

FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2008

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPÍTULO	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Efectivo 2006	Efectivo a Junio 2007	Estimación 2012	Meta 2008	Ponderación	Medios de Verificación	Su-pues-tos	No-tas
<p>•Orientación, asesoría jurídica y protección</p> <p>-Tramitación de reclamos.</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>1 Porcentaje de mediaciones de usuarios que no son respondidas por el proveedor a los 25 días hábiles.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(Número de mediaciones de usuarios no respondidas por el proveedor a los 25 días hábiles./Total de mediaciones cerradas o abiertas con más de 25 días hábiles.)*100</p>	S.I.	S.I.	S.I.	<p>26.4 % (7737.0/29358.0)*100</p> <p>H: 26.4 (3869.0/14679.0)*100</p> <p>M: 26.4 (3868.0/14679.0)*100</p>	<p>26.4 % (15474.0/58716.0)*100</p> <p>H: 26.4 (7737.0/29358.0)*100</p> <p>M: 26.4 (7737.0/29358.0)*100</p>	<p>23.7 % (15500.0/65500.0)*100</p> <p>H: 23.7 (7750.0/32750.0)*100</p> <p>M: 23.7 (7750.0/32750.0)*100</p>	8%	<p>Base de Datos/Softwar e Base de datos SERNAC Facilita</p>	1	1
<p>•Orientación, asesoría jurídica y protección</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>2 Porcentaje de la población que accede a SERNAC Facilita por algún canal (Internet, telefónico o presencial) y que cumple con el estándar 1:5000.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(Porcentaje trimestral de la población que accede a SERNAC Facilita por algún canal (Internet, telefónico o presencial) y que cumple con el estándar 1:5000./Número de trimestres del período.)*100</p>	S.I.	S.I.	S.I.	S.I.	<p>82.3 % (3.3/4.0)*100</p> <p>H: 41.0 (1.6/4.0)*100</p> <p>M: 41.0 (1.6/4.0)*100</p>	<p>83.5 % (3.3/4.0)*100</p> <p>H: 41.8 (1.7/4.0)*100</p> <p>M: 41.8 (1.7/4.0)*100</p>	8%	<p>Base de Datos/Softwar e Base de Datos SERNAC Facilita</p>	2	2
<p>•Información de</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p>	<p>(Número de</p>	S.I.	S.I.	40 %	40 %	50 %	60 %	8%	<p>Formularios/Fi</p>	3	3

<p>Mercado y Consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> •Orientación, asesoría jurídica y protección •Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores •Fortalecimiento de la Participación Ciudadana 	<p>3 Porcentaje de productos institucionales que incorporan la perspectiva de participación ciudadana.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>productos institucionales que incorporan perspectiva de participación ciudadana/Total de productos institucionales) *100</p>			(4/10)*100	(4/10)*100	(5/10)*100	(6/10)*100		<p><u>chas</u> Formulario A1 (definiciones estratégicas)</p> <p><u>Reportes/Informes</u> Informes/documentos que respalden y presenten la incorporación de perspectiva en los productos.</p>		
<p>•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>4 Porcentaje de personas que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC (Visibilidad del Sernac)</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de personas encuestadas en el año t que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC /N° de total de personas encuestadas en el año t)*100</p>	<p>80 % (2868/3600)*100</p> <p>H: 80 (1390/1744)*100</p> <p>M: 80 (1478/1856)*100</p>	<p>81 % (2926/3600)*100</p> <p>H: 84 (1446/1730)*100</p> <p>M: 79 (1480/1870)*100</p>	<p>81 % (2895/3596)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>82 % (980/1200)*100</p> <p>H: 78 (427/550)*100</p> <p>M: 85 (553/650)*100</p>	<p>82 % (2940/3600)*100</p> <p>H: 78 (1281/1650)*100</p> <p>M: 85 (1659/1950)*100</p>	<p>84 % (3010/3600)*100</p> <p>H: 78 (1294/1650)*100</p> <p>M: 88 (1716/1950)*100</p>	<p>9%</p>	<p><u>Reportes/Informes</u> Encuesta Barómetro CERC (1-3 veces en el año)</p>	<p>4</p>	<p>4</p>
<p>•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión</p> <ul style="list-style-type: none"> •Orientación, asesoría jurídica y protección <p>-Programa: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>5 Porcentaje de consumidores que declara que el nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado es "mucho" o "bastante"</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de consumidores encuestados en el año t que responden "mucho" y "bastante" respecto al nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado/N° Total de consumidores encuestados en</p>	<p>37 % (1332/3600)*100</p> <p>H: 40 (690/1744)*100</p> <p>M: 35 (642/1856)*100</p>	<p>40 % (1423/3600)*100</p> <p>H: 38 (665/1730)*100</p> <p>M: 41 (758/1870)*100</p>	<p>33 % (1199/3596)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>31 % (367/1200)*100</p> <p>H: 29 (158/550)*100</p> <p>M: 32 (209/650)*100</p>	<p>33 % (1170/3600)*100</p> <p>H: 30 (503/1650)*100</p> <p>M: 34 (667/1950)*100</p>	<p>35 % (1250/3600)*100</p> <p>H: 33 (538/1650)*100</p> <p>M: 37 (712/1950)*100</p>	<p>8%</p>	<p><u>Reportes/Informes</u> Encuesta Barómetro CERC (1-3 veces en el año)</p>	<p>5</p>	<p>5</p>

<p>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión</p> <p>●Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>6 Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>el año t)*100</p> <p>(N° de consumidores encuestados en el año t que responden "Si" ante la consulta de si sabe de la existencia de una ley de protección de sus derechos del consumidor/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100</p>	<p>70 % (840/1200)*100</p> <p>H: 73 (423/576)*100</p> <p>M: 67 (417/624)*100</p>	<p>73 % (875/1200)*100</p> <p>H: 72 (421/584)*100</p> <p>M: 74 (454/616)*100</p>	<p>72 % (1722/2396)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>73 % (880/1200)*100</p> <p>H: 75 (414/550)*100</p> <p>M: 72 (466/650)*100</p>	<p>73 % (2640/3600)*100</p> <p>H: 75 (1242/1650)*100</p> <p>M: 72 (1398/1950)*100</p>	<p>73 % (2640/3600)*100</p> <p>H: 75 (1242/1650)*100</p> <p>M: 72 (1398/1950)*100</p>	<p>8%</p>	<p><u>Reportes/Infor</u> <u>mes</u> Encuesta Barómetro CERC (1 vez en el año)</p>	<p>6</p>	<p>6</p>
<p>●Orientación, asesoría jurídica y protección</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>7 Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención a público.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención de público /Total de usuarios encuestados en el año t)*100</p>	<p>90.2 % (1812.0/2008.0)*100</p> <p>H: 0.0 (0.0/0.0)*100</p> <p>M: 0.0 (0.0/0.0)*100</p>	<p>93.6 % (1299.0/1388.0)*100</p> <p>H: 92.2 (567.0/615.0)*100</p> <p>M: 94.7 (732.0/773.0)*100</p>	<p>86.8 % (693.0/798.0)*100</p> <p>H: 0.0</p> <p>M: 0.0</p>	<p>S.I.</p>	<p>88.8 % (710.0/800.0)*100</p> <p>H: 88.9 (280.0/315.0)*100</p> <p>M: 88.7 (430.0/485.0)*100</p>	<p>88.8 % (710.0/800.0)*100</p> <p>H: 88.9 (280.0/315.0)*100</p> <p>M: 88.7 (430.0/485.0)*100</p>	<p>9%</p>	<p><u>Formularios/Fi</u> <u>chas</u> Encuesta nacional externalizada de Satisfacción.</p>	<p>7</p>	<p>7</p>
<p>●Orientación, asesoría jurídica y protección</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>8 Porcentaje de usuarios que evalúan como muy buena y buena la información recibida por parte de la atención de público de SERNAC.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la información recibida por parte de la atención de público de SERNAC/N° Total de</p>	<p>91 % (1823/2008)*100</p> <p>H: 0 (0/0)*100</p> <p>M: 0 (0/0)*100</p>	<p>91 % (1269/1388)*100</p> <p>H: 91 (557/613)*100</p> <p>M: 92 (712/773)</p>	<p>84 % (670/798)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>S.I.</p>	<p>87 % (694/800)*100</p> <p>H: 87 (274/315)*100</p> <p>M: 87 (420/485)*100</p>	<p>87 % (694/800)*100</p> <p>H: 87 (274/315)*100</p> <p>M: 87 (420/485)*100</p>	<p>7%</p>	<p><u>Formularios/Fi</u> <u>chas</u> Encuesta nacional externalizada de Satisfacción.</p>	<p>8</p>	<p>8</p>

		usuarios encuestados en el año t)*100		*100			100	*100				
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> 9 Porcentaje de usuarios que evalúan como muy bueno y bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Bueno y Bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC/N° Total de usuarios encuestados en el año t)*100	93 % (1871/2008)*100 H: 0 (0/0)*100 M: 0 (0/0)*100	97 % (1348/1389)*100 H: 97 (594/614)*100 M: 97 (754/775)*100	91 % (727/798)*100 H: 0 M: 0	S.I.	93 % (742/798)*100 H: 93 (293/315)*100 M: 93 (449/485)*100	93 % (742/800)*100 H: 93 (293/315)*100 M: 93 (449/485)*100	6%	Formularios/Fichas Encuesta nacional externalizada de Satisfacción.	9	9
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Tramitación de reclamos.	<u>Calidad/Producto</u> 10 Tiempo promedio de tramitación de mediaciones cerradas Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Sumatoria (N° de días de tramitación de mediaciones cerradas en el año t)/N° de mediaciones cerradas en el año t)	33 días (785377/23651) [0.00 - 0.00]	24 días (964691/40092) [0.00 - 0.00]	25 días (1522338/60533) [0.00 - 0.00]	23 días (924736/40856) [0.00 - 0.00]	23 días (1849472/81720) [0.00 - 0.00]	25 días (2250000/90000) [0.00 - 0.00]	8%	Formularios/Fichas Registro de datos Sistema de Información SIAC (Sernac Facilita). Para las 13 DRs	10	10
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> 11 Tiempo promedio de espera para la atención de los usuarios en las oficinas de atención de público Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Sumatoria (Tiempos de espera de los usuarios muestreados en las oficinas de atención de público de SERNAC)/N° de usuarios muestreados en las oficinas de atención de público de SERNAC)	11 minutos (21900/2008)	13 minutos (10060/770)	25 minutos (33997/1349)	S.I.	24 minutos (34000/1400)	23 minutos (34300/1500)	7%	Formularios/Fichas Registro y Sistematización de Encuesta Nacional a usuarios de la atención de público. Estudios de control de tiempos (teoría de colas).	11	11
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Programa: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.) Evaluado en: 2005	<u>Eficacia/Producto</u> 12 Porcentaje de atención efectiva de la demanda de	(N° de llamadas efectuadas al Call Center efectivamente	N.C.	73.7 % (10013.0/13582.0)*100	93.7 % (160651.0/171481.0)*100	97.4 % (90095.0/92540.0)*100	97.4 % (180200.0/185000.0)*100	95.0 % (229000.0/241000.0)*100	7%	Formularios/Fichas Reportes Call Center	12	12

	atención telefónica. Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	atendidas/N° de llamadas totales efectuadas al Call Center)*100										
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> 13 Porcentaje de casos creados que pasan al Back Office del Call Center que se cierran en 48 hrs. Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Número de casos creados que pasan al Back Office del Call Center que se cierran en 48 hrs./Número total de casos creados que pasan al Back Office del Call Center)*100	N.C.	N.C.	76.7 % (18535.0/24152.0)*100	94.3 % (3571.0/3788.0)*100	94.2 % (7157.0/7600.0)*100	95.0 % (9390.0/9880.0)*100	7%	Formularios/Finchas Reportes Call Center	13	13

Notas:

1 El indicador considera todas las mediaciones de usuarios, tanto las cerradas como las que están abiertas con más de 25 días hábiles, sin considerar los casos en los que el consumidor desiste de la mediación o en los que se denuncia al Juzgado de Policía Local.

2 Indicador mide la accesibilidad de la población al SERNAC Facilita por cualquiera de los canales disponibles (Internet, Telefónico o Presencial; este último, tanto por las Direcciones Regionales como por las Plataformas Municipales). Se justifica en que la Institución debe velar porque la población pueda acceder desde cualquier parte donde se encuentre.

Se establece un estándar para determinar si la población accede a SERNAC Facilita, que corresponde a 1:5000, es decir, que exista un caso por cada 5000 habitantes.

3 Indicador representa la incorporación de la perspectiva de participación ciudadana en sus productos institucionales, en cualquiera de las etapas de su elaboración. Los productos institucionales que considera, son los definidos en el Formulario A1 (definiciones estratégicas), correspondientes a los sub-productos.

4 La encuesta corresponde al Barómetro CERC. Se trata de una muestra de 1.200 casos que representan al 70 % de la población. Los encuestados corresponden a personas de más de 18 años y más que habitan en las 28 ciudades de más de 400.000 habitantes entre la I y X regiones. Los trabajos de campos, conforme lo contratado por el SERNAC, se efectúan en Abril, Julio y Diciembre. Las preguntas son consultadas entre 1 y 3 veces en el año dependiendo del tipo de pregunta, su finalidad y los compromisos asumidos.

5 La encuesta corresponde al Barómetro CERC. Se trata de una muestra de 1.200 casos que representan al 70 % de la población. Los encuestados corresponden a personas de más de 18 años y más que habitan en las 28 ciudades de más de 400.000 habitantes entre la I y X regiones. Los trabajos de campos, conforme lo contratado por el SERNAC, se efectúan en Abril, Julio y Diciembre. Las preguntas son consultadas entre 1 y 3 veces en el año dependiendo del tipo de pregunta, su finalidad y los compromisos asumidos.

6 La encuesta corresponde al Barómetro CERC. Se trata de una muestra de 1.200 casos que representan al 70 % de la población. Los encuestados corresponden a personas de más de 18 años y más que habitan en las 28 ciudades de más de 400.000 habitantes entre la I y X regiones. Los trabajos de campos, conforme lo contratado por el SERNAC, se efectúan en Abril, Julio y Diciembre. Las preguntas son consultadas entre 1 y 3 veces en el año dependiendo del tipo de pregunta, su finalidad y los compromisos asumidos.

7 Medido para el conjunto de las Direcciones Regionales (DRs), para lo que se realizará vía contacto telefónico a partir de una muestra representativa de la Base de Datos SERNAC Facilita. La escala a utilizar será de 1-7, considerando la metodología siguiente: Cliente Satisfecho (nota 6-7); Cliente Insatisfecho (nota 1-4); Indiferente (nota 5, que representa un cliente que no indica tendencia). El año 2006 se consideró como satisfactorio las notas de 5-7 y sólo una pregunta para medir la satisfacción global en las oficinas de atención de público. El año 2007, se construye el Índice global de satisfacción, resultante de la relación sumatoria de los índices de accesibilidad (20%), infraestructura (20%), trato (20%), imagen (20%) e información (20%). Las variables que participan en cada índices corresponden a: Índice de accesibilidad (evaluación general de acceso, tiempo de espera, ubicación oficina, satisfacción con la accesibilidad de acceso, satisfacción con el servicio de SERNAC), Índice de infraestructura (satisfacción estética y decoración, higiene y limpieza de lugar atención, cantidad de modulos y mesas, cantidad de personal atendiendo, comodidad

de sucursal, evaluación general infraestructura) Índice de trato (evaluación gral. ejecutivo, claridad y vocabulario ejecutivo, tiempo dedicado atención, conocimiento y capacidad de ejecutivo, presentación personal, interés en entenderlo y amabilidad); Índice de imagen (imagen pública SERNAC, experiencia usuario y experiencia similar); Índice de Información (claridad de información a consulta, profundidad en la respuesta brindada, tiempo de demora en resolución, utilidad y efectividad de ayuda recibida, rapidez en atención, claridad de exposición, atención general).

8 Medido para el conjunto de las Direcciones Regionales (DRs), para lo que se realizará vía contacto telefónico a partir de una muestra representativa de la Base de Datos SERNAC Facilita. La escala a utilizar será de 1-7, considerando la metodología siguiente: Cliente Satisfecho (nota 6-7); Cliente Insatisfecho (nota 1-4); Indiferente (nota 5, que representa un cliente que no indica tendencia). El año 2006 se consideró como satisfactorio las notas de 5-7 y sólo una pregunta para medir la satisfacción global en las oficinas de atención de público. El año 2007, se construye el Índice de Información (claridad de información a consulta (14,32%), profundidad en la respuesta brindada (14,28%), tiempo de demora en resolución (14,28%), utilidad y efectividad de ayuda recibida (14,28%), rapidez en atención (14,26%), claridad de exposición (14,28%), atención general (14,30%).

9 Medido para el conjunto de las Direcciones Regionales (DRs), para lo que se realizará vía contacto telefónico a partir de una muestra representativa de la Base de Datos SERNAC Facilita. La escala a utilizar será de 1-7, considerando la metodología siguiente: Cliente Satisfecho (nota 6-7); Cliente Insatisfecho (nota 1-4); Indiferente (nota 5, que representa un cliente que no indica tendencia). El año 2006 se consideró como satisfactorio las notas de 5-7 y sólo una pregunta para medir la satisfacción global en las oficinas de atención de público. El año 2007, se construye el Índice de Trato (evaluación gral. ejecutivo (14,00%), claridad y vocabulario ejecutivo (14,28%), tiempo dedicado atención (14,00%), conocimiento y capacidad de ejecutivo (14,28%), presentación personal (14,16%), interés en entenderlo (14,28%) y amabilidad (15,00%).

10 La institución establece un estándar de 25 días hábiles, dado que las empresas no están obligadas a responder a las mediaciones de SERNAC, implica que en espera de éstas los casos se mantengan abiertos afectando el logro de este indicador el que de otra manera podría obtenerse plenamente frente a la opción de a los 25 días; si no hay respuesta, se cierre de todas maneras. Sin embargo, también ello jugaría en contra del indicador de porcentaje de mediaciones favorables. Se debe considerar, que la atención de público ha aumentado en todos sus canales, para una misma dotación de recursos internos, lo que genera esfuerzos adicionales para cumplir los estándares definidos.

11 Mide el tiempo real de espera in situ, tomando la hora en la que llega el consumidor y la hora en la que es atendido. La diferencia refleja el tiempo de espera. Esto se aplicará durante todo el horario de atención de cada Dirección Regional, durante los días que se definen para cada una de ellas, considerando su representatividad en cuanto a la demanda por día.

Hasta el año 2005, la encuesta se efectuaba nacionalmente en todas las plataformas regionales, dos veces al año. Cada encuesta incluía una muestra de 654 encuestados y se efectuaba en conjunto con la encuesta de satisfacción. Desde el año 2006, la medición de tiempos de espera ha sido encargada a la Unidad de Métodos y Datos (Depto. de Estudios de SERNAC) y aplicación desde las Direcciones Regionales.

12 El Call Center del SERNAC comenzó su funcionamiento en Diciembre de 2005. El estándar de atención efectiva significa las llamadas que son contestadas respecto del total de llamadas realizadas (es decir, incluye las llamadas que desisten por no contestar en un período de tiempo por estar todos los ejecutivos ocupados). La capacidad de respuesta del Call Center depende del número de atenciones efectuadas y los minutos que demoren cada una de ellas, lo cual está contratado por la Institución. El estándar de atención efectiva es de un 95%.

13 El Call Center tiene un estándar de medición respecto de los casos que es posible responder en el Front Office (cuyas respuestas son respondidas en base a script elaborados por la Institución), y que por lo tanto deben pasar a un Back Office (lo que implica que otros funcionarios revisen la información y respondan a las consultas realizadas por los consumidores).

El Call Center es el único servicio que tiene la etapa de Back Office dentro del procedimiento, para lo cual el estándar establecido es responder estos casos dentro de 48 hrs.

Supuesto Meta:

1 Disposición de los proveedores por responder a las gestiones del SERNAC.

No existen mayores cambios en la demanda por mediaciones del SERNAC de los consumidores.

2 No existen contingencias en las Regiones que afecten la planificación de las actividades de difusión de los canales institucionales para la atención de consultas y reclamos.

Las campañas comunicacionales tienen el impacto en el territorio.

3 Contingencias externas no previstas que afecten el trabajo de los responsables de implementar la perspectiva de participación ciudadana en los productos institucionales definidos.

4 Efectividad de la estrategia seleccionada para la focalizar los impactos de la gestión del SERNAC.

No hay situaciones de impacto público y/o comunicacional que sean más relevantes o de mayor consideración para la ciudadanía o para los medios de comunicación.

5 Efectividad de la estrategia seleccionada para la focalizar los impactos de la gestión del SERNAC.

No hay situaciones de impacto público y/o comunicacional que sean más relevantes o de mayor consideración para la ciudadanía o para los medios de comunicación.

6 Efectividad de la estrategia seleccionada para la focalizar los impactos de la gestión del SERNAC.

No hay situaciones de impacto público y/o comunicacional que sean más relevantes o de mayor consideración para la ciudadanía o para los medios de comunicación.

7 Metodología aplicada es similar a la anterior y por ende es comparable con la actual.

Contingencias que afecten a al oficina de Atención de público, por ejemplo un paro, no disponer de funcionarios (enfermedades, incendios, etc.).

8 Metodología aplicada es similar a la anterior y por ende es comparable con la actual.

Contingencias que afecten a al oficina de Atención de público, por ejemplo un paro, no disponer de funcionarios (enfermedades, incendios, etc.).

9 Metodología aplicada es similar a la anterior y por ende es comparable con la actual.

Contingencias que afecten a al oficina de Atención de público, por ejemplo un paro, no disponer de funcionarios (enfermedades, incendios, etc.).

10 Mejor disposición de los proveedores por responder a las gestiones del SERNAC.

No existen mayores cambios en la demanda por mediaciones del SERNAC de los consumidores (producto de diversos factores tales como concentración de reclamos en un período particular, aumento de problemas en algún mercado particular, etc.).

11 Metodología aplicada es similar a la anterior y por ende es comparable con la actual.

Contingencias que afecten a al oficina de Atención de público, por ejemplo un paro, no disponer de funcionarios (enfermedades, incendios,...)

12 Que la empresa externa que opera el Call Center institucional cumple con el contrato y los estándares definidos en él.

13 Que la empresa externa que opera el Call Center institucional cumple con el contrato y los estándares definidos en él.