segunda línea estructural dentro del modelo general de la protección está dada por la propia Plataforma Tecnológica, SERNAC WD, que sostiene este modelo, acompañado de un conjunto de aplicaciones, soportes y herramientas que facilitan la gestión de este proceso.

- **Plataforma Tecnológica:**

Es el principal instrumento tecnológico que sostiene el modelo y hace posible toda la gestión operacional en el sistema. Permite la multiplicidad y simultaneidad de diversas acciones de relacionamiento entre los diferentes actores participantes del proceso.

Define con claridad los parámetros necesarios para los procedimientos de Registros, Gestión y Cierre de los casos gestionados manteniendo visible la trazabilidad de la gestión de cada uno de los casos gestionados, en relación a las diferentes fases de tratamiento, de los

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 29 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

tres tipos de productos (Consulta, reclamo y juicios) que contiene la oferta de este modelo.

Esta funcionalidad de trazabilidad además está disponible para los consumidores, quienes a través de la página web del Sernac, ingresando al Estado de su Caso, pueden hacer un seguimiento continuo de todas las acciones que realizan los ejecutivos que quedan registradas en las bitácoras de cada caso, y a su vez, rescatar toda la documentación adjunta al reclamo. De esta manera la gestión de los ejecutivos de atención de público es totalmente transparente.

- **Soportes.**



Esta Plataforma Tecnológica contiene un conjunto de soportes adicionales que facilitan la gestión de los ejecutivos y corresponden a iniciativas de estandarización del modelo. Entre ellas tenemos:

- **CTIs:** Las CTIs (sigla para denominar a las Categorías, Tipos e Ítems) son insumos creados para generar un nivel de estandarización en las respuestas a los consumidores. Estos insumos tienen la cualidad de ser respuestas predeterminadas a preguntas tipo que obedecen a hipótesis generales de infracciones establecidas en la Ley de Protección del Consumidor, así como de otras normas relacionadas a materias de consumo.

De esta manera se busca cubrir un amplio espectro de problemas respecto de los cuáles los consumidores desconozcan o tengan dudas de información. Los ejecutivos realizan la búsqueda de las mismas en atención a los hechos planteados por el consumidor que presenta su requerimiento, enmarca la consulta en una de las preguntas predefinidas y entrega la respuesta establecida.

Este insumo es siempre validado por la División Jurídica y el Departamento de Comunicaciones del Sernac y ha constituido el primer paso para generar un alto nivel de **Estandarización** en la gestión de requerimientos. Las CTIs vienen a llenar un vacío existente en la gestión de los productos del Sernac, principalmente en el ámbito de la Orientación, proceso que se inicia a fines del año 2005 con la implementación y funcionamiento del canal telefónico, en forma

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 30 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

centralizada y con cobertura nacional, a través de un **Call Center** cuya plataforma es externalizada. (Outsourcing).



- **Respuestas Tipo:** Insumos de soporte para la gestión de los ejecutivos, principalmente en el ámbito del producto Consulta en el canal Web. Estos insumos son respuestas que, a diferencia de las CTIs, tienen un formato más extenso, toda vez que las CTIs se utilizan tanto en el canal presencial como en el canal telefónico, teniendo ambas plataformas la opción de poder explicar en el proceso de atención el sentido y alcance de la respuesta que se está entregando.

Por su parte, la Respuesta Tipo sigue un parámetro de respuesta más extenso, abarca todas las hipótesis posibles de pregunta para responder una consulta. Su formato difiere en su presentación de las CTIs, ya que se compone de un encabezado, la respuesta de fondo y forma y un pie de página. Este insumo, así como las CTIs, son validadas también por la División Jurídica y el Departamento de Comunicaciones del Sernac, para poder ser subido al sistema y estar disponibles para todos los ejecutivos del modelo de atención de público.

- **Mesa de Ayuda:** Herramienta creada para dar soporte a los ejecutivos de las distintas plataformas de atención a público en materia de gestión de casos, sistema, relacionamiento y gestión con proveedores. Esta herramienta está diseñada e implementada desde el nivel municipal, regional, zonal y nacional, con una función centralizada de Administración del Sistema.
- **Sistema de Gestión de Calidad (SGC):** Sistema aplicable a nivel nacional que permite orientar el trabajo cotidiano a la escucha activa de la ciudadanía, centrada en las necesidades y requerimientos de satisfacción de los clientes externos (Consumidores/as) y, a su vez, fortalecer el equipo SERNAC en función del reconocimiento del cliente interno, atendiendo sus necesidades de información y el input necesario para el desarrollo de sus propios procesos, su sentido y su vinculación con el negocio.

El objetivo principal del desarrollo de este sistema es mejorar la calidad de sus procesos, optimizando sus prestaciones y/o productos, y a través de un mayor nivel de satisfacción de sus clientes obteniendo mejoras en los resultados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 31 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- Biblioteca Virtual:** Es un registro digital en el cual está disponible toda la documentación necesaria del proceso global de diseño, implementación, seguimiento y evaluación del modelo SF. Además contiene toda la documentación de relacionamiento con SS.PP, SFM y proveedores, reportería, manuales y procedimientos que dan cuenta del Modelo SF. Todos los ejecutivos de atención de público, tanto del Sernac y municipales, los abogados ATP, los Administradores de Plataformas APsy los Directores Regionales tienen acceso directo a esta información en base a un procedimiento de logueo.

El desarrollo de esta base documental permite visualizar todos los procesos, procedimientos e instructivos, resultados de la medición de la gestión, funcionalidades y responsabilidades específicas de gestión (críticos) para el desarrollo efectivo del modelo. Ello permite, además, que el know how permanezca y se desarrolle al interior de la organización fortaleciendo el proceso de mejora continua.



- Plan de Contingencia**

El Plan de Contingencia del Modelo de Atención al Consumidor tiene como finalidad mantener los parámetros necesario para la Seguridad de la Información en el dominio de la Continuidad del Servicio, para lo cual se ha diseñado y desarrollado un plan de acciones que aseguren el nivel de continuidad en la prestación de los servicios de Atención de Público ante eventualidades o fallas en algunos de los componentes que hacen posible dicha entrega.

Para ello se definen estrategias operativas para controlar diversas eventualidades y describir una serie de procedimientos alternativos para minimizar sus consecuencias negativas, frente a cualquier situación de emergencia interna o externa.

El Plan de Contingencia tiene como alcance los tres canales de atención de público, diferenciándose su implementación y tipos de instrumentos por canal.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 32 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Para avanzar en una estructuración de los planes de contingencia se han definido 4 áreas o ámbitos que hacen peligrar la continuidad del Servicio, ellos son: **Sistemas; Infraestructura y Servicios básicos; Recursos Humanos y Aumento inesperado de la Demanda.**

El Plan de Contingencia está conformado por tres momentos, **Declaración de contingencia; Activación del Plan respectivo y el fin de la misma.**

Todas las Contingencias son Activadas por alguno de los siguientes actores:



- Jefe del Dpto. Gestión Territorial y Canales
- Director (a) Regional
- Administrador (a) de Sistema Sernacfacilita.

La entrada en una contingencia SIEMPRE requiere de una comunicación dirigida al equipo afectado, el que es copiado a cada uno de los involucrados ya mencionados, si no hay correo la coordinación ocurrirá de manera telefónica.

Una vez que se está en un proceso de Contingencia se actúa en concordancia al plan de trabajo que se mostrará a continuación.

La finalización de Contingencia también requiere de una comunicación informando dicha situación a los involucrados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  N° 2478 | Página 33 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

V.- Problemas detectados en la implementación y desarrollo del nuevo modelo de gestión de Atención al Consumidor.

Toda implementación de un modelo de gestión requiere de un proceso de marcha blanca que propicie los espacios para las modificaciones y puesta a punto de los cambios. El desarrollo del modelo de atención a los consumidores ha requerido de constantes cambios, actualizaciones, generación de nuevos insumos, procedimientos e incluso rediseños de procesos, lo cual puede tender a complejizar el modelo, pero que en realidad, a la luz de nuestra experiencia, lo ha hecho más eficiente y eficaz. Por lo anterior, es que los problemas en la implementación de nuestro modelo de atención lo describiremos atendiendo a las dificultades presentadas en cada canal de atención.

1.- Canal Presencial



1.1.- Proceso de estandarización del producto Juicio.

Desde el inicio del Modelo de Atención al Consumidor **no existía un procedimiento estandarizado del producto Juicio** en el sistema SF, por lo que este producto no tenía procedimientos verificables ni medibles en su forma y fondo. La División Jurídica, en conjunto con el Departamento de Gestión Territorial y Canales, ha diseñado un procedimiento completo y medible respecto de la gestión del producto juicio en todas sus etapas, incorporando las mediaciones y juicios colectivos, tanto en la forma como en el fondo, lo cual actualmente se encuentra en pleno funcionamiento.

1.2.- Proceso de atención de Consultas.

Carencia de un procedimiento único para la gestión de las Consultas. Sólo a partir del año 2009 se implementó un proceso estandarizado de gestión de Consultas en canal presencial, asimilando la experiencia en esta gestión del modelo aplicado en los canales no presenciales. Con esta innovación, hoy podemos tener claridad de cuáles son los temas que nos consultan los consumidores/as, pero además podemos tener claridad sobre

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 34 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

qué les estamos respondiendo. Este proceso es verificable y por lo tanto, medible con grandes posibilidades de mejoras.

2.- Canal Telefónico (Call Center)

En el inicio de la implementación del canal telefónico como plataforma de atención a público, a fines del mes de Noviembre de 2005, se fueron detectando problemas en su gestión de diversas complejidades. No tuvimos en este primer periodo una gestión referencial de algún otro servicio público, de la cual extraer ideas concretas y un listado de buenas prácticas para dar inicio a esta plataforma telefónica.

2.1.- Novedad del proyecto y falta de knowhow.

Durante el primer año, producto del desconocimiento, se realizó un esfuerzo constante por entender y asimilar las lógicas propias de un Call Center, en un proceso de relacionamiento constante entre la empresa externa, responsable de proporcionar el servicio, con nuestra institución. Fue necesario, a partir de un riguroso proceso de aprendizaje, instalar nuestras propias prioridades, nuevas formas de gestión ajustadas a nuestra normativa, procedimientos propios, asegurando que el costo no excediera a lo presupuestado.



El SERNAC implementó el funcionamiento y desarrollo de esta nueva plataforma de atención, estableciendo desde un comienzo los soportes necesarios, tanto comunicacionales y jurídicos, como operacionales desde la propia gestión interna, lo cual ha resultado una gestión muy exitosa.

2.2.- Inexistencia de información de flujos de llamados.

Uno de los elementos importantes que se debe considerar en la gestión de un Call Center es la información de periodos anteriores de flujo de llamadas, para saber cuántos ejecutivos se necesitan para atender el volumen de llamados recibidos y así cumplir con los indicadores mínimos establecidos.

Este problema se presentó al inicio de la instalación y puesta en marcha de la plataforma, al no existir un historial propio del SERNAC que documentara

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 35 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

la información necesaria para atender un determinado volumen de llamadas en un periodo dado.

La plataforma fue creada sin tener toda la información necesaria para definir con claridad su volumen de ejecutivos, lo cual se realizó sólo por aproximaciones de la cantidad de llamados que se recibían en las Direcciones Regionales. Si bien al comienzo se tuvo un volumen controlado con la plataforma existente, al poco tiempo se generó la necesidad de más ejecutivos por el aumento del flujo de llamados como consecuencia de una mayor difusión de este nuevo canal.



2.3.- Actualización de insumos para funcionamiento de Call Center.

Al no ser la plataforma telefónica atendida por funcionarios de Sernac directamente, sino por trabajadores de la empresa que presta servicios externos a nuestro Servicio, existía una traba de nivel jurídico para poder otorgar una orientación en materia de consumo a quienes utilizaran este canal. Esta limitación consistía en que los ejecutivos carecían de poder de decisión respecto de la orientación entregada, por lo cual se implementó un sistema de soporte institucional para entregar la información a los consumidores

CTI (Categoría, tipo, ítem), son respuestas tipo generales que se deben aplicar al caso particular por el cual es consultado el ejecutivo. Al existir tantos casos de hipótesis generales nos obliga a estar en constante creación y modificación de los insumos de información, ya que un porcentaje de éstos va quedando obsoleto, sea por estar circunscrito a un problema estacional o por la definición de nuevos criterios para el tratamiento de ciertos casos.

Directa relación tiene en este problema el plazo que existe entre la generación de una nueva CTI o solicitud de modificación y su instalación en el sistema, ya que este insumo debe pasar por tres filtros antes de ser validada y subida al sistema para que los ejecutivos puedan usarla. En primer lugar, pasa por el **Abogado** encargado de la plataforma, quien realiza la petición de creación o modificación. Posteriormente, es enviada a la **División Jurídica**, departamento que realiza la revisión del criterio jurídico a aplicar en la respuesta. En una tercera instancia, el insumo es remitido al **Departamento de Comunicaciones**, el cual ajusta el texto de la respuesta tipo a un vocabulario que sea de fácil entendimiento para los consumidores. Y por

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478</p> | Página 36 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

último, las CTIs ya validadas son nuevamente enviadas al Abogado de la plataforma, quien debe remitirlas al Administrador de Sistema del modelo del Departamento de Gestión Territorial para que sean subidas al sistema y posteriormente ser usadas por los ejecutivos de la plataforma.

3. - Canal Internet (Web Center)



Web Center es una plataforma de atención no presencial con cobertura nacional e internacional que utiliza la conexión a Internet como medio de comunicación para que los consumidores que se encuentran en nuestro país o fuera de él puedan presentar consultas y reclamos. Esta plataforma nace en virtud del explosivo aumento de esta forma de comunicación y como parte del proceso de **Estandarización** que anteriormente se ha comentado, así como de la necesidad de administrar de mejor forma los recursos humanos del canal de atención presencial, el cual estaba siendo sobrepasado por la creciente demanda de los consumidores de soluciones a sus problemas de consumo.

3.1.- Dimensionamiento de flujo de casos presentados por Internet a nivel nacional.

El aumento de los requerimientos al Sernac por este canal generó la necesidad de mejorar la gestión del mismo. La Dirección Nacional toma la decisión de crear un Web Center para dar respuesta más eficiente a esta demanda. El Web Center inicia su gestión, en una primera etapa, con el producto **Consulta**. Tal vez, el problema mas serio a considerar fue la falta de información y de conocimiento técnico para producir un dimensionamiento ajustado a las necesidades de la demanda creciente.

A su vez, a fines del tercer trimestre del año 2007 se completa la instalación de Web Center, incorporando el producto **Reclamo** de manera centralizada. Desde el inicio se vivió el mismo fenómeno de crecimiento instantáneo que no permitió cumplir con los estándares establecidos previamente, lo que se pudo resolver casi a los 6 meses de atención, cuando se logró concordar el número de reclamos a gestionar versus la cantidad de ejecutivos necesarios para esa tarea.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|--|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 37 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

VI.-Impactos de carácter estratégicos producidos en la implementación del Modelo de Atención al Consumidor.

Al poner en marcha el nuevo Modelo de Atención al Consumidor se desarrollaron variados impactos en los distintos niveles:

- **Impacto en las relaciones de consumo:** En virtud de la gestión que ha realizado el Servicio en materias comunicacionales, jurídicas y también en la gestión de los requerimientos de los consumidores, a través de este nuevo modelo de atención de público SF, se ha logrado una mayor nivel de credibilidad y confianza en la gestión institucional por parte de la ciudadanía, verificándose una tendencia significativa por parte de los consumidores a consultar y reclamar cuando sienten que sus derechos han sido vulnerados. Evidentemente esta nueva situación ha generado un importante impacto en las relaciones de consumo a nivel del mercado.
- **Detección de las distorsiones en el mercado:** Sin perjuicio del trabajo caso a caso que fomenta el modelo de atención a público, también es posible generar una mirada global de los distintos mercados. Ha sido posible identificar importantes distorsiones y/o malas prácticas en las relaciones contractuales que desarrollan las empresas con los consumidores, las cuales han debido ser abordadas en su conjunto. Así, el Sernac ha logrado, mediante la figura de la **Mediación Colectiva**, dar solución de una sola vez a un grupo de consumidores afectados por un mismo problema, permitiendo que las distorsiones detectadas tengan una mejor y más eficiente solución.
- **Mayor cobertura territorial en virtud del concepto "Ventanilla Única":** Uno de los ejes prioritarios del modelo de atención a público es poder entregar un nivel de cobertura que le permita a todos los consumidores acceder a los productos del Sernac por los distintos canales de atención, lo cual en sí mismo constituye un impacto de gran trascendencia a nivel nacional.
- **Red de Servicios del Estado.** También se genera un impacto favorable hacia los consumidores por el nuevo nivel de relacionamiento del Sernac con los demás organismos del Estado que tienen competencias en



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478</p> | Página 38 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

materias de consumo. En esta línea de desarrollo, el Sernac implementa el concepto de **"Ventanilla Única"**, el cual permite que a través de nuestro sistema SF se puedan recibir los requerimientos de los ciudadanos que digan relación con materias de otros servicios públicos y gestionarlos como primera instancia, para luego ser derivados internamente en caso de no obtener un resultado favorable para el requirente.

- Se incluyen en esta Red de protección de los consumidores, a la **Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF)**, la **Superintendencia de Valores y Seguros (SVS)**, la **Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel)**, la **Superintendencia de Electricidad, y Combustibles (SEC)**, etc. Este proceso se ha denominado "Interoperabilidad con Servicios Públicos".
 - **Las plataformas municipales SFM**, las cuales permiten un alto grado de cobertura territorial a nivel nacional. Y precisamente para este canal de atención se ha desarrollado el **"Portal Municipal"**, el cual permite el ingreso de los casos en cada plataforma municipal, los cuales son derivados posteriormente a la plataforma Web Center por regla general.
- **Nuevo forma de relacionamiento con Proveedores:** Este modelo de atención a público no podría tener un funcionamiento eficiente si no existiera un relacionamiento cercano con los proveedores. Este relacionamiento tiene como objeto insertar a estos actores al modelo de gestión para hacerlo más eficiente en su gestión de respuestas y búsqueda posterior de soluciones, así como de bajar los volúmenes de reclamos (tiene directa relación con los dos primeros puntos). Para esta gestión se ha determinado un sistema de **Interoperabilidad**, conocido como el **"Portal del Proveedor"**, cual permite a las empresas relacionarse con los ejecutivos a través de nuestra plataforma tecnológica de manera más directa, ingresando las respuestas en tiempo real, revisando sus reclamos abiertos y cerrados a través del Portal del Proveedor. A su vez, en virtud de las definiciones de la Dirección Nacional, se crearon las **Matrices de Mercados Relevantes Nacional y Regionales**, las que tienen por finalidad atacar las distorsiones de los mercados más importantes y de las empresas más reclamadas de esos mismos rubros.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 39 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Disminución de costos para el Consumidor:** El Sernac, en su búsqueda por entregar una mejor oferta pública, generó canales de atención cuyo costo fuera el más bajo para la ciudadanía. Es así como al instalarse de manera centralizada el canal telefónico mediante el Call Center, las llamadas desde cualquier punto de Chile tienen un costo sólo de llamada local. Por otra parte, al instalar el Web Center, que es la plataforma que centraliza los requerimientos presentados por internet, se entrega una cobertura digital que alcanza no sólo a quienes están en nuestro país, sino a cualquier persona que estando fuera de Chile tenga conexión a internet y necesite presentar su caso. Y en último término, se ha dispuesto de convenios con distintas municipalidades del país para instalar plataformas de atención presencial, disminuyendo los costos de transporte para quienes prefieran la utilización de este canal.
- **Mayor credibilidad de Sernac:** El Sernac constituye un gran activo de credibilidad y confianza para la ciudadanía. El actual modelo de gestión de los requerimientos de los consumidores ha contribuido en forma significativa en instalar y desarrollar esta imagen, por lo tanto, tenemos un gran desafío y una gran responsabilidad: cuidar al máximo este activo en beneficio de la institución y de la ciudadanía.

La gestión de mediación, tanto a nivel individual como colectiva, ha impactado en las relaciones de los consumidores con los proveedores, al interior del mercado, reafirmando el rol preponderante del Estado en su función de cautelar los derechos de los ciudadanos. A la luz del concepto de **"protección de los derechos en las relaciones de consumo"**, el Sernac ha pasado a tomar un lugar primordial en este sentido, liderando una cadena de protección de organismos públicos en materia de consumo.

Los **Consumidores/as**, tienen mayor facilidad de acceso al Sernac y a un costo mucho menor, dada la diversidad de canales de atención puestos a su servicio. También les beneficia directamente el impacto de la estandarización de procesos, procedimientos e insumos de respuesta para los casos presentados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 40 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



VII.- Beneficios específicos generados por el Modelo de Atención al Consumidor

Los beneficios que reporta este modelo de atención a los consumidores del país se presentan además para los diversos actores que actúan o se ven involucrados en la dinámica de la protección al consumidor que propone Sernac.

1.- Beneficios específicos para el Consumidor

- **Disminución de los costos de realizar un reclamo:** El hecho de entregarle una vía de acceso fácil, expedita, confiable y de bajo costo, entrega un beneficio de alto impacto para el consumidor que necesita de la asesoría del Sernac. Es así como el canal internet, mediante la plataforma Web Center, alcanza hoy casi el 70% de los requerimientos a nivel nacional de los consumidores, lo que les ahorra tiempo en traslado a las plataformas presenciales, costo de pasajes, etc.
- **Ficha electrónica (Bitácora):** Herramienta creada para registrar cada una de las gestiones que involucra el proceso de mediación, para que, en caso de un eventual requerimiento, se logre una consulta rápida y veraz de toda la historia o trazabilidad del caso.
- **Asistencia jurídica a distancia:** Este beneficio está establecido para aquellos consumidores que interpusieron su reclamo por internet, no tuvieron respuesta o la respuesta no es satisfactoria para sus intereses y viven en la región Metropolitana. Los demás consumidores pueden recibir orientación en las Direcciones Regionales correspondientes.
- **Sistema de seguimiento en línea:** A través de la opción "**Estado de su Caso**" en el portal www.sernac.cl todo consumidor puede, ingresando el número del caso y su Rut, revisar los avances de su caso, sea consulta o reclamo, y de manera independiente del canal por el cual ingrese. De esta manera, el consumidor podrá ver las comunicaciones que se realizan con el proveedor reclamado, las respuestas a los mismos y también a las consultas telefónicas o por internet.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 41 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Aumento de la percepción de protección por parte de la comunidad:** La ciudadanía en general ha tomado conciencia de que Sernac se ha posicionado como su mayor opción de solución de problemas de consumo de toda índole, ingresando sobre 700.000 requerimientos anuales a nuestro Servicio. El hecho de obtener resultados positivos en las mediaciones y de haber comenzado a bajar de manera ostensible el indicador de "Proveedor No Responde" genera la sensación de mayor protección en los consumidores.

2.- Beneficios para las Instituciones:

- **Fortalecimiento y creación de sinergias en el Sistema Nacional de Protección:** El hecho de que el Sernac genere alianzas estratégicas con las demás instituciones que se relacionan con la protección de consumidores y usuarios genera una unidad de trabajo que fortalece las capacidades individuales de cada organismo público, produciendo un mejor resultado y una sensación de mayor protección al consumidor.
- **Mayor cobertura territorial:** Ante la no presencia de algunas instituciones de protección al consumidor en determinadas localidades del país, el Sernac sirve a éstas como "buzón" de ingreso de casos a través de dos de sus tres canales de atención. Estos casos son gestionados por Sernac como primera instancia o son derivados de inmediato a la institución competente. Una de las acciones que permite este alto grado de cobertura para todas las instituciones por intermedio del Sernac es el denominado "**Plan 80**", el cual consta en tener cobertura presencial en las comunas de Chile que reúnan el 80% de la población total de nuestro país.
- **Costos de instalación cercanos a cero para la Red de Servicios Públicos:** Muchos de los costos de la instalación de infraestructura, remuneraciones, soporte tecnológico externo, desarrollo de aplicaciones, hosting, etc, son muy bajos para las demás instituciones si comparamos esos mismos costos asumidos de manera individual pro cada organismo público.
- **Desarrollo de temas transversales en materia de consumo:** Anteriormente se señaló que uno de los roles del Estado es la protección de los derechos establecidos en las leyes a todos los ciudadanos. El

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 42 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Sernac lidera la protección de los derechos de los consumidores en conjunto con otros organismos públicos. Estas relaciones han hecho que hoy las instituciones dedicadas a la protección tengan temas transversales en su gestión y así trabajar en conjunto para proteger los derechos de las personas. Un ejemplo claro de lo anterior lo encontramos en las campañas de difusión de los derechos de los usuarios de telefonía, internet y cable entre la SUBTEL y Sernac, las cuales apuntan a conocer los derechos de quienes contratan estos servicios y a cotizar los mejores planes para su contratación, o los cambios en la legislación sobre las cláusulas abusivas en materia contractual financiera, donde el Sernac comparte la información recopilada de estos contratos a la SBIF.

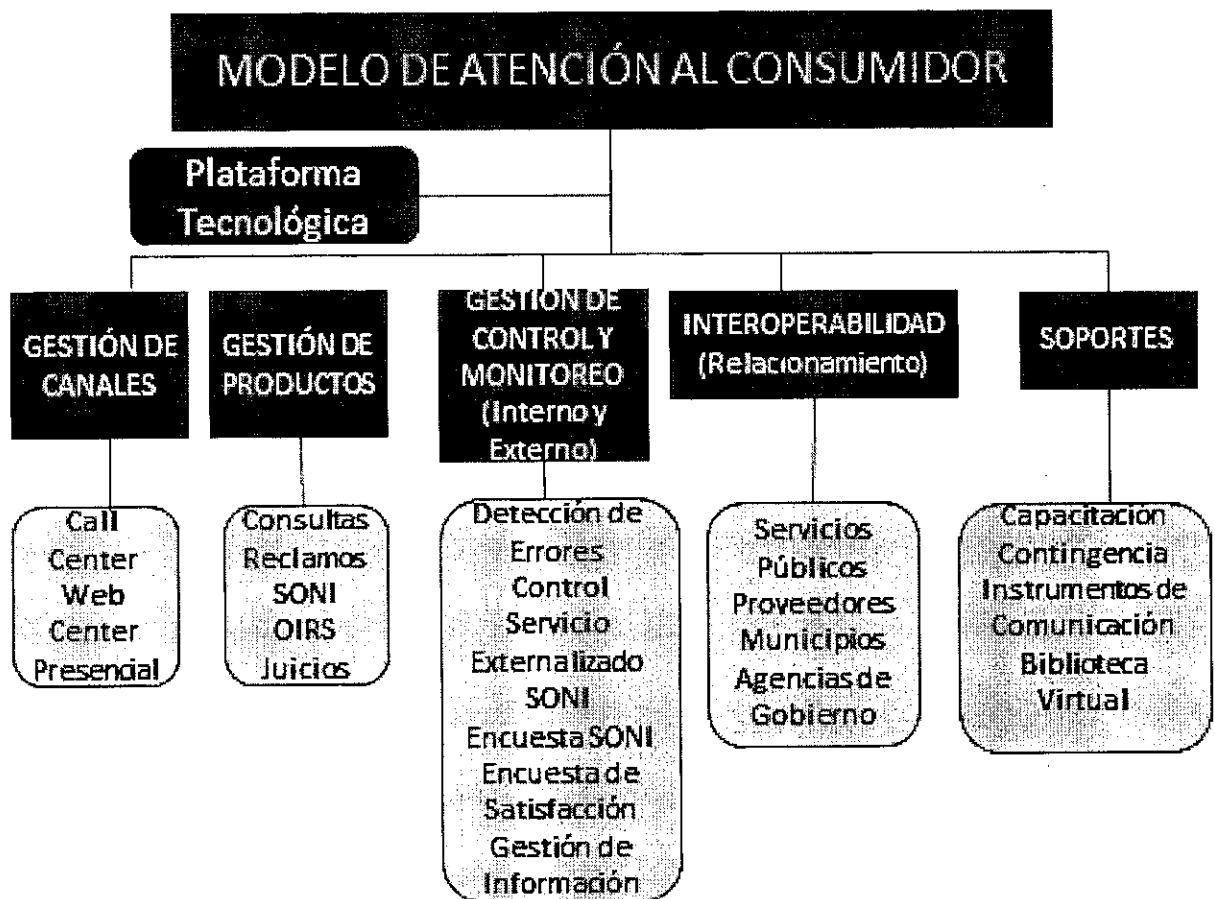
3.- Beneficio global del Modelo

- **Control total sobre el Proceso de Atención de Público:** La estandarización de los procedimientos de la atención de público permite tener controlado el funcionamiento de las plataformas, ya que a través de los diversos reportes que permite obtener el sistema se puede medir la gestión de cada uno de los ejecutivos de atención de público, generando la retroalimentación necesaria y la toma de acciones correctivas pertinentes. Tener el control total del proceso de atención permite obtener una mirada global del modelo para realizar los cambios pertinentes que se definan por la Dirección Nacional.
- **Permite la interacción de distintos actores:** Por su diseño, el Modelo de Atención de Público creado por el Sernac permite que distintos actores tengan un protagonismo importante en la gestión de los requerimientos presentados ante el Servicio. La relación directa con los consumidores/as y proveedores siempre es relevante. También son importante la relación con las demás instituciones de la Red de Protección al Consumidor, así como las plataformas municipales. En consecuencia, todos los actores involucrados juegan un rol preponderante en el desarrollo del modelo de atención.
- **Estadística única de la base de datos SERNACFacilita:** Tener una base de datos centralizada permite generar los reportes necesarios para ir tomando nuevas decisiones respecto de las mejoras necesarias para la buena marcha del modelo, decisiones que vienen dadas desde la alta



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 43 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

dirección y que buscan que el funcionamiento del Modelo de Atención a Público sea cada vez más eficiente, eficaz y cercano a todos los consumidores de nuestro país, otorgándole facilidades de acceso, certeza en la tramitación de sus casos, alto grado de información de la gestión apenas ésta se realiza y calidad en la atención.



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 44 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

VIII.- Consideraciones

Las consideraciones de este Manual están asociadas a los estándares y parámetros definidos en los Procesos, Subprocesos y documentos asociados declarados en la Ficha de Identificación Departamental (FID).

La medición de la gestión del Modelo de Atención al Consumidor está descrita en el Cuadro de Monitoreo, registro asociado al Procedimiento para la Medición de Indicadores de Desempeño del MAC.

IX.- Criterios de Aceptación

El registro de calidad asociado a este Manual debe medir el periodo trimestral, pero son reportados a través de Isotools (Gestión Documental) el último día hábil del segundo mes terminado el trimestre.

X.- Registros de Calidad



Registros Nivel Central:

| Nombre Registro | Almacenado por | Tiempo de Retención | Medio de soporte | Lugar de almacenamiento | | Disposición Final |
|---|----------------------|---------------------|--|--|-------|-------------------|
| | | | | Subclasif.. | Dpto. | |
| <i>Planilla de Datos Trimestral_ Resultados de indicadores del Desempeño del MAC.</i> | Profesional de Apoyo | 3 años | <i>Archivo Digital ISOTOOLS/Gestión Documental</i> | <i>Protección_Modelo de Atención al Consumidor/Gestión Territorial y Canales</i> | | Archivar |

Registros de alcance Regional:

| Nombre Registro: Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | Almacenado por | Tiempo de Retención | Medio de soporte | Lugar de almacenamiento | | Disposición Final |
|--|----------------|---------------------|------------------|-------------------------|------------|-------------------|
| | | | | Dpto. | Subclasif. | |
| No Aplica | | | | | | |

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|---|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification</p> <p>Nº 2478</p> | Página 45 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

XI.- Requisitos de elementos de entrada del proceso

Requisitos de Elementos de entrada.



| Elementos de entrada | Fuente | Requisitos |
|---|---|--|
| Marco normativo relacionado con la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. | Ley Nº 19496 | Ley actualizada y vigente |
| Definiciones estratégicas institucionales | Planificación Estratégica Institucional | Planificación validada por la Dirección Nacional e informada a la institución. |
| Demanda de los consumidores en materia de protección de sus derechos. | Base de Datos del sistema SF | BD actualizada y validada en el sistema SF |

XII.- Riesgos

| Etapa | Riesgo Asociado |
|--|---|
| Continuidad de la información generada de los productos incorporados en el MAC | <ul style="list-style-type: none"> -Pérdida de información por fallas o caídas de la plataforma tecnológica. -Registros erróneos o gestión deficiente en el sistema. -Falta de confidencialidad en el uso de la información. |

El tratamiento de riesgos será responsabilidad de DGTC.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certificación Nº 2478</p> | Página 46 de 46 |
| | <p>Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor</p> | | | |

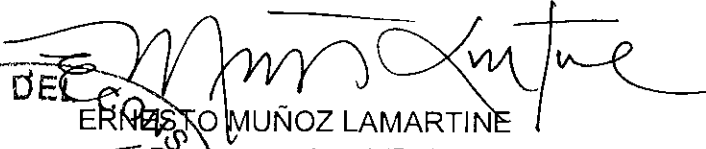
| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|--|---|---|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



2. ENTIENDASE que todas las referencias al modelo de atención al consumidor "SernacFacilita", se entenderán efectuadas a "SernacAtiende".

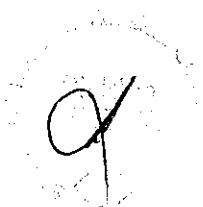
3. DISPÓNESE que las modificaciones que se establezcan al referido manual se formalizarán anualmente a través del correspondiente acto administrativo.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHIVESE


ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE
Director Nacional (PT)
Servicio Nacional del Consumidor

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
DIRECTOR NACIONAL

★





REF.: APRUEBA MANUAL DE LA DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR DEL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.

RESOLUCIÓN EXENTA N° 0355

SANTIAGO, 17 ABR 2014

VISTOS:



Lo dispuesto en los artículos 57 y siguientes de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, especialmente su artículo 59; el artículo 31 del D.F.L. Núm. 1/19.653, del año 2000, que Fijó el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; el artículo 3 de la Ley N° 19.880, que establece Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado; la Resolución Exenta N° 654, de 2013, del Servicio Nacional del Consumidor; la Resolución N° 1600 de 2008, de la Contraloría General de la República; y demás antecedentes que se acompañan.

CONSIDERANDO:

1. Que, durante el mes Marzo de 2014, se elaboró la versión 10 del "Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor", por parte del Departamento de Gestión Territorial y Canales, el cual aplica a todas las plataformas de atención de público a nivel nacional Presencial y Web Center.
2. Que, en su Informe N° 94/2013, la Contraloría General de la República ha requerido que se formalice la aprobación del documento señalado en el Considerando 1, en virtud de lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley N° 19.880.
3. Que, mediante Resolución Exenta N° 654, de 03 de Junio de 2013, el Servicio Nacional del Consumidor modificó la denominación del modelo de atención al consumidor, "SernacFacilita", por "SernacAtiende", manteniendo íntegramente sus objetivos, canales y ejecución bajo esta nueva nomenclatura.
4. Las facultades que la Ley confiere a este Director Nacional.



RESUELVO:

1. APRUÉBASE la versión 10 del "Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor", el que se adjunta a continuación:

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 1 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|---|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad, No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  N° 2478 | Página 2 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Índice



| | |
|---|----|
| I.- Introducción | 4 |
| II.- Desarrollo Histórico..... | 7 |
| 1.- Alcance..... | 7 |
| 2.- Criterios que incidieron en la toma de decisión de la creación del Modelo de Atención al Consumidor | 7 |
| 3.- Objetivo y propósito del Modelo de Atención al Consumidor. | 8 |
| 4.- Responsables de la creación e implementación del Modelo de Atención al Consumidor. | 9 |
| 5.- Objetivos Específicos del Modelo SF | 10 |
| III.- Ejes fundamentales para el desarrollo del Proceso de Atención al Consumidor | 11 |
| 1.- Acercar el Sernac a la Gente..... | 12 |
| 2.- Contar con una Plataforma Tecnológica | 13 |
| 3.- Integrar los flujos de información que el Sistema requiere, | 13 |
| en base a procesos de Interoperabilidad con otros actores..... | 13 |
| del Modelo. | 13 |
| 4.- Contar con mecanismos de control para el Proceso de atención al Consumidor..... | 17 |
| IV. Productos, Actores y Plataforma Tecnológica/ Soportes del sistema SF..... | 25 |
| 1.-Productos:..... | 25 |
| 2.- Actores del proceso. | 26 |
| 3.- Plataforma Tecnológica y Soportes. | 28 |
| V.- Problemas detectados en la implementación y desarrollo del nuevo modelo de gestión de Atención al Consumidor..... | 33 |
| 1.- Canal Presencial | 33 |
| 2.- Canal Telefónico (Call Center) | 34 |
| 3.- Canal Internet (Web Center) | 36 |

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 3 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

| | |
|--|----|
| VI.- Impactos de carácter estratégicos producidos en la implementación del Modelo de Atención al Consumidor..... | 37 |
| VII.- Beneficios específicos generados por el Modelo de Atención al Consumidor | 40 |
| 1.- Beneficios específicos para el Consumidor | 40 |
| 2.- Beneficios para las Instituciones: | 41 |
| 3.- Beneficio global del Modelo | 42 |
| VIII.- Consideraciones..... | 44 |
| IX.- Criterios de Aceptación | 44 |
| X.- Registros de Calidad | 44 |
| XI.- Requisitos de elementos de entrada del proceso | 45 |
| XII.- Riesgos | 45 |

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 4 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

I.- Introducción

Debido al progresivo aumento en las relaciones de consumo y los complejos problemas que surgen de la relación entre consumidores y proveedores al interior de los mercados, el Estado ha debido implementar mejoras sustantivas orientadas a enfrentar y a modernizarse para asumir las nuevas necesidades y requerimientos de los ciudadanos en su calidad de consumidores/as.



El Sernac, como organismo gubernamental encargado de velar por este tipo de relaciones, se ha adecuado a estas realidades implementando una oferta institucional con nuevos desarrollos, que asegure una permanente cobertura territorial disponible para todos los ciudadanos a nivel nacional, que les permita acceder a todos los productos y servicios que forman parte de nuestra gestión institucional.

Esto proceso ha sido posible, por un lado, desarrollando los canales digitales, vale decir, canal Internet y canal telefónico a nivel de todo el territorio nacional y por el otro, potenciando una red territorial en la mayoría de los municipios a través de convenios con municipalidades.

Simultáneamente a este proceso de cobertura territorial, se ha desarrollado un importante proceso de interoperabilidad con diferentes servicios públicos que tienen competencias en materias de consumo, lo que ha permitido desarrollar un modelo de Ventanilla Única, facilitando la gestión de los consumidores/as frente a los diversos problemas de consumo que deben enfrentar en su vida cotidiana. De esta manera se puede afirmar que el modelo SF resuelve dos aspectos fundamentales en las necesidades de los consumidores/as: **Reduce los costos de la gestión de un reclamo al facilitar su acceso por la cercanía territorial y a su vez lo puede gestionar en un solo centro o canal de atención.**

Este proceso, basado en la mejora continua, conlleva necesariamente acciones que buscan una simplificación del lenguaje (adecuado a cada tipo de usuario), orientación clara acerca de cómo acceder a nuestros servicios,

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|---|-------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification</p> <p>Nº 2478</p> | Página 5 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

mejoras en el grado de efectividad en las acciones realizadas, con procedimientos de medición y monitoreo permanente en base a estándares previamente establecidos y realizando evaluaciones periódicas sobre el grado de conocimiento del servicio y niveles de satisfacción por parte de la ciudadanía.

Este proceso de mejora continua ha requerido desarrollar hacia el interior del SERNAC, la existencia de determinados estándares de calidad en todas las plataformas y canales de atención, tanto en los procedimientos de registro, de gestión y de cierre, estandarizando los tipos de respuestas, los tiempos de tramitación, criterios y procedimientos.

Este conjunto de características en torno a este modelo de gestión de calidad institucional en el ámbito de atención de Público, fue posible en la medida en que las definiciones originales del proyecto *SERNACFacilita*, estuvieron basadas en una concepción sistémica, de carácter estratégico, que ha permitido la interrelación de diferentes actores y componentes en la construcción y maduración de este modelo.

1.- ORIGEN SF



A modo de resumen, SF nace como un Sistema Integrado de Atención a los Consumidores (SIAC), independiente de la institución competente, de la parte del territorio en que se encuentre, del canal que se use para el ingreso de un caso y del ejecutivo que lo atienda.

Paralelamente se crea una Plataforma Tecnológica, especialmente desarrollada para el Modelo, que permitió estandarizar los datos obligatorios para cada etapa del caso, registrar todas las gestiones realizadas por los ejecutivos en las bitácoras de cada caso, y obtener estadísticas que permiten fundamentar decisiones relativas a los otros productos estratégicos del SERNAC, desarrollados por los departamentos de Educación, de Estudios (productos, temas económicos, publicidad del mercado, etc.), Comunicación Estratégica (publicaciones, prensa), página Web, revista del SERNAC, Departamento Jurídico, etc.

2.- OBJETIVOS PRIMARIOS A NIVEL DE PROYECTO

Con todo aquello, el Sernac, a través del modelo SF, se propuso:



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certificación Nº 2478</p> | Página 6 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

1. Permitir a los ciudadanos en su calidad de consumidores/as presentar sus requerimientos en materias de consumo en un lugar único, independientemente de la materia en cuestión, con el fin de ser gestionados por nuestras plataformas y canales en forma directa con los proveedores. En caso de no obtener una respuesta satisfactoria y cuyas materias fueran de competencia de otros servicio público y si el caso lo amerita, poder derivarlos en forma interna, a través de nuestra plataforma tecnológica, al servicio público competente.
2. Aumentar la cobertura e integración del sistema actual de Protección al Consumidor, dotándolo de un soporte informático que le permita responder oportunamente a las necesidades de la ciudadanía, permitiéndole acceso a la información no sólo para conocer el resultado de su requerimiento, sino también el estado de su tramitación.
3. Estructurar una red física territorial que incorpore las actuales Oficinas SERNACFacilita Municipio donde existan, e integrando otras instituciones en las comunas en que esta vía no esté disponible.
4. Potenciar los canales digitales Internet y Telefónico para la atención, por ser estas vías más accesibles, rápidas y económicas para que los ciudadanos ingresen sus requerimientos.
5. Estandarizar el proceso de la atención de público, garantizando calidad de atención en todas las plataformas SERNACFacilita, respuestas similares, tiempos de trámite homologados, etc. Todo inserto dentro de un proceso de mejora continua.

En virtud de estas definiciones originales y lo desarrollado hasta el presente periodo, podemos constatar que el diseño, implementación y la medición de sus resultados dan cuenta de una exitosa estrategia institucional en el ámbito de atención de Público, focalizado en los consumidores/as.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 7 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

II.- Desarrollo Histórico

1.- Alcance

La definición de los lineamientos del Modelo de Atención al Consumidor, son aplicados a todo el territorio nacional, definiendo sus productos, los actores que intervienen (Consumidores, Proveedores y Ejecutivos), y además, sus ejes fundamentales de desarrollo, objetivos y propósitos del modelo, así como los beneficios que incorpora a sus diferentes participantes.



En el Manual Plan de Tratamiento del Modelo de Atención al Consumidor, se declara cómo se gestionarán las brechas y mejoras que resulten de la medición y control del MAC.

2.- Criterios que incidieron en la toma de decisión de la creación del Modelo de Atención al Consumidor

En virtud del análisis de los reportes históricos de los últimos años respecto de casos ingresados a Sernac por los distintos canales de atención a público, el crecimiento de los diferentes mercados y su incidencia en las relaciones de consumo, la gran brecha existente entre la demanda generada por los consumidores y la oferta pública que presentaba el Estado en materia de protección de sus derechos, se concluye en la necesidad de generar nuevas competencias y desarrollo de nuevas habilidades a nivel institucional, diseñar e implementar variables tecnológicas que permitieran sostener la masividad y, a su vez, la especificidad del proceso con un sentido de proyección histórica.

- **Consumidores cuentan con más Información y más propensos a reclamar:** Se genera un progresivo aumento en la necesidad del consumidor por reclamar sus derechos., se instala con mucha fuerza la cultura de la "exija sus derechos como consumidor"., los consumidores han asumido su responsabilidad por evitar los abusos y transgresiones a sus derechos.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 8 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Aumento sostenido de los requerimientos ciudadanos:** En virtud del anterior criterio, Sernac ha ido aumentando a razón de 200.000 casos en promedio por año las atenciones a consumidores en nuestro país. Este aumento se ha materializado de manera más visible en los canales Internet y Call Center, donde los escenarios que se habían fijado desde su puesta en marcha (2006 en adelante), se han ido cumpliendo con mayor rapidez de lo esperado.
- **Productividad:** Las evidentes carencias y debilidades de la gestión institucional hacen necesario innovar en nuestra capacidad de gestión, tanto en los aspectos operativos como de diseño y monitoreo. Se requiere una mayor capacidad de control de la gestión y del proceso global.
- **Mayor grado de sistematización del proceso.** Que permita estandarizar los flujos de gestión y los procedimientos de interoperabilidad con los SS.PP. participantes del modelo



3.- Objetivo y propósito del Modelo de Atención al Consumidor.

El objetivo primordial para el Sernac en el diseño e implementación del Modelo de Atención al Consumidor se centra en **mejorar la oferta pública del Sernac** hacia la ciudadanía. Esta mejora de la oferta pública radica en generar valor agregado en cada uno de sus productos, los cuales en su proceso de sinergia y mejora continua, permitirá generar y articular un modelo de atención que sea capaz de satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores, en términos colectivos e individuales, en relación a la protección de sus derechos en materias de consumo.

El énfasis se centró en el desarrollo de un Modelo de Gestión Integral constituido por tres ejes matriciales:

- Diseño y desarrollo de una **Plataforma Tecnológica**
- **Definición de Roles y funciones** de todos los actores participantes del Modelo, basado en determinados perfiles técnicos y de gestión.
- **Incorporación del Modelo al proceso de implementación de un Sistema de Gestión de Calidad institucional,**

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 9 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

4.- Responsables de la creación e implementación del Modelo de Atención al Consumidor.

El proceso de modernización del SERNAC, que se inicia alrededor del año 2002, desarrolla un conjunto de iniciativas en diferentes áreas, siendo ésta, el diseño de un sistema nacional de atención al consumidor, una de las más significativas a nivel institucional. El conjunto de actores institucionales relevantes que participan y contribuyen al diseño, implementación y logro exitoso de este proyecto son diversos.



Indudablemente, la decidida voluntad y claro apoyo por parte de la Alta Dirección institucional, tal vez, constituye un hito trascendental en el éxito de este proyecto, quienes respaldaron todas las acciones necesarias para su desarrollo.

La responsabilidad operacional de mayor trascendencia quedó bajo la responsabilidad del Departamento de Gestión Territorial y Canales, ex Secretaría Regional. El diseño, la corrección y validación del proyecto ante Mideplan, el ajuste al Marco Lógico, el relacionamiento con la empresa adjudicada, con los ajustes presupuestarios y contractuales respectivos, la definición e implementación de la estrategia necesaria para la instalación escalonada del modelo, el relacionamiento e incorporación de los servicios públicos asociados, entre otras, fueron las principales responsabilidades y decisiones que se implementaron a nivel institucional.

El proceso de implementación de este proyecto permitió a nuestra institución experimentar un cambio sustancial de carácter estratégico en su gestión institucional. Evolucionó al ritmo de este nuevo proyecto y de otras iniciativas institucionales que transformó al SERNAC en un gran ACTIVO gubernamental de gran credibilidad ciudadana.

El proyecto en su primera fase estuvo orientado fundamentalmente al diseño e implementación del canal presencial, lo cual implicó necesariamente gestionar una relación asociativa y casi de "complicidad" con las Direcciones Regionales, por ser éstas las responsables de la operación permanente del canal presencial en cada región. El nivel de compromiso y esfuerzo demostrado por estas unidades regionales fue determinante, lo que hizo viable la materialización del Modelo de Atención al Consumidor SERNAC*Facilita*.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 10 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



Esta relación sinérgica que se estableció con las DRs permitió el desarrollo de diferentes redes institucionales, definiendo con claridad diferentes perfiles y roles en el proceso de instalación y monitoreo del nuevo sistema. Los más relevantes fueron:

- Los Ejecutivos de atención de Público, presentes en todas las DRs. (cerca de 85 ejecutivos)
- Los Administradores de Plataformas (APs). Uno por región.
- Los responsables de la atención de público, desde el punto de vista normativo y procedimental. Un abogado por región.
- Los funcionarios Municipales. Cerca de 200 ejecutivos.
- Las diferentes unidades centrales que participaron más focalizadas desde su gestión, ya sea para el desarrollo de diversos soportes comunicacionales, aspectos normativos, presupuestarios y de capacitación.
- De igual forma se debe considerar la participación de los representantes de las otras instituciones públicas participantes, que son siete superintendencias y una subsecretaría.

5.- Objetivos Específicos del Modelo SF

Ampliar la Red de Plataformas de Atención de Público, generando una cobertura de carácter nacional que permita ampliar la posibilidad de acceso para todos los consumidores/as de nuestro país a la oferta pública de protección en el ámbito de consumo que desarrolla el Estado, a través del Sernac y de otras instituciones, buscando reducir las evidentes brechas de cobertura territorial y poblacional que existen en nuestro país en el acceso a esta política de protección. ***Elementos que son declarados a través del Procedimiento de Relacionamento Territorial, en el cual se establecen los lineamientos principales para la gestión de relacionamiento territorial con Municipalidades, en el ámbito de la protección de los derechos de los consumidores/as que permita la provisión de bienes y servicios desde el SERNAC hacia el territorio.***

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 11 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



- Diseñar e implementar la integración de distintas **Instituciones Públicas** ligadas a los temas de consumo, en base a un proceso de Interoperabilidad entre SS.PP., desarrollando para aquello una plataforma tecnológica que permita gestionar procedimientos de derivación que administre y asegure el seguimiento de los casos independiente de la etapa, del canal de ingreso y de la plataforma que lo gestione. Este objetivo constituye un fundamento esencial para la Oferta de “Ventanilla Única” que ha desarrollado el Sernac, instalándose como el principal organismo público de recepción y gestión de requerimientos de consumidores y usuarios a nivel nacional.
- Facilitar al Consumidor, a través de **un proceso unificado**, la gestión y resolución de consultas y reclamos, a través de la creación e implementación de procedimientos estandarizados para la gestión de los ejecutivos de atención a público, lo que permite entregar un tratamiento estandarizado en cada plataforma a los diferentes productos estratégicos que ofrece el Sernac, asegurando patrones de calidad en la forma de atención.
- **Formalizar, homologar y automatizar estándares y procedimientos** a nivel nacional, para el proceso unificado de atención de público que facilitan el proceso de relacionamiento con los consumidores/as, los proveedores y la gestión de los ejecutivos de atención de público.

III.- Ejes fundamentales para el desarrollo del Proceso de Atención al Consumidor

El proceso de Atención de Público, en su diseño general, está fundamentado en cuatro grandes definiciones estratégicas (ideas fuerza) que cruzan transversalmente varios sub procesos internos al modelo. Estas definiciones son:

1. Acercar el Sernac a la gente.
2. Contar con un Plataforma Tecnológica que permita tener la información en línea de los casos ingresados y gestionados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 12 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

3. Integrar los flujos de información que el Sistema requiere para hacer efectiva y eficiente la resolución de los casos ingresados, en base a procesos de Interoperabilidad.
4. La oferta pública del Sernac hacia los consumidores debe ser única y por ende debe tener control de las actividades que se realizan al interior del mismo.

1.- Acercar el Sernac a la Gente

Esta definición implica asegurar que la implementación del Proceso de Atención de Público tenga un alto nivel de accesibilidad para los consumidores/as, potenciando de esta manera, tanto las redes presenciales como digitales, es decir, canales de atención presencial, Internet y Telefónico, cuyo funcionamiento debe estar basado en los mismos procedimientos y estándares de calidad que contiene el modelo.



La modalidad de Atención presencial, requiere contar con oficinas de atención en la mayor cantidad de comunas posibles, estableciendo como cobertura permanente que el 80% de la población de cada región tenga acceso a una plataforma presencial, ya sea del Sernac o Municipal.

El Sernac cuenta en cada una de las 15 Direcciones Regionales con una Plataforma Presencial y para complementar su presencia territorial, ha desarrollado convenios de cooperación con los municipios de cada región, para que en cada uno de ellos pueda contar con una Plataforma de atención a los consumidores/as. Estas plataformas se han denominado *Sernacfacilita Municipio*.

La red de plataformas municipales, constituyen un factor estratégico en la gestión institucional de protección de los derechos de los consumidores/as, especialmente de los sectores más vulnerables, por la cercanía que tienen con los gobiernos locales y por la dificultad de acceso a la información y los sistemas de protección.

La Atención por Internet está centrada en la página del SERNAC, en donde los consumidores pueden ingresar Consultas, Reclamos y ver el estado de los casos ingresados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 13 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

La Atención telefónica se realiza a través de un Call Center bajo el número 6005946000, en el cual solo se atienden Consultas.



2.- Contar con una Plataforma Tecnológica

El modelo de Atención de público cuenta con una herramienta tecnológica (software) que se ajusta a los flujos de información que son necesarios para la resolución de los problemas presentados por los consumidores como Consultas, Reclamos y /o Juicios. El Sistema tiene ciertas características como:

- Esta en línea, (on line), para tener una atención integrada por los diferentes canales de acceso al Sistema.
- Disponible para acceder vía web desde las Plataformas municipales y desde la web del Sernac y de cualquier otro SS.PP que integre la red institucional.
- Permite el control del trabajo que se realiza de manera interna para resolver las inquietudes de los consumidores.
- Facilita la labor de los ejecutivos que gestionan los casos mediante el uso de los soportes comunicacionales tales como CTI, cartas tipo, respuestas tipo, y sobre todo gestión unificada de los casos.
- Permite la administración de las opciones para crear usuarios, oficinas, cartas, cierres de los casos, preguntas y respuestas frecuentes, es decir, se requiere que sea flexible de administrar en lo relativo a las gestiones que se realizan. (Administración centralizada del sistema).

3.- Integrar los flujos de información que el Sistema requiere, en base a procesos de Interoperabilidad con otros actores del Modelo.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 14 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

✓ **Con Servicios Públicos:**

Los problemas de consumo de los ciudadanos no atañen solamente al Sernac como institución encargada de velar por el cumplimiento de los derechos de cada consumidor, sino también a un número importante de entidades estatales que procuran el mismo fin. Es por esto que el Sernac ha generado una red de atención en conjunto con otros servicios públicos, tomando el Sernac la condición de "Ventanilla Única" para el ingreso por parte de los ciudadanos de sus problemas originados en relaciones de consumo.

Con este objetivo, este Servicio ha firmado convenios de cooperación en la gestión e información de reclamos y consultas con la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) y la Subsecretaría de Transportes (SUBTRANS), ambas agrupadas en el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), con la Junta Aeronáutica Civil (JAC), con la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), con la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), Superintendencia de Electricidad y Combustible (SEC), etc.

Todo lo anterior, con el fin de que el ciudadano pueda acceder a una red integrada de servicios públicos y no dirigirse a cada uno en particular, disminuyendo notoriamente el costo de la gestión de sus problemas de consumo.

Estos convenios permiten la derivación interna de casos que sean de competencia única de dichas instituciones o de derivaciones de casos donde el Sernac ha actuado como primera instancia mediante su gestión de mediación,



pero, sin obtener resultados positivos.

Cada institución ha dispuesto de personal preparado para tal efecto, siendo también capacitados en la gestión del modelo SF. Estos ejecutivos también cumplen con la función de soporte y de orientación ante las dudas que existan en los ejecutivos del Front Office.

El proceso de Interoperabilidad con SS.PP. cubre dos ámbitos de gestión:

A.- Proceso de Interoperabilidad en el cual los SS.PP. asociados constituyen una línea de Back Office, es decir, los SS.PP. asociados asumen una función de

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 15 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

especialistas, como una segunda línea de gestión, que reciben aquellos reclamos que no son solucionados en la primera línea, ***tal como está indicado en el Procedimiento Interoperabilidad con SSPP.***

B.-Proceso de relacionamiento, en el cual los SS.PP. participantes cumplen, a diferencia de los SS.PP. anteriores, una función de Front Office, es decir, sus propias plataformas de atención de público son receptoras de Consultas y Reclamos en materias de consumo, las cuales son ingresadas a nuestra página Web para ser, posteriormente gestionadas por nuestro servicio. Tal son los casos del IPS, SERNATUR, Biblio-Redes. Todos sus ejecutivos que participan de este proceso son capacitados por los profesionales del SERNAC.



✓ **Con Proveedores:**

Por otra parte, los Reclamos que son presentados ante el Sernac, son Traslados a los Proveedores para que en primera instancia se resuelva el problema directamente, por ello se requiere que la comunicación entre ambas entidades (Sernac- Proveedor) sea eficiente y eficaz, para ello el Modelo crea una forma de comunicación electrónica tanto para el envío como para la recepción de la información. Internamente a este proceso se le denomina interoperabilidad con Proveedores.

La gestión de Interoperabilidad con los Proveedores se basa en la implementación del **Portal de Proveedores**, cuya aplicación nos ha permitido, en base a los soportes tecnológicos implementados, disminuir nuestros tiempos de gestión, aumentar el porcentaje de respuestas de los proveedores a los reclamos presentados, hacer una mejor gestión con las brechas detectadas, fundamentar las malas prácticas de las empresas, generar acciones de mejoras en los diferentes mercados y evitar desequilibrios importantes en los mercados, así como también judicializar los temas más importantes para la sociedad.

El Portal de Proveedores es un espacio digital que este Servicio Nacional del Consumidor, ha puesto a disposición de las empresas que exclusivamente se encuentren con acceso a la gestión de casos vía digitalizada, bajo el modelo interoperabilidad y cuenten con un Logueo a través de un User y Password.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 16 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Este instrumento tiene por finalidad lograr una gestión cada vez más eficiente y eficaz en la tramitación de reclamos y no involucra costos asociados para los proveedores, sus características primordiales apuntan a tres ejes fundamentales a saber:

- a) Ingreso de respuestas a reclamos
- b) Disponer de Reportes estadísticos
- c) Acceder a Mesa de Ayuda

Otras funciones del Portal del Proveedor:

- Interacción con el ejecutivo a cargo del caso
- Publicación automática del caso de manera simultanea al traslado derivado a la empresa
- Visualización y Monitoreo permanente de casos, pues permite acceder directamente a estos ya sea en su etapa abierto de gestión o cerrado.
- Extracción del traslado y FUAP (Formulario Único de Atención), acción que respalda y valida el traslado enviado, ello asegura que el proveedor siempre tenga a su disposición el caso.
- Actúa en calidad de validador de traslado de casos y envío de respuestas.



Así también, en el procedimiento de Interoperabilidad con Proveedores, se informa del proceso unificado y permanente para el relacionamiento institucional con proveedores nacionales y regionales, con el fin de facilitar la tramitación y solución de los reclamos que recibe SERNAC.

Información que pueden obtener las empresas:

- _ Volumen de casos, ya sea estos se encuentren abiertos o cerrados.
- _ Causalidad y resultados de los casos
- _ Gráficos de Causales de cierre
- _ Juicios; Fechas y estado
- _ Conocer la trazabilidad de la gestión de sus casos, marcando todos los hitos Intermedios de la mediación.

Por otro lado, esta gestión ha permitido generar una relación más cercana con los proveedores que ayuda a modificar conductas que no se condicen con la

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 17 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

aplicación de la normativa de consumo vigente en nuestro país y esto se ha reflejado año tras año en los resultados de las mediaciones y en las modificaciones que las propias empresas han hecho en su forma de relacionarse con el consumidor.

Es necesario recordar que los reclamos trasladados a las empresas, éstas no están legalmente obligadas a responderlas. Hace 4 años, el porcentaje de reclamos cerrados como Proveedor No Responde era cercano al 40%. Hoy, la medición del año 2011 nos arroja un máximo de un 10%.

4.- Contar con mecanismos de control para el Proceso de atención al Consumidor

El Proceso de Atención de público cuenta con controles de gestión que permiten la homogenización de la atención por las diversas Plataformas, para ello se tiene un set de reportes de gestión que son usados por los encargados respectivos, los cuales periódicamente nos permite evaluar nuestra gestión.

Para efecto de asegurar un adecuado nivel de relacionamiento con los consumidores, el modelo ha desarrollado las siguientes acciones de monitoreo y control:

4.1.-Tres instancias de comunicación con nuestros usuarios: SONI, Encuesta SONI y Encuesta de Satisfacción

4.2.-Un sistema de Reportería de nuestra gestión interna.



4.3.-Procedimiento de Revisión, Análisis y Corrección de Errores de Gestión

4.4.- Control de Gestión de Servicios Externalizados en el Modelo de Atención al Consumidor SF.

4.1.- Tres instancias de comunicación con nuestros usuarios: SONI, Encuesta SONI y Encuesta de Satisfacción

➤ SONI (Su Opinión Nos Interesa)

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 18 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Es una opción de uso exclusivo por parte de los ciudadanos para opinar en relación a nuestra gestión relacionada con los requerimientos que ellos presentan. Pueden expresar su disconformidad por la atención recibida en el Sernac, a través de nuestra página Web, en la sección "Atención Ciudadana", o bien, una sugerencia para mejorar la gestión y un Reconocimiento por la gestión realizada, ***tal como está enunciado en el Procedimiento SONI. y el Instructivo SONI en sistema Sernac Windev.***

- **Encuesta MAC:** una opción a la cual acceden todos los consumidores al momento de recibir la respuesta final de la gestión de su reclamo. Esta opción está constituida por un formulario tipo encuesta que permite al consumidor evaluar diferentes atributos de la gestión realizada.
La gestión realizada a través de esta encuesta se declara a través del Instructivo Encuesta MAC.
- **Encuesta de Satisfacción:** Finalmente, cada año el Sernac implementa en forma externalizada una que, en base a un conjunto de atributos definidos institucionalmente, mide y evalúa la gestión de atención de Público por los 3 canales.



4.2.-Sistema Reportería SernacFacilita.

La acción de mejoramiento enmarcado en las políticas y procesos de modernización del Estado, tienen por finalidad elevar las competencias y la capacidad de movilizar los recursos públicos de manera más eficiente.

Una herramienta útil para el desarrollo de una gestión de calidad, es la medición y evaluación del servicio o producto que provee cada unidad u organización, a través de un conjunto de indicadores claves.

La calidad de la gestión de nuestra Institución, puede ser un factor de mejora, en tanto, se definan procedimientos de evaluación de la gestión. Esto implica medir sistemáticamente, sobre una base continua en el tiempo (períodos), los resultados obtenidos por las principales unidades o departamentos, comparando dichos resultados con lo deseado o planificado (metas), a fin de elevar su eficiencia y productividad.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 19 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



Bajo estas premisas SERNAC, estableció diversos instrumentos que nos permitieran mejorar, tanto el modelo de Atención de Público, como la Red Territorial. Este proceso ha sido paulatino, creciente y sostenido, sustentado en la aplicación de herramientas técnicas, y mecanismos de seguimiento de la gestión. Para ello se ha monitoreado el comportamiento de las plataformas de atención de público tanto a nivel nacional como regional.

Para este efecto, se construyeron diversos indicadores de gestión y se concordaron definiciones para cada uno de ellos, los cuales apuntan a los siguientes aspectos:

- Definiciones de cobertura real (cantidad de Plataformas funcionando por región); Los indicadores de plataformas y de habitantes cubiertos por región deben considerar tanto a las Direcciones Regionales como a las Plataformas de Atención de Público (PAPs) comunales, y los canales de atención telefónico e Internet.
- Indicadores de ingreso de casos, de gestión (incluyendo derivación), y cierre de casos.
- Los resultados obtenidos en un período de tiempo (fecha de inicio y fecha de término) de los resultados alcanzados por cada canal de atención, sea este presencial, telefónico o internet, en las actividades relacionadas con: Volúmenes totales de Ingreso de Consultas y Reclamos, diferenciados por canal de ingreso y plataforma. Total de casos y porcentaje de consultas y reclamos cerrados en plazo, porcentaje de consultas y reclamos abiertos. Variaciones de Registros de casos, y nivel de cumplimiento de estándares de atención. Gestión de resultados de consultas y reclamos, específicamente de consultas cerradas con uso de CTI y cerradas sin CTI.
- En el ámbito del reclamo; total de reclamos trasladados en plazo, total de respuestas informadas en plazo, y resultados de la mediación. Participación en el volumen total de registros de la región y nivel de accesibilidad al sistema.

Establecer un método estándar que permita, monitorear y realizar seguimiento de la gestión interna realizada por las plataformas de atención de público en cada uno de los canales de atención, Canal Presencial Direcciones Regionales y plataformas Sernacfacilita Municipio, Canal Telefónico y Canal Internet.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 20 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

En este se establecerán las actividades relevantes que les permitan a los centros de responsabilidad de estos canales contar con información automática del cumplimiento de indicadores que miden el volumen, gestión y cierre de casos en la atención de público. Conjuntamente a ello, y en consideración del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008, deberán realizar un análisis de datos, información y resultados, con el objeto de proponer acciones de mejoras, que les permita responder a las necesidades y características de la población, incorporando en los productos y servicios de atención de público la perspectiva territorial.

El acceso a Reportes SernacFacilita WD es a través de la pagina web www.home.sernacfacilita.cl, link Reportes Web.

4.3.-Procedimiento de Revisión, Análisis y Corrección de Errores de Gestión

Se aplica a todas las plataformas de Atención al Público de las Direcciones Regionales y municipales y a las plataformas del Call y Web Center, ***tal como está indicado en el Procedimiento de Detección, Análisis y Corrección de Errores de Gestión.***

Este procedimiento es gestionado a través de cuatro fases de desarrollo; Detección, Análisis, Corrección y Acciones de Mejoras.



Tiene por objetivo establecer un procedimiento que permita detectar, analizar y corregir, errores en la gestión interna de tramitación de casos realizada por los ejecutivos de atención de público a nivel nacional, en los tres canales de gestión.

Se aplica a todas las plataformas de Atención al Público de las Direcciones Regionales y municipales y a las plataformas del Call y Web Center.

La gestión de detección de errores, se realiza a través de los siguientes canales:

- **S.O.N.I:** No conformidad ingresada por un consumidor, al nivel central, que da cuenta de un posible error en la gestión de su caso.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 21 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Reporte a Empresa:** Informe estadístico entregado a los proveedores, con la finalidad de mostrar su actual desempeño a través de indicadores de gestión.
- **Ticket de Mesa de Ayuda:** Reporte o requerimiento entregado por las empresas, ya sea a través del Portal de Proveedores o el Call Center.
- **Selección Aleatoria de Casos:** Elección al azar de casos por región y plataforma, con la finalidad de llevar un control ordenado y proactivo de eventuales errores de gestión en los casos tramitados.
- **Ingresos Varios:** Reportes entregados por otros canales, que si bien su volumen no es alto, son igual de importantes para el proceso en general. Ej.
 - Casos reportados por el Call y Web Center
 - Casos reportados por funcionarios del DGTyC, que en el desarrollo de su trabajo, verifican eventuales casos con errores de gestión.

4.4.-Control de Gestión de Servicios Externalizados en el Modelo de Atención al Consumidor SF.



El Sernac, posee diversos servicios externalizados, en particular, se cuenta con el Servicio de Call Center y Web Center; Alojamiento de la Plataforma Sernacfacilita y las modificaciones que se realizan ya sea, a la plataforma tecnológica o bien al modelo de gestión SF, a solicitud del Sernac.

La relación con la (s) empresas externas está normada mediante un contrato suscrito entre dicha empresa Proveedora y el SERNAC, en el cual se establecen varias formas de control que se detallan en el anexo de este documento.

No obstante lo anterior, el procedimiento de este control establece los formatos y la periodicidad de la información requerida para realizar los controles necesarios a la operación.

Los Servicios que el SERNAC tiene externalizados bajo el control de este procedimiento son:

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 22 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- Call Center, es particular las Respuesta a consultas que consumidores realizan al 600 5946000.
 - Web Center, Gestión de las Consultas y Reclamos ingresados por Internet a través de la página Web del Servicio.
 - Alojamiento, mantención y operación del sistema informático SERNACFacilita.
 - Gestión de modificaciones a la plataforma tecnológica SERNACFacilita.
- Por ello él o los proveedores que entreguen estos servicios se ven involucrados en el cumplimiento de los controles definidos en este procedimiento.

➤ **Informe operación Call Center:**

El Call Center, por contrato, posee dos indicadores centrales que dan cuenta de la calidad de la atención entregada entendida como la prontitud en que un ejecutivo responda y la cantidad de llamadas atendidas por sobre las llamadas ingresadas, estos indicadores se denominan Nivel de Servicio y Nivel de Atención.

Indicadores:

El cálculo del Nivel de Servicio está dado por: Número de Llamadas Contestadas antes de 15 segundos dividido por el Número de Llamadas ingresadas menos las abandonadas antes de 5 segundos.

Para el Nivel de Atención el cálculo es Número de Llamadas contestadas dividido por el número de llamadas ingresadas menos las que cortan antes de 5 segundos.



Una segunda hoja de una planilla de cálculo, se encuentra el comportamiento de las llamadas: Hot Line y el número 600.

Filtro por tipo de Ingreso de la llamada

Periodicidad de la información

La información debe ser MENSUAL y debe estar en manos de SERNAC los primeros DIEZ días del mes siguiente.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 23 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

➤ Informe operación Web Center

El Web Center tiene como función principal la gestión de dos productos: Consultas y Reclamos, que ingresan por el Portal del Consumidor disponible en la página Web del Sernac, www.sernac.cl

Al igual que en el Call Center, se requiere un documento que contenga un resumen mensual de la información relevante para evaluar la gestión de los ejecutivos y el comportamiento del canal Internet en cuanto a los indicadores de gestión definidos para cada producto (Consulta Reclamo).

La portada del informe debe contener un resumen de los volúmenes de casos tramitados en el mes.

El resumen de Reclamos debe mostrar el volumen de casos por ejecutivo tanto el ingreso como los que cada ejecutivo maneja en sus grillas.

Debe contener los casos gestionados en el Mercado de Telecomunicaciones, mientras exista el Convenio de cooperación Sernac-- Subtel, y aquellos que ingresan por el Portal JAC (página de ingreso de Consultas y Reclamos que Sernac mantiene por un convenio de cooperación con la Junta Aeronáutica Civil).

Otra información importante es el cumplimiento de plazos en los hitos declarados como relevantes en la gestión de los casos: Traslado; Insistencia y Cierre.



➤ Informes de Alojamiento del Sistema

El servicio de Alojamiento del Sistema SERNACFacilita, incorpora dos reportes, uno de manera diaria que tiene como objetivo el demostrar mediante el ingreso de un caso al Sistema, la operatividad del mismo. Por otra parte también se requiere saber el tiempo de indisponibilidad del Sistema para cada canal (Internet; Call y Presencial) y para ello existe el segundo Reporte, denominado Disponibilidad del Sistema que se construye a partir de las Mesas de Ayudas creadas en relación a las fallas detectadas del Sistema.

• Informe Monitoreo diario

El monitoreo diario tiene como objetivo detectar fallas en la operación del Sistema, para ello se crean y gestionan casos desde la Web y desde el portal

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 24 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

que utilizan los usuarios municipales, si se detecta una falla, lo que debe hacerse es gestionar una Mesa de Ayuda ante los encargados de mantener el Sistema operativo.

- **Disponibilidad del Sistema**

En esta medición, el objetivo es contar con un indicador del tiempo que el Sistema esta activo dentro de un mes para ser usado por los diferentes clientes: Internet; Ejecutivos Atención Público Sernac; Ejecutivos Atención Público Sernacfacilita municipio; Proveedores; Call Center y Web Center.

El origen delos datos para identificar la inactividad de una parte del Sistema son las Mesas de Ayuda que se crean desde el Sernac en función de los problemas que se encuentran y/o reportan los ejecutivos.

- > **Modificaciones al Sistema Sernacfacilita**



La externalización del Servicio de Modificaciones considera que la empresa externa realice cambios de programación en la aplicación denominada Sernacfacilita, para ello el SERNAC (Departamento Gestión Territorial y Canales) solicita mejoras a la aplicación para optimizar ciertos procedimientos o para crear nuevas funcionalidades que a la luz de la evolución natural del Sistema se hacen necesarios.

Una vez que se solicita la modificación, la empresa realiza una cotización de uso de horas hombre involucradas en el desarrollo de lo solicitado, las que una vez aprobadas por Sernac comienza el Desarrollo.

Una vez que la empresa entrega el trabajo, se procede a evaluar el funcionamiento de dichas modificaciones en un ambiente alternativo al de producción. Si todo esta correcto se autoriza a la empresa para incorporare los cambios en ambiente de Producción, donde nuevamente por parte del (la) Administrador (a) de Sistema procede a revisar el correcto funcionamiento de la aplicación.

Finalizado de manera adecuada todo el proceso anterior, SERNAC emite una carta denominada "Carta Aceptación" en donde se establece que el desarrollo esta correcto y que puede activarse el proceso de pago de dicho trabajo.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 25 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

IV. Productos, Actores y Plataforma Tecnológica/ Soportes del sistema SF

1.-Productos:

Los siguientes productos se gestionan a través del Modelo de Atención al Consumidor, que forma parte del proceso de Protección:

- **Consulta:** Proceso de Orientación a través del cual se informa y orienta al consumidor respecto de qué derechos tiene (información de fondo) y cómo debe ejercerlos (información de forma). De esta manera, los consumidores/as pueden tener información en base a fundamentos y procedimientos para enfrentar las complejidades del mercado.



En el Manual de Gestión SERNAC Facilita Consultas, se declara el proceder que se realiza para entregar un servicio eficiente y de calidad a los consumidores.

- **SONI:** Es un nuevo tipo de caso de uso exclusivo por parte de los ciudadanos que permite opinar en relación a nuestra gestión institucional relacionada con los requerimientos que presentan los consumidores/as. Pueden expresar su disconformidad, Reconocimiento ó Sugerencia, por la atención recibida en el Sernac.
- **Mediación:** Conjunto de acciones concatenadas en un orden determinado referidas a un reclamo formal en materia de consumo hacia un proveedor, a través de los cuales, Sernac busca obtener una solución extrajudicial al caso presentado.

Este proceso consta de diferentes etapas, a saber:

- 1.- Ingreso del caso;
- 2.- Traslado;
- 3.- Insistencia;
- 4.-Respuesta del Proveedor
- 5.-Informa respuesta al Consumidor

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 26 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

5.- Cierre del caso con o sin respuesta del proveedor.

En el Manual de Gestión SERNAC Facilita Reclamos (Mediaciones), se declara el proceder que se realiza para entregar un servicio eficiente y de calidad a los consumidores.



- OIRS: Atención de Información, reclamo y Sugerencia**
Este producto, disponible en todas las plataformas regionales, tiene por objetivo entregar todo tipo de información institucional del Servicio en relación a sus procesos, productos, resultados y participantes. También contempla informar sobre el "Estado de su Caso" y recepcionar/gestionar las solicitudes de Transparencia.
- Mediación colectiva:** Acción institucional que se realiza frente a un proveedor cuando se detecta un evento que afecta los intereses de los consumidores, teniendo como origen una misma causal de motivo legal contemplada en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.
- Juicio:** Proceso de denuncia de uno o varios casos de consumo regido por la Ley de Protección de Derechos de los Consumidores (LPC) ante los Tribunales competentes. Este proceso está regido por la posibilidad que un caso constituya una vulneración al interés general de los consumidores, como un elemento rector, a fin de decidir el proceso de denuncia. Para ello, fundamentalmente se debe considerar aquellos intereses que forman parte de la clasificación de intereses que señala la LPC, esto es: **interés general, interés individual, interés colectivo e interés difuso.**

El modelo de Atención al Consumidor SF, se sustenta en dos aspectos fundamentales que hacen posible el funcionamiento del sistema:

2.- Actores del proceso.

Dentro del proceso de atención de público que realiza Sernac podemos visualizar una primera línea estructural que dice relación con los actores de este proceso y su proceso de relacionamiento:

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|--|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 27 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Consumidores/as:** Personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios.
- **Proveedores:** Personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollan actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.
- **Ejecutivos:** Funcionarios que realizan la atención de público, los cuales reciben, analizan y gestionan con el proveedor los requerimientos de consumidores. Este proceso se realiza a través de los distintos canales de acceso al Sernac y los tramitan, dependiendo del producto que se trate, con las herramientas o insumos creados y determinados para tal efecto. Dentro de este grupo podemos encontrar distintos subgrupos, a saber:
 - **Ejecutivos Sernac:** Funcionarios internos de la institución que trabajan en las distintas Direcciones Regionales, quienes están encargados de atender el Canal Presencial referente a los distintos requerimientos presentados en sus plataformas.
 - **Ejecutivos Call Center y Web Center:** Ejecutivos de empresa privada, encargados de gestionar los dos canales de atención no presencial de Sernac, cuya cobertura es de carácter nacional. Call y Web Center.

***Call Center:** Plataforma encargada de atender los requerimientos de consumidores que necesitan orientación respecto a sus derechos a través de llamadas telefónicas realizadas a un número telefónico único y con costo de llamada local.

***Web Center:** Plataforma encargada de la gestión de todos los casos ingresados por Internet, cuando el proveedor reclamado se encuentra incorporado en la Base de Datos de Proveedores del sistema, a través de la página Web institucional y por el portal municipal, los cuales son ingresados por los ejecutivos de las

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 28 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

plataformas municipales. Dichos requerimientos se dividen en consultas y reclamos.

- **Ejecutivos de Plataformas Municipales:** Ejecutivos que, en virtud de convenios que se celebran entre las Direcciones Regionales y las municipalidades a nivel nacional, cumplen la función de ingresar los reclamos de los consumidores a través de un portal diseñado para tal efecto, denominado **Portal Municipal**. A través de este portal se ingresan los Reclamos, para ser luego transferidos hacia el Web Center. En el caso de que el requerimiento sea una consulta ellos las gestionan directamente. Sólo algunas de estas plataformas SFM cumplen el proceso completo de ingreso y tramitación del reclamo.
- **Ejecutivos de otros Servicios Públicos:** El Sernac ha celebrado convenios de relacionamiento con variados organismos orientados a la protección de los consumidores y usuarios del país. Actualmente existen convenios con la SUBTEL, MTT, SBIF, SISS, JAC, SEC, SVS, etc. Cada institución ha dispuesto de personal preparado para actuar de contrapartes, siendo también capacitados en la gestión del modelo SF. Estos ejecutivos también cumplen con la función de soporte y de orientación ante las dudas que existan en los ejecutivos del Front Office.

3.- Plataforma Tecnológica y Soportes.



La segunda línea estructural dentro del modelo general de la protección está dada por la propia Plataforma Tecnológica, SERNAC WD, que sostiene este modelo, acompañado de un conjunto de aplicaciones, soportes y herramientas que facilitan la gestión de este proceso.

- **Plataforma Tecnológica:**

Es el principal instrumento tecnológico que sostiene el modelo y hace posible toda la gestión operacional en el sistema. Permite la multiplicidad y simultaneidad de diversas acciones de relacionamiento entre los diferentes actores participantes del proceso.

Define con claridad los parámetros necesarios para los procedimientos de Registros, Gestión y Cierre de los casos gestionados manteniendo visible la trazabilidad de la gestión de cada uno de los casos gestionados, en relación a las diferentes fases de tratamiento, de los

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 29 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

tres tipos de productos (Consulta, reclamo y juicios) que contiene la oferta de este modelo.

Esta funcionalidad de trazabilidad además está disponible para los consumidores, quienes a través de la página web del Sernac, ingresando al Estado de su Caso, pueden hacer un seguimiento continuo de todas las acciones que realizan los ejecutivos que quedan registradas en las bitácoras de cada caso, y a su vez, rescatar toda la documentación adjunta al reclamo. De esta manera la gestión de los ejecutivos de atención de público es totalmente transparente.

- **Soportes.**



Esta Plataforma Tecnológica contiene un conjunto de soportes adicionales que facilitan la gestión de los ejecutivos y corresponden a iniciativas de estandarización del modelo. Entre ellas tenemos:

- **CTIs:** Las CTIs (sigla para denominar a las Categorías, Tipos e Ítems) son insumos creados para generar un nivel de estandarización en las respuestas a los consumidores. Estos insumos tienen la cualidad de ser respuestas predeterminadas a preguntas tipo que obedecen a hipótesis generales de infracciones establecidas en la Ley de Protección del Consumidor, así como de otras normas relacionadas a materias de consumo.

De esta manera se busca cubrir un amplio espectro de problemas respecto de los cuáles los consumidores desconozcan o tengan dudas de información. Los ejecutivos realizan la búsqueda de las mismas en atención a los hechos planteados por el consumidor que presenta su requerimiento, enmarca la consulta en una de las preguntas predefinidas y entrega la respuesta establecida.

Este insumo es siempre validado por la División Jurídica y el Departamento de Comunicaciones del Sernac y ha constituido el primer paso para generar un alto nivel de **Estandarización** en la gestión de requerimientos. Las CTIs vienen a llenar un vacío existente en la gestión de los productos del Sernac, principalmente en el ámbito de la Orientación, proceso que se inicia a fines del año 2005 con la implementación y funcionamiento del canal telefónico, en forma

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|--|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 30 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

centralizada y con cobertura nacional, a través de un **Call Center** cuya plataforma es externalizada. (Outsourcing).



- **Respuestas Tipo:** Insumos de soporte para la gestión de los ejecutivos, principalmente en el ámbito del producto Consulta en el canal Web. Estos insumos son respuestas que, a diferencia de las CTIs, tienen un formato más extenso, toda vez que las CTIs se utilizan tanto en el canal presencial como en el canal telefónico, teniendo ambas plataformas la opción de poder explicar en el proceso de atención el sentido y alcance de la respuesta que se está entregando.

Por su parte, la Respuesta Tipo sigue un parámetro de respuesta más extenso, abarca todas las hipótesis posibles de pregunta para responder una consulta. Su formato difiere en su presentación de las CTIs, ya que se compone de un encabezado, la respuesta de fondo y forma y un pie de página. Este insumo, así como las CTIs, son validadas también por la División Jurídica y el Departamento de Comunicaciones del Sernac, para poder ser subido al sistema y estar disponibles para todos los ejecutivos del modelo de atención de público.

- **Mesa de Ayuda:** Herramienta creada para dar soporte a los ejecutivos de las distintas plataformas de atención a público en materia de gestión de casos, sistema, relacionamiento y gestión con proveedores. Esta herramienta está diseñada e implementada desde el nivel municipal, regional, zonal y nacional, con una función centralizada de Administración del Sistema.
- **Sistema de Gestión de Calidad (SGC):** Sistema aplicable a nivel nacional que permite orientar el trabajo cotidiano a la escucha activa de la ciudadanía, centrada en las necesidades y requerimientos de satisfacción de los clientes externos (Consumidores/as) y, a su vez, fortalecer el equipo SERNAC en función del reconocimiento del cliente interno, atendiendo sus necesidades de información y el input necesario para el desarrollo de sus propios procesos, su sentido y su vinculación con el negocio.

El objetivo principal del desarrollo de este sistema es mejorar la calidad de sus procesos, optimizando sus prestaciones y/o productos, y a través de un mayor nivel de satisfacción de sus clientes obteniendo mejoras en los resultados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 31 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- Biblioteca Virtual:** Es un registro digital en el cual está disponible toda la documentación necesaria del proceso global de diseño, implementación, seguimiento y evaluación del modelo SF. Además contiene toda la documentación de relacionamiento con SS.PP, SFM y proveedores, reportería, manuales y procedimientos que dan cuenta del Modelo SF. Todos los ejecutivos de atención de público, tanto del Sernac y municipales, los abogados ATP, los Administradores de Plataformas APsy los Directores Regionales tienen acceso directo a esta información en base a un procedimiento de logueo.

El desarrollo de esta base documental permite visualizar todos los procesos, procedimientos e instructivos, resultados de la medición de la gestión, funcionalidades y responsabilidades específicas de gestión (críticos) para el desarrollo efectivo del modelo. Ello permite, además, que el know how permanezca y se desarrolle al interior de la organización fortaleciendo el proceso de mejora continua.



- Plan de Contingencia**

El Plan de Contingencia del Modelo de Atención al Consumidor tiene como finalidad mantener los parámetros necesario para la Seguridad de la Información en el dominio de la Continuidad del Servicio, para lo cual se ha diseñado y desarrollado un plan de acciones que aseguren el nivel de continuidad en la prestación de los servicios de Atención de Público ante eventualidades o fallas en algunos de los componentes que hacen posible dicha entrega.

Para ello se definen estrategias operativas para controlar diversas eventualidades y describir una serie de procedimientos alternativos para minimizar sus consecuencias negativas, frente a cualquier situación de emergencia interna o externa.

El Plan de Contingencia tiene como alcance los tres canales de atención de público, diferenciándose su implementación y tipos de instrumentos por canal.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 32 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Para avanzar en una estructuración de los planes de contingencia se han definido 4 áreas o ámbitos que hacen peligrar la continuidad del Servicio, ellos son: **Sistemas; Infraestructura y Servicios básicos; Recursos Humanos y Aumento inesperado de la Demanda.**

El Plan de Contingencia está conformado por tres momentos, **Declaración de contingencia; Activación del Plan respectivo y el fin de la misma.**

Todas las Contingencias son Activadas por alguno de los siguientes actores:



- Jefe del Dpto. Gestión Territorial y Canales
- Director (a) Regional
- Administrador (a) de Sistema Sernacfacilita.

La entrada en una contingencia SIEMPRE requiere de una comunicación dirigida al equipo afectado, el que es copiado a cada uno de los involucrados ya mencionados, si no hay correo la coordinación ocurrirá de manera telefónica.

Una vez que se está en un proceso de Contingencia se actúa en concordancia al plan de trabajo que se mostrará a continuación.

La finalización de Contingencia también requiere de una comunicación informando dicha situación a los involucrados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 33 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

V.- Problemas detectados en la implementación y desarrollo del nuevo modelo de gestión de Atención al Consumidor.

Toda implementación de un modelo de gestión requiere de un proceso de marcha blanca que propicie los espacios para las modificaciones y puesta a punto de los cambios. El desarrollo del modelo de atención a los consumidores ha requerido de constantes cambios, actualizaciones, generación de nuevos insumos, procedimientos e incluso rediseños de procesos, lo cual puede tender a complejizar el modelo, pero que en realidad, a la luz de nuestra experiencia, lo ha hecho más eficiente y eficaz. Por lo anterior, es que los problemas en la implementación de nuestro modelo de atención lo describiremos atendiendo a las dificultades presentadas en cada canal de atención.

1.- Canal Presencial



1.1.- Proceso de estandarización del producto Juicio.

Desde el inicio del Modelo de Atención al Consumidor **no existía un procedimiento estandarizado del producto Juicio** en el sistema SF, por lo que este producto no tenía procedimientos verificables ni medibles en su forma y fondo. La División Jurídica, en conjunto con el Departamento de Gestión Territorial y Canales, ha diseñado un procedimiento completo y medible respecto de la gestión del producto juicio en todas sus etapas, incorporando las mediaciones y juicios colectivos, tanto en la forma como en el fondo, lo cual actualmente se encuentra en pleno funcionamiento.

1.2.- Proceso de atención de Consultas.

Carencia de un procedimiento único para la gestión de las Consultas. Sólo a partir del año 2009 se implementó un proceso estandarizado de gestión de Consultas en canal presencial, asimilando la experiencia en esta gestión del modelo aplicado en los canales no presenciales. Con esta innovación, hoy podemos tener claridad de cuáles son los temas que nos consultan los consumidores/as, pero además podemos tener claridad sobre

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 34 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

qué les estamos respondiendo. Este proceso es verificable y por lo tanto, medible con grandes posibilidades de mejoras.

2.- Canal Telefónico (Call Center)

En el inicio de la implementación del canal telefónico como plataforma de atención a público, a fines del mes de Noviembre de 2005, se fueron detectando problemas en su gestión de diversas complejidades. No tuvimos en este primer periodo una gestión referencial de algún otro servicio público, de la cual extraer ideas concretas y un listado de buenas prácticas para dar inicio a esta plataforma telefónica.

2.1.- Novedad del proyecto y falta de knowhow.

Durante el primer año, producto del desconocimiento, se realizó un esfuerzo constante por entender y asimilar las lógicas propias de un Call Center, en un proceso de relacionamiento constante entre la empresa externa, responsable de proporcionar el servicio, con nuestra institución. Fue necesario, a partir de un riguroso proceso de aprendizaje, instalar nuestras propias prioridades, nuevas formas de gestión ajustadas a nuestra normativa, procedimientos propios, asegurando que el costo no excediera a lo presupuestado.



El SERNAC implementó el funcionamiento y desarrollo de esta nueva plataforma de atención, estableciendo desde un comienzo los soportes necesarios, tanto comunicacionales y jurídicos, como operacionales desde la propia gestión interna, lo cual ha resultado una gestión muy exitosa.

2.2.- Inexistencia de información de flujos de llamados.

Uno de los elementos importantes que se debe considerar en la gestión de un Call Center es la información de periodos anteriores de flujo de llamadas, para saber cuántos ejecutivos se necesitan para atender el volumen de llamados recibidos y así cumplir con los indicadores mínimos establecidos.

Este problema se presentó al inicio de la instalación y puesta en marcha de la plataforma, al no existir un historial propio del SERNAC que documentara

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 35 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

la información necesaria para atender un determinado volumen de llamadas en un periodo dado.

La plataforma fue creada sin tener toda la información necesaria para definir con claridad su volumen de ejecutivos, lo cual se realizó sólo por aproximaciones de la cantidad de llamados que se recibían en las Direcciones Regionales. Si bien al comienzo se tuvo un volumen controlado con la plataforma existente, al poco tiempo se generó la necesidad de más ejecutivos por el aumento del flujo de llamados como consecuencia de una mayor difusión de este nuevo canal.



2.3.- Actualización de insumos para funcionamiento de Call Center.

Al no ser la plataforma telefónica atendida por funcionarios de Sernac directamente, sino por trabajadores de la empresa que presta servicios externos a nuestro Servicio, existía una traba de nivel jurídico para poder otorgar una orientación en materia de consumo a quienes utilizaran este canal. Esta limitación consistía en que los ejecutivos carecían de poder de decisión respecto de la orientación entregada, por lo cual se implementó un sistema de soporte institucional para entregar la información a los consumidores

CTI (Categoría, tipo, ítem), son respuestas tipo generales que se deben aplicar al caso particular por el cual es consultado el ejecutivo. Al existir tantos casos de hipótesis generales nos obliga a estar en constante creación y modificación de los insumos de información, ya que un porcentaje de éstos va quedando obsoleto, sea por estar circunscrito a un problema estacional o por la definición de nuevos criterios para el tratamiento de ciertos casos.

Directa relación tiene en este problema el plazo que existe entre la generación de una nueva CTI o solicitud de modificación y su instalación en el sistema, ya que este insumo debe pasar por tres filtros antes de ser validada y subida al sistema para que los ejecutivos puedan usarla. En primer lugar, pasa por el **Abogado** encargado de la plataforma, quien realiza la petición de creación o modificación. Posteriormente, es enviada a la **División Jurídica**, departamento que realiza la revisión del criterio jurídico a aplicar en la respuesta. En una tercera instancia, el insumo es remitido al **Departamento de Comunicaciones**, el cual ajusta el texto de la respuesta tipo a un vocabulario que sea de fácil entendimiento para los consumidores. Y por

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 36 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

último, las CTIs ya validadas son nuevamente enviadas al Abogado de la plataforma, quien debe remitirlas al Administrador de Sistema del modelo del Departamento de Gestión Territorial para que sean subidas al sistema y posteriormente ser usadas por los ejecutivos de la plataforma.

3. - Canal Internet (Web Center)



Web Center es una plataforma de atención no presencial con cobertura nacional e internacional que utiliza la conexión a Internet como medio de comunicación para que los consumidores que se encuentran en nuestro país o fuera de él puedan presentar consultas y reclamos. Esta plataforma nace en virtud del explosivo aumento de esta forma de comunicación y como parte del proceso de **Estandarización** que anteriormente se ha comentado, así como de la necesidad de administrar de mejor forma los recursos humanos del canal de atención presencial, el cual estaba siendo sobrepasado por la creciente demanda de los consumidores de soluciones a sus problemas de consumo.

3.1.- Dimensionamiento de flujo de casos presentados por Internet a nivel nacional.

El aumento de los requerimientos al Sernac por este canal generó la necesidad de mejorar la gestión del mismo. La Dirección Nacional toma la decisión de crear un Web Center para dar respuesta más eficiente a esta demanda. El Web Center inicia su gestión, en una primera etapa, con el producto **Consulta**. Tal vez, el problema mas serio a considerar fue la falta de información y de conocimiento técnico para producir un dimensionamiento ajustado a las necesidades de la demanda creciente.

A su vez, a fines del tercer trimestre del año 2007 se completa la instalación de Web Center, incorporando el producto **Reclamo** de manera centralizada. Desde el inicio se vivió el mismo fenómeno de crecimiento instantáneo que no permitió cumplir con los estándares establecidos previamente, lo que se pudo resolver casi a los 6 meses de atención, cuando se logró concordar el número de reclamos a gestionar versus la cantidad de ejecutivos necesarios para esa tarea.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 37 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

VI.-Impactos de carácter estratégicos producidos en la implementación del Modelo de Atención al Consumidor.

Al poner en marcha el nuevo Modelo de Atención al Consumidor se desarrollaron variados impactos en los distintos niveles:

- **Impacto en las relaciones de consumo:** En virtud de la gestión que ha realizado el Servicio en materias comunicacionales, jurídicas y también en la gestión de los requerimientos de los consumidores, a través de este nuevo modelo de atención de público SF, se ha logrado una mayor nivel de credibilidad y confianza en la gestión institucional por parte de la ciudadanía, verificándose una tendencia significativa por parte de los consumidores a consultar y reclamar cuando sienten que sus derechos han sido vulnerados. Evidentemente esta nueva situación ha generado un importante impacto en las relaciones de consumo a nivel del mercado.
- **Detección de las distorsiones en el mercado:** Sin perjuicio del trabajo caso a caso que fomenta el modelo de atención a público, también es posible generar una mirada global de los distintos mercados. Ha sido posible identificar importantes distorsiones y/o malas prácticas en las relaciones contractuales que desarrollan las empresas con los consumidores, las cuales han debido ser abordadas en su conjunto. Así, el Sernac ha logrado, mediante la figura de la **Mediación Colectiva**, dar solución de una sola vez a un grupo de consumidores afectados por un mismo problema, permitiendo que las distorsiones detectadas tengan una mejor y más eficiente solución.
- **Mayor cobertura territorial en virtud del concepto "Ventanilla Única":** Uno de los ejes prioritarios del modelo de atención a público es poder entregar un nivel de cobertura que le permita a todos los consumidores acceder a los productos del Sernac por los distintos canales de atención, lo cual en sí mismo constituye un impacto de gran trascendencia a nivel nacional.
- **Red de Servicios del Estado.** También se genera un impacto favorable hacia los consumidores por el nuevo nivel de relacionamiento del Sernac con los demás organismos del Estado que tienen competencias en



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478</p> | Página 38 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

materias de consumo. En esta línea de desarrollo, el Sernac implementa el concepto de **"Ventanilla Única"**, el cual permite que a través de nuestro sistema SF se puedan recibir los requerimientos de los ciudadanos que digan relación con materias de otros servicios públicos y gestionarlos como primera instancia, para luego ser derivados internamente en caso de no obtener un resultado favorable para el requirente.

- Se incluyen en esta Red de protección de los consumidores, a la **Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF)**, la **Superintendencia de Valores y Seguros (SVS)**, la **Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel)**, la **Superintendencia de Electricidad, y Combustibles (SEC)**, etc. Este proceso se ha denominado "Interoperabilidad con Servicios Públicos".
 - **Las plataformas municipales SFM**, las cuales permiten un alto grado de cobertura territorial a nivel nacional. Y precisamente para este canal de atención se ha desarrollado el **"Portal Municipal"**, el cual permite el ingreso de los casos en cada plataforma municipal, los cuales son derivados posteriormente a la plataforma Web Center por regla general.
- **Nuevo forma de relacionamiento con Proveedores:** Este modelo de atención a público no podría tener un funcionamiento eficiente si no existiera un relacionamiento cercano con los proveedores. Este relacionamiento tiene como objeto insertar a estos actores al modelo de gestión para hacerlo más eficiente en su gestión de respuestas y búsqueda posterior de soluciones, así como de bajar los volúmenes de reclamos (tiene directa relación con los dos primeros puntos). Para esta gestión se ha determinado un sistema de **Interoperabilidad**, conocido como el **"Portal del Proveedor"**, cual permite a las empresas relacionarse con los ejecutivos a través de nuestra plataforma tecnológica de manera más directa, ingresando las respuestas en tiempo real, revisando sus reclamos abiertos y cerrados a través del Portal del Proveedor. A su vez, en virtud de las definiciones de la Dirección Nacional, se crearon las **Matrices de Mercados Relevantes Nacional y Regionales**, las que tienen por finalidad atacar las distorsiones de los mercados más importantes y de las empresas más reclamadas de esos mismos rubros.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|--|-----------------|---|-----------------------|
|  | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  | Página 39 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Disminución de costos para el Consumidor:** El Sernac, en su búsqueda por entregar una mejor oferta pública, generó canales de atención cuyo costo fuera el más bajo para la ciudadanía. Es así como al instalarse de manera centralizada el canal telefónico mediante el Call Center, las llamadas desde cualquier punto de Chile tienen un costo sólo de llamada local. Por otra parte, al instalar el Web Center, que es la plataforma que centraliza los requerimientos presentados por internet, se entrega una cobertura digital que alcanza no sólo a quienes están en nuestro país, sino a cualquier persona que estando fuera de Chile tenga conexión a internet y necesite presentar su caso. Y en último término, se ha dispuesto de convenios con distintas municipalidades del país para instalar plataformas de atención presencial, disminuyendo los costos de transporte para quienes prefieran la utilización de este canal.
- **Mayor credibilidad de Sernac:** El Sernac constituye un gran activo de credibilidad y confianza para la ciudadanía. El actual modelo de gestión de los requerimientos de los consumidores ha contribuido en forma significativa en instalar y desarrollar esta imagen, por lo tanto, tenemos un gran desafío y una gran responsabilidad: cuidar al máximo este activo en beneficio de la institución y de la ciudadanía.

La gestión de mediación, tanto a nivel individual como colectiva, ha impactado en las relaciones de los consumidores con los proveedores, al interior del mercado, reafirmando el rol preponderante del Estado en su función de cautelar los derechos de los ciudadanos. A la luz del concepto de **"protección de los derechos en las relaciones de consumo"**, el Sernac ha pasado a tomar un lugar primordial en este sentido, liderando una cadena de protección de organismos públicos en materia de consumo.

Los **Consumidores/as**, tienen mayor facilidad de acceso al Sernac y a un costo mucho menor, dada la diversidad de canales de atención puestos a su servicio. También les beneficia directamente el impacto de la estandarización de procesos, procedimientos e insumos de respuesta para los casos presentados.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478</p> | Página 40 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |



VII.- Beneficios específicos generados por el Modelo de Atención al Consumidor

Los beneficios que reporta este modelo de atención a los consumidores del país se presentan además para los diversos actores que actúan o se ven involucrados en la dinámica de la protección al consumidor que propone Sernac.

1.- Beneficios específicos para el Consumidor

- **Disminución de los costos de realizar un reclamo:** El hecho de entregarle una vía de acceso fácil, expedita, confiable y de bajo costo, entrega un beneficio de alto impacto para el consumidor que necesita de la asesoría del Sernac. Es así como el canal internet, mediante la plataforma Web Center, alcanza hoy casi el 70% de los requerimientos a nivel nacional de los consumidores, lo que les ahorra tiempo en traslado a las plataformas presenciales, costo de pasajes, etc.
- **Ficha electrónica (Bitácora):** Herramienta creada para registrar cada una de las gestiones que involucra el proceso de mediación, para que, en caso de un eventual requerimiento, se logre una consulta rápida y veraz de toda la historia o trazabilidad del caso.
- **Asistencia jurídica a distancia:** Este beneficio está establecido para aquellos consumidores que interpusieron su reclamo por internet, no tuvieron respuesta o la respuesta no es satisfactoria para sus intereses y viven en la región Metropolitana. Los demás consumidores pueden recibir orientación en las Direcciones Regionales correspondientes.
- **Sistema de seguimiento en línea:** A través de la opción "**Estado de su Caso**" en el portal www.sernac.cl todo consumidor puede, ingresando el número del caso y su Rut, revisar los avances de su caso, sea consulta o reclamo, y de manera independiente del canal por el cual ingrese. De esta manera, el consumidor podrá ver las comunicaciones que se realizan con el proveedor reclamado, las respuestas a los mismos y también a las consultas telefónicas o por internet.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|--|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</p> <p>Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478</p> | Página 41 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

- **Aumento de la percepción de protección por parte de la comunidad:** La ciudadanía en general ha tomado conciencia de que Sernac se ha posicionado como su mayor opción de solución de problemas de consumo de toda índole, ingresando sobre 700.000 requerimientos anuales a nuestro Servicio. El hecho de obtener resultados positivos en las mediaciones y de haber comenzado a bajar de manera ostensible el indicador de "Proveedor No Responde" genera la sensación de mayor protección en los consumidores.

2.- Beneficios para las Instituciones:

- **Fortalecimiento y creación de sinergias en el Sistema Nacional de Protección:** El hecho de que el Sernac genere alianzas estratégicas con las demás instituciones que se relacionan con la protección de consumidores y usuarios genera una unidad de trabajo que fortalece las capacidades individuales de cada organismo público, produciendo un mejor resultado y una sensación de mayor protección al consumidor.
- **Mayor cobertura territorial:** Ante la no presencia de algunas instituciones de protección al consumidor en determinadas localidades del país, el Sernac sirve a éstas como "buzón" de ingreso de casos a través de dos de sus tres canales de atención. Estos casos son gestionados por Sernac como primera instancia o son derivados de inmediato a la institución competente. Una de las acciones que permite este alto grado de cobertura para todas las instituciones por intermedio del Sernac es el denominado "**Plan 80**", el cual consta en tener cobertura presencial en las comunas de Chile que reúnan el 80% de la población total de nuestro país.
- **Costos de instalación cercanos a cero para la Red de Servicios Públicos:** Muchos de los costos de la instalación de infraestructura, remuneraciones, soporte tecnológico externo, desarrollo de aplicaciones, hosting, etc, son muy bajos para las demás instituciones si comparamos esos mismos costos asumidos de manera individual pro cada organismo público.
- **Desarrollo de temas transversales en materia de consumo:** Anteriormente se señaló que uno de los roles del Estado es la protección de los derechos establecidos en las leyes a todos los ciudadanos. El

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |



| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 42 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

Sernac lidera la protección de los derechos de los consumidores en conjunto con otros organismos públicos. Estas relaciones han hecho que hoy las instituciones dedicadas a la protección tengan temas transversales en su gestión y así trabajar en conjunto para proteger los derechos de las personas. Un ejemplo claro de lo anterior lo encontramos en las campañas de difusión de los derechos de los usuarios de telefonía, internet y cable entre la SUBTEL y Sernac, las cuales apuntan a conocer los derechos de quienes contratan estos servicios y a cotizar los mejores planes para su contratación, o los cambios en la legislación sobre las cláusulas abusivas en materia contractual financiera, donde el Sernac comparte la información recopilada de estos contratos a la SBIF.

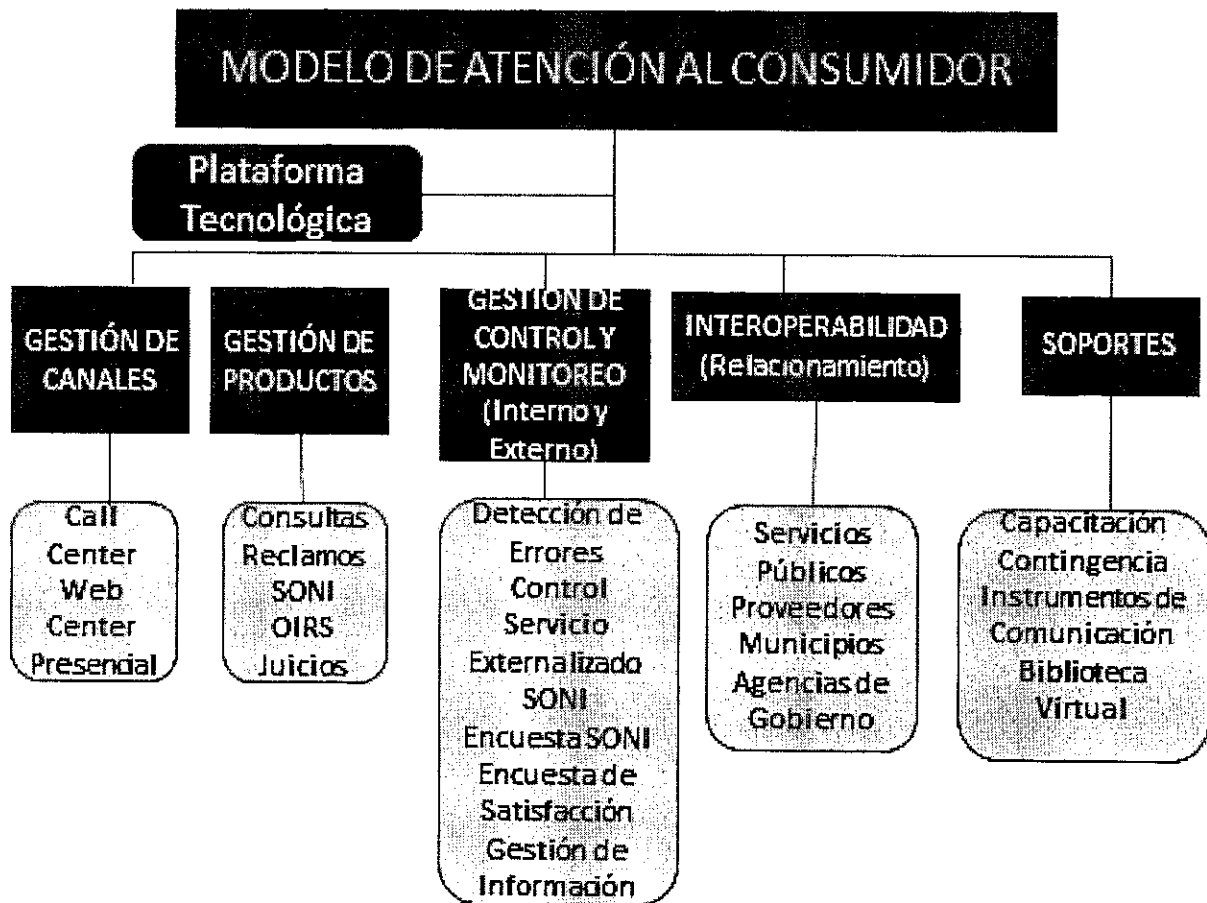
3.- Beneficio global del Modelo

- **Control total sobre el Proceso de Atención de Público:** La estandarización de los procedimientos de la atención de público permite tener controlado el funcionamiento de las plataformas, ya que a través de los diversos reportes que permite obtener el sistema se puede medir la gestión de cada uno de los ejecutivos de atención de público, generando la retroalimentación necesaria y la toma de acciones correctivas pertinentes. Tener el control total del proceso de atención permite obtener una mirada global del modelo para realizar los cambios pertinentes que se definan por la Dirección Nacional.
- **Permite la interacción de distintos actores:** Por su diseño, el Modelo de Atención de Público creado por el Sernac permite que distintos actores tengan un protagonismo importante en la gestión de los requerimientos presentados ante el Servicio. La relación directa con los consumidores/as y proveedores siempre es relevante. También son importante la relación con las demás instituciones de la Red de Protección al Consumidor, así como las plataformas municipales. En consecuencia, todos los actores involucrados juegan un rol preponderante en el desarrollo del modelo de atención.
- **Estadística única de la base de datos SERNACFacilita:** Tener una base de datos centralizada permite generar los reportes necesarios para ir tomando nuevas decisiones respecto de las mejoras necesarias para la buena marcha del modelo, decisiones que vienen dadas desde la alta



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certificación Nº 2478 | Página 43 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

dirección y que buscan que el funcionamiento del Modelo de Atención a Público sea cada vez más eficiente, eficaz y cercano a todos los consumidores de nuestro país, otorgándole facilidades de acceso, certeza en la tramitación de sus casos, alto grado de información de la gestión apenas ésta se realiza y calidad en la atención.



| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478 | Página 44 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

VIII.- Consideraciones

Las consideraciones de este Manual están asociadas a los estándares y parámetros definidos en los Procesos, Subprocesos y documentos asociados declarados en la Ficha de Identificación Departamental (FID).

La medición de la gestión del Modelo de Atención al Consumidor está descrita en el Cuadro de Monitoreo, registro asociado al Procedimiento para la Medición de Indicadores de Desempeño del MAC.

IX.- Criterios de Aceptación

El registro de calidad asociado a este Manual debe medir el periodo trimestral, pero son reportados a través de Isotools (Gestión Documental) el último día hábil del segundo mes terminado el trimestre.

X.- Registros de Calidad



Registros Nivel Central:

| Nombre Registro | Almacenado por | Tiempo de Retención | Medio de soporte | Lugar de almacenamiento | | Disposición Final |
|---|----------------------|---------------------|--|--|-------|-------------------|
| | | | | Subclasif.. | Dpto. | |
| <i>Planilla de Datos Trimestral_ Resultados de indicadores del Desempeño del MAC.</i> | Profesional de Apoyo | 3 años | <i>Archivo Digital ISOTOOLS/Gestión Documental</i> | <i>Protección_Modelo de Atención al Consumidor/Gestión Territorial y Canales</i> | | Archivar |

Registros de alcance Regional:

| Nombre Registro: Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | Almacenado por | Tiempo de Retención | Medio de soporte | Lugar de almacenamiento | | Disposición Final |
|--|----------------|---------------------|------------------|-------------------------|------------|-------------------|
| | | | | Dpto. | Subclasif. | |
| No Aplica | | | | | | |

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  <p>SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile</p> | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  <p>ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification Nº 2478</p> | Página 45 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |

XI.- Requisitos de elementos de entrada del proceso

Requisitos de Elementos de entrada.



| Elementos de entrada | Fuente | Requisitos |
|---|---|--|
| Marco normativo relacionado con la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. | Ley Nº 19496 | Ley actualizada y vigente |
| Definiciones estratégicas institucionales | Planificación Estratégica Institucional | Planificación validada por la Dirección Nacional e informada a la institución. |
| Demanda de los consumidores en materia de protección de sus derechos. | Base de Datos del sistema SF | BD actualizada y validada en el sistema SF |

XII.- Riesgos

| Etapa | Riesgo Asociado |
|--|---|
| Continuidad de la información generada de los productos incorporados en el MAC | <ul style="list-style-type: none"> -Pérdida de información por fallas o caídas de la plataforma tecnológica. -Registros erróneos o gestión deficiente en el sistema. -Falta de confidencialidad en el uso de la información. |

El tratamiento de riesgos será responsabilidad de DGTC.

| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |

| | | | | |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
|  SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile | Nº Versión: 10.0 | Estado: Vigente |  ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification N° 2478 | Página 46 de 46 |
| | Manual de la Descripción del Modelo de Atención al Consumidor | | | |


| | Elaboración | Revisión | Aprobación |
|-------|---|---|--|
| Fecha | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 | 31 de Marzo 2014 |
| Cargo | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales Jefe Unidad No Presencial | Jefe Unidad No Presencial Administrativo Profesional de Apoyo (Encargada de Calidad) | Jefe Dpto. Gestión Territorial y Canales |




2. ENTIENDASE que todas las referencias al modelo de atención al consumidor "SernacFacilita", se entenderán efectuadas a "SemacAtiende".

3. DISPÓNESE que las modificaciones que se establezcan al referido manual se formalizarán anualmente a través del correspondiente acto administrativo.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHIVESE


ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE
Director Nacional (PT)
Servicio Nacional del Consumidor


SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
DIRECTOR NACIONAL

IMG/MBC

Distribución:

- Gabinete
- División Jurídica
- Departamento de Gestión Territorial y Canales
- Oficina de Partes