UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA CIVIL INDUSTRIAL

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y PROPUESTA PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN DE RECLAMOS EN EL ÁREA DE RELACIÓN CON CLIENTES, PARA MEJORAR EL RANKING DE UNA COMPAÑÍA DE DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

NATALIA VERÓNICA ORTEGA CONTRERAS

PROFESOR GUÍA
FRANCISCO DE LA FUENTE MUÑOZ

PROFESOR CORREFERENTE
PEDRO FERNÁNDEZ DE LA REGUERA

SANTIAGO DE CHILE, NOVIEMBRE DE 2016

Agradecimientos

Sin duda a mis familias, a la que me formó y la que estoy forjando, por todo su amor, apoyo y buena energía, a cada uno (que si no nombro me matan), Mamá Ana, Papá Esteban, Bárbara y Valentín, Deby, Camy, Javi, Pauli, Isi, a mi Amor, Compañero y partner de vida Andrés y especialmente a mi solcito Magdalena por no dejarme estudiar y exigir que mami le dedicara su tiempo.

LOS AMO HASTA EL INFINITO Y MÁS ALLÁ.

Mención especial a todos mis amigos, por toda su buena onda y empuje, particularmente a mi compañero Francisco Naranjo por entregar su conocimiento y dedicar parte de su tiempo y energías a ayudarme con este proyecto, de verdad muchas gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1 OBJETIVOS Y PROBLEMÁTICA 7

1.1 Introducción 7

1.2 Objetivo General 9

1.3 Objetivos Específicos 9

1.4 Descripción de la problemática 10

2 METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO 12

2.1 Metodología Utilizada 12

2.2 Decretos y Oficios que regulan la actividad 13

2.2.1 Decreto Supremo N°327 13

2.2.2 Oficio Circular N°4853 14

2.2.3 Oficio Circular N°0436 14

2.2.4 Oficio Circular N°3957 22

2.2.5 Oficio Circular N°7676 25

2.2.6 Oficio Circular N°15019 25

2.2.7 Oficio Circular N°10027 28

2.2.8 Escenario próximo 28

3 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y ORGANIGRAMA 36

3.1 Área Atención Remota 37

3.2 Área Atención Presencial 38

3.3 Área Relación con Clientes 39

3.3.1 Indicadores de Gestión Internos 40

3.3.2 Indicadores de Gestión de la Industria (Impuestos por SEC) 50

4 SITUACIÓN ACTUAL 56

4.1 Evolución de la nota ranking desde el año 2010 56

4.2 Procesos y Procedimientos de Atención Escrita 63

5 LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS 67

5.1 Interacciones de los últimos 12 meses 67

5.2 Tipologías más usadas en los últimos 12 meses 71

5.3 Evolución de los casos SEC en los últimos 12 meses y su puntaje ranking 72

5.4 Nuevo escenario para índice de reclamos 74

5.4.1 Propuesta Índice Ranking (SEC) 74

5.4.2 Propuesta Índice Calidad (CNE) 78

6 ANÁLISIS Y PROPUESTAS 79
6.1 Propuesta de corto plazo, escenario actual 80
6.2 Propuesta de mediano plazo y/o escenario futuro 86
7 CONCLUSIONES 89
8 LIMITACIONES 90

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Esquema simple del flujo de la Energía Eléctrica 7
Ilustración 2: Organigrama Organizacional 37
Ilustración 3: Ejemplo de vista web página SERNAC 42
Ilustración 4: Ejemplo de vista web página SEC 43
Ilustración 5: Esquema de participación de cada índice en la nota final 52
Ilustración 6: Número de cada oficio que interviene en el cálculo 53
Ilustración 7: Esquema del proceso de interacciones con los clientes 63
Ilustración 8: Subactividades del proceso de interacciones destacadas 66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Cantidad de reclamos mensual año 2012 al 2016 41
Grafico 2: Cantidad de reclamos mensual ingresados Sernac 2012 a 2016 42
Grafico 3: Cantidad de reclamos mensual ingresados SEC 2012 al 2016 44
Grafico 4: Cantidad de reclamos mensual ingresados 2016 y 2015 45
Grafico 5: Porcentaje de respuestas logradas menores a 30 días 2016 y 2015 45
Grafico 6: Porcentaje de respuestas logradas menores a 20 días 2016 y 2015 46
Grafico 7: Principales motivos de reclamos de los clientes Agosto 2016 46
Grafico 8: Cantidad de reclamos Sernac mensual ingresados 2016 y 2015 47
Grafico 9: Porcentaje de respuestas logradas hasta con 10 días 2016 y 2015 48
Grafico 10: Principales motivos de reclamos de los clientes Agosto 2016 48
Grafico 11: Cantidad de reclamos Sec mensual ingresados 2016 y 2015 49
Grafico 12: Porcentaje de respuestas logradas hasta con 5 días 2016 y 2015 49
Grafico 13: Principales motivos de reclamos de los clientes Agosto 2016 50
Grafico 14: Evolución de cada índice y nota final año 2010 a 2016 57
Grafico 15: Notas Ranking de calidad de las 34 concesionarias entre año 2011 al 2014 58
Grafico 16: Ubicación de Chilectra en el ranking de 34 concesionarias 59
Grafico 17: Cantidad de reclamos de las Distribuidoras de energía eléctrica 59
Grafico 18:Porcentaje de reclamos referidos a suministros conectados 60
Grafico 19: Tipologías más reclamadas en los últimos 5 años a nivel país 61
Grafico 20: Tipologías más reclamadas en 8 concesionarias con mayor número de clientes ... 61
Grafico 21: Cantidad de Interacciones mensual 69
Grafico 22: Porcentaje de reclamadas del total de interacciones año 2016 70
Grafico 23: Cantidad de reclamos por tipologías los últimos 12 meses 72
Grafico 24: Porcentaje de reclamadas del total de interacciones año 2016 73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de Evaluación de Reclamos de Clientes 23
Tabla 2: Tabla de descripción y Puntaje de Reclamos 23
Tabla 3: Tabla de tamaño muestral para encuesta ECSE 26
Tabla 4: Tabla con porcentaje de nuevos indicadores de calidad 29
Tabla 5: Tabla de ponderadores ante cambio en resolución inicial de la empresa por SEC 32
Tabla 6: Reclamos ingresados por medio escrito de primer piso, durante el mes de agosto y sus plazos de respuesta. 44
Tabla 7: Reclamos SERNAC ingresados durante el mes de agosto y sus plazos de respuesta. 47
Tabla 8: Reclamos SEC ingresados durante el mes de agosto y sus plazos de respuesta. 49
Tabla 9: Tabla de posición de empresas eléctricas No oficial 54
Tabla 10:Puntaje asociado a reclamos SEC año 2016 55
Tabla 11: Evolución de las notas de calidad Chilectra año 2010 a 2016 56
Tabla 12: Cantidad de subtipos de interacciones en cada grupo de atención 65
Tabla 13: Información mensual enviada a SEC de las interacciones con clientes Chilectra 67
Tabla 14: Tipologías más usadas en los reclamos mensualmente. 71
Tabla 15: Porcentaje de reclamos SEC sobre el total de reclamos 72
Tabla 16: Tipologías más usadas de en los reclamos mensualmente. 73
Tabla 17: Cálculo de los próximos índices de calidad 74
Tabla 18: Cantidad de reclamos de 1er y 2do piso mensual 75
Tabla 19: Ponderaciones por puntaje de reclamos de 2do piso 75
Tabla 20: Cantidad de puntaje por tipo de resolución 77
Tabla 21 Detalle de subtipo en las tres tipologías más usadas 80
Tabla 22: Puntaje asignado y cantidad de reclamos por tipología. 84
Tabla 23: Cálculo de puntaje a rebajar considerando el 10% de los casos 84
Tabla 24: Recalculo de Nota Reclamos 85
Tabla 25: Cantidad de reclamos de segundo piso enero a octubre 2016 87

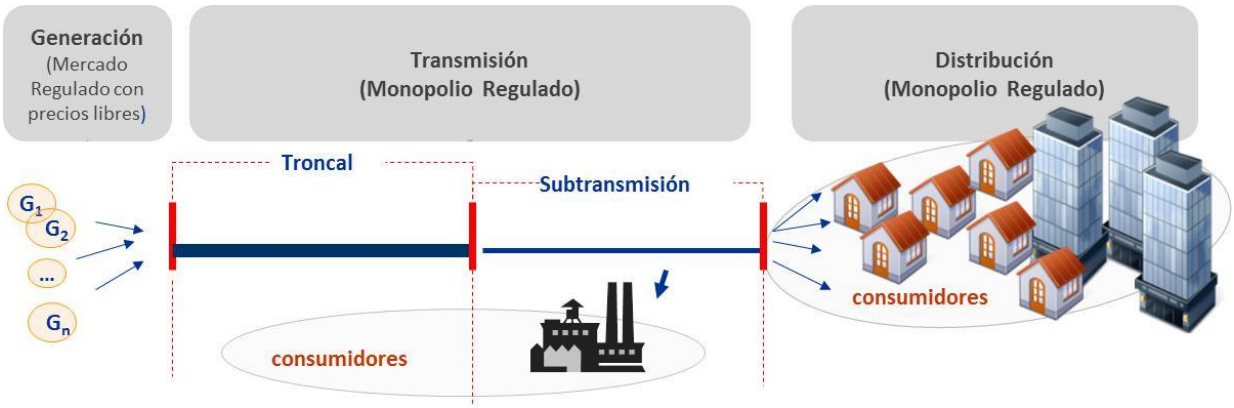
1 OBJETIVOS Y PROBLEMÁTICA

1.1 Introducción

En Chile el mercado eléctrico se compone de tres grandes actividades: Generación, Transmisión y Distribución de energía, las cuales son desarrolladas por empresas privadas. La autoridad cumple el rol de regulador y fiscalizador, buscando establecer criterios que favorezcan una expansión económicamente eficiente del sistema eléctrico.

Un esquema sencillo del flujo de sigue la energía eléctrica hasta llegar a los consumidores finales sería el siguiente:

Ilustración 1: Esquema simple del flujo de la Energía Eléctrica



Fuente: Elaboración propia

El sector eléctrico en Chile está regido por la Ley General de Servicios Eléctricos.

El organismo público responsable del sector es el Ministerio de Energía, que debe llevar adelante los planes, políticas y normas para el desarrollo del sector eléctrico. Además entrega concesiones para centrales hidroeléctricas, líneas de transmisión, subestaciones y zonas de distribución eléctrica. De dicha secretaría de Estado depende la Comisión Nacional de Energía (CNE), organismo técnico encargado de analizar precios, tarifas y

normas técnicas a las que deben ceñirse las empresas del sector, y la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), entidad que fija los estándares técnicos y fiscaliza su cumplimiento.

Dentro de la actividad de la Venta y Distribución de Energía Eléctrica, el marco regulatorio establece no sólo lo relacionado a temas técnicos y estándares de continuidad de suministro, sino también regula modalidades de interacción con los clientes e instruye tiempos máximos de atención en temas comerciales.

Toda esta regulación va acompañada de una serie de índices de calidad que se controlan y permiten comparar a las 34 empresas concesionarias actualmente existente a lo largo de todo Chile, independiente de su tamaño, ubicación geográfica, cantidad de suministros conectados, etc. clasificándolas con una nota final que las posiciona en uno de los 34 lugares anualmente .

1.2 Objetivo General

Plantear un plan de acción para mejorar el servicio de atención de reclamos, para influir en la nota Ranking de Calidad de Servicio a través del análisis de los indicadores internos y de la industria, mejorando la calidad de atención y resolución de los mismos, en una empresa de Distribución de Energía Eléctrica.

1.3 Objetivos Específicos

I. Estudiar los indicadores de gestión y parámetros de medición de la calidad de servicio, a fin de detectar las tipologías de los reclamos de primer piso más recurrentes y proponer soluciones de tratamiento para las mismas.

II. Revisión de los casos derivados de la autoridad y sus tipologías, evaluando alternativas de cambios para bajar la puntuación asignada.

III. Evaluar a la Compañía en el próximo escenario que plantea la autoridad respecto a los nuevos índices de calidad que se implementarán.

IV. Establecer propuestas de mejoramiento en la gestión de los reclamos para influir positivamente en la nota ranking a evaluarse en el año 2017.

1.4 Descripción de la problemática

Chilectra S.A. es una de las 34 empresa concesionarias en Chile, cuyo principal rubro es la venta y distribución de energía eléctrica a usuarios finales. Esta organización entrega un servicio básico, y tiene una zona de concesión asignada por ley que comprende 33 comunas en la región metropolitana, por tanto es un monopolio natural, sin competencia y en consecuencia altamente regulado por la autoridad. En esta zona actualmente existen 1.780.780 suministros conectados a la red, equivalentes a aproximadamente 6 millones de usuarios finales que utilizan el servicio.

Dentro de las tareas que realiza la Compañía, se encuentra la atención de consultas, denuncias, solicitudes y reclamos de sus clientes, para lo cual posee distintas plataformas y canales de atención (call center, oficinas, página web, redes sociales, cartas, etc.). En cada uno de ellos existe personal capacitado y preparado en los diversos temas para lograr la mejor atención.

Siendo el suministro de energía eléctrica un servicio básico altamente regulado, es que también existen ciertos protocolos de atención y plazos de gestión mínimos que se exigen para efectuar dichas interacciones, y a los que la autoridad competente, en nuestro caso SEC (Superintendencia de Electricidad y Combustibles), se encarga de monitorear y evaluar periódicamente. Este monitoreo y control, cumple una función de evaluación para cada empresa eléctrica y tiene por finalidad medir la calidad de servicio percibida por los clientes de cada Compañía en los distintos aspectos a lo largo de todo Chile, entregando de vuelta una nota asignada, que podría derivar en multas relacionadas y en el peor de los casos la caducidad de la concesión asignada a esa Distribuidora.

Adicionalmente, hoy existe una mesa de trabajo entre la Asociación de Empresas Eléctricas y la autoridad, para fusionar e introducir nuevos índices de calidad de servicios, orientados a reflejar el nivel de respuesta de cada distribuidora a sus clientes.

El objetivo del Área de Relación con Clientes, como parte de la Subgerencia de Atención de Mercado Residencial y Pymes, es entregar una propuesta de mejoras o cambios y un plan de acción interno a aplicar, a los procesos y actividades que realiza el Área con los casos bajo su responsabilidad, para que generen una reducción de plazos de atención y mejoras en la calidad de las respuestas, adaptándose a las nuevas exigencias, para que se vean reflejados en el ranking que anualmente calcula la autoridad y que está próximo a renovarse.

2 METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO

2.1 Metodología Utilizada

Habiendo explicado brevemente el ambiente y contexto en que se moverá este estudio, establecemos que el presente trabajo se desarrollará en cuatro etapas:

1. Como primera etapa, se desplegarán y revisarán en detalle todos los decretos legales que regulan la actividad relacionada con la atención comercial e información oficial con la autoridad, puesto que en base a estos decretos es que se estructuran los índices que se usan para generar el ranking de calidad anual de empresas concesionarias.
2. Posteriormente, se presentará la estructura empresarial de Chilectra, llegando hasta el área que administra la interacción con la autoridad, mostrando los índices de gestión internos y externos que se manejan para controlar los reclamos.
    a. Cantidad de reclamos gestionados en el mes, comparado con el mismo mes del año anterior y su histórico.
    b. Tiempos de respuesta logrados en el mes, comparado con el mismo mes del año anterior y su histórico.
    c. Tipologías de reclamos más usadas en el mes.
    d. Evolución del Ranking de Calidad de Servicio.

    A continuación se mostrará la situación actual de la Compañía en comparación con la otras concesionarias, en cuanto la evolución de la nota ranking, la cantidad de reclamos y sus tipologías.

    Posteriormente, se comentará acerca de los procesos y procedimientos involucrados en toda la gestión y administración de la información.

3. La tercera etapa tiene por objeto mostrar la totalidad de los datos actuales en lo que va corrido de este año y que se involucren en el estudio, detalle mensual, tipologías más frecuentes, etc. Además de la visualización real del próximo escenario a enfrentar con los nuevos índices de calidad propuestos.

   Finalmente, y en base a toda la data analizada se propondrán las acciones a seguir para mejorar los actuales estándares.

2.2 Decretos y Oficios que regulan la actividad

A continuación, se presentan todos y cada uno de los decretos y oficios legales que regulan la actividad a revisar en este estudio:

2.2.1 Decreto Supremo N°327

El Decreto Supremo N°327, Fija reglamento de la Ley General de Servicios Eléctricos.

Artículo 235.- Los concesionarios de servicio público de distribución deberán aceptar la interposición de reclamos y denuncias por situaciones de operación anormal o insegura, ya sea en forma personal o por cualquier medio, incluyendo el teléfono, fax u otros. Asimismo, deberán contar, en cada centro de atención comercial, con un sistema de recepción y registro de reclamos de sus usuarios, sin perjuicio de las instrucciones que al efecto imparta la Superintendencia. Las quejas que los usuarios formulen a los concesionarios serán informadas por éstos a la Superintendencia, en la forma y plazos que ella determine, y serán consideradas por para los efectos contemplados en la clasificación establecida en el artículo 233.

Artículo 233.- Sobre la base de los reclamos directos de clientes presentados a la Superintendencia durante los doce meses anteriores, de las encuestas y del índice de

continuidad, en diciembre de cada año dicho organismo elaborará un ordenamiento de todas las empresas concesionarias de servicio público de distribución, atendiendo a la calidad de servicio entregado. Esta clasificación será pública y corresponderá a la Superintendencia velar por la adecuada difusión y publicidad de su contenido.

2.2.2 Oficio Circular N°4853

El Oficio Circular N°4853, del 21 de agosto del 2002: Imparte instrucciones respecto del procedimiento de atención de presentaciones hechas ante las concesionarias. Además presenta el procedimiento para.

- La atención de presentaciones interpuestas por los clientes.
- La interposición de presentaciones ante la Superintendencia.

Estas denominadas "presentaciones" son la antesala de lo que hoy son los "reclamos formales" y este oficio fue la base del actual documento que regula y establece el procedimiento de tratamiento de reclamos, denuncias, solicitudes y consultas, el Oficio Circular N°0436.

2.2.3 Oficio Circular N°0436

Oficio Circular N°0436, del 14 de enero del 2015, que en su materia, Modifica la fecha de inicio y reemplaza anexo "Instructivo procedimiento de tramitación de reclamos, denuncias, solicitudes y consultas, hechas ante las empresas concesionarias y distribuidoras y entre estas y la Superintendencia" del Oficio Circular SEC N°11802/2014.

Este documento es el principal instructivo que procedimenta la tramitación de reclamos, denuncias, solicitudes y consultas, hechas ante las empresas concesionarias y distribuidoras y entre estas y la superintendencia.

De este documento emanan importantes definiciones e índices.

A continuación se detallará la terminología que será usada en los siguientes análisis y descripciones de procedimientos.

Reclamo: Es la manifestación de disconformidad que uno o más usuarios realiza en contra de la empresa y en la que se individualiza quien le ha o está provocando el problema, el detalle de los mismo o infracciones que considera se cometen, y la solicitud de solución con la que considera personal o colectivamente resuelta se disconformidad. Todo reclamo puede ser realizado por una persona que podría o no ser un cliente de la empresa, mediante teléfono, carta, fax, correo electrónico, página web, red social, personalmente en las oficinas comerciales de la concesionaria o distribuidora o cualquier otro medio que se habilite para este fin, asociado a cualquier situación que a juicio de la persona, competa a la empresa resolver o atender. Los avisos generados por los clientes por interrupciones de suministro no programados se considerarán para todos los efectos reclamos.

Solicitud: Es la petición de diligencia o instancia por parte de una persona (cliente o no) a una empresa concesionaria o distribuidora.

Denuncia: Es la participación o declaración oficial del estado ilegal, irregular o inconveniente de algo, la denuncia la puede hacer cualquier persona.

Consulta: Examinar, buscar documentación o datos sobre algún tema, tratar un asunto con una o varias personas, pedir parecer, dictamen o consejo por parte de una persona, cliente o no a una empresa concesionaria o distribuidora.

Interacción: Es todo contacto de que la empresa con las personas (clientes o no clientes) indistintamente el canal de atención por el cual se realiza. Toda interacción debe quedar disponible para el expediente.

Los canales de atención son todos los medios de contacto que las empresas concesionarias o distribuidoras pongan a disposición de sus clientes para canalizar sus reclamos o distintos requerimientos.

Los canales de atención pueden ser:

- Presenciales, ya sean atenciones comerciales o centro de pago.
- WEB, corresponde a todos formulario, link o acceso habilitado a través de los sitios corporativos de las empresas concesionarias o distribuidoras o relacionados.
- Teléfono/Callcenter, corresponde a los números telefónicos a disposición de los clientes para su interacción con las empresas concesionarias o distribuidoras.
- Casilla de correo electrónico y/o FAX que permitan un contacto directo con la empresa concesionaria o distribuidora.
- Redes Sociales, que permitan a los clientes interactuar con las empresas concesionarias o distribuidoras.
- Otro medio habilitado para el ingreso de reclamos o requerimientos tanto de clientes como no clientes.

Todas las interacciones (reclamos, consultas, solicitudes y denuncias) entre las empresas concesionarias o distribuidoras con sus clientes o no clientes deberán ser registradas en el sistema definido por la empresa para este fin e identificadas con un código único.

Esta información deberá formar parte del “Expediente” del cliente.

Para efectos de contabilización se considera una comunicación vía medios digitales (correos, redes sociales, chat) como una sola interacción, siempre y cuando trate del mismo tema o asunto.

En cuanto al detalle de los respaldos a guardar, deberán respaldarse aquellos elementos que a juicio de la concesionaria le hayan permitido resolver o aclarar el reclamo del cliente.

Los clientes tienen derecho a interponer ante las empresas sus consultas y reclamos, así como de recibir una respuesta por parte de éstas, en un plazo que no exceda los 30 días, contados desde la fecha de presentación de la consulta o reclamo.

Los clientes, podrán solicitar la intervención de la Superintendencia en los siguientes casos:

- Una vez vencido el plazo establecido de 30 días desde la fecha de ingreso de su reclamo, sin haber obtenido una respuesta de la empresa.
- Cuando no estén conforme con los resuelto por la empresa.
- En caso de incumplimiento de la solución comprometida por la empresa.
- Cuando no estén de acuerdo con las alternativas de atención de su reclamo, en lo relativo a tener que presentarse en las oficinas de la empresa (previa invitación de esta), para seguir adelante con la atención del reclamo.

En caso de que un cliente, por cualquiera de las razones descritas anteriormente, no quedare satisfecho con lo resuelto por la empresa, podrá recurrir a esta Superintendencia, la que en esta situación, solicitará a la empresa el envío o acceso al expediente respectivo e iniciará una investigación.

Respecto a las mediciones e índices, el oficio instruye:

Las empresas tendrán la obligación de informar mensualmente a la Superintendencia la gestión de sus canales de atención, con el siguiente detalle:

- Presenciales.

  Cantidad de atenciones realizadas durante el mes, separada por los siguientes criterios:

  - Total zona de cobertura.
  - Total por oficina.

- Total zona de cobertura aperturado por reclamos, solicitudes, denuncias y consultas realizadas con sus respectivas cantidades totales y porcentuales en base al total de atenciones realizadas por la concesionaria o distribuidora.

Tiempos promedio de espera de atención de los clientes.

- Total zona de cobertura.
- Por oficina.

Canal Presencial (Cantidades)

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total
Oficina 1					
Oficina 2					
…..					
Oficina N					
Total Oficinas					

Canal Presencial – Tiempos de espera

	Tiempo (minutos)
Prom.Oficina 1	
Prom.Oficina 2	
…..	
Prom.Oficina N	
Promedio Oficinas	

- WEB
  - Cantidad de visitas.

- Cantidad de ingresos de reclamos, solicitudes, denuncias y consultas realizadas con sus respectivas cantidades totales y porcentuales en base al total de visitas web y sobre el total de gestiones mensuales de la concesionaria o distribuidora.

Canal WEB (Cantidades)

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total
Total Visitas					

- Telefónico/CallCenter
    - Llamadas recibidas
    - Llamadas atendidas
    - Niveles de atención y servicio (detallando los indicadores considerados por la empresa)

Canal Telefónico/CallCenter (Cantidades)

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total
Total Llamados					

Canal Telefónico/CallCenter (Estadísticas)

	Atención (%)	Servicio (%)

Niveles esperados		

Llamadas Recibidas	
Llamadas Atendidas	
Nivel de Atención (%)	
Nivel de Servicio (%)	

Casilla de correo electrónico y/o FAX

- Cantidad de correos o FAX recibidos en la casilla o número destinados a la atención de clientes o no clientes.
- Porcentaje de ingresos de correos o FAX ingresados a los sistemas de atención de las empresas concesionarias o distribuidoras.

Canal casilla de correo electrónico y/o FAX (Cantidades)

Cuenta: xxxx@xxx.xx	
Cuenta: xxxx@xxx.xx	
Cuenta: xxxx@xxx.xx	
FAX: ######	
FAX: ######	
FAX: ######	
Total Correo	
Total FAX	

Total Canal	

Redes Sociales

- Cantidad de interacciones totales recibidas por cada una de las redes sociales disponibilizadas por la empresa para los clientes.
- Porcentaje de interacciones recibidas por cada red social en base al total de interacciones recibidas por las empresas concesionarias o distribuidoras.
- Cantidad de reclamos ingresados por cada red social.

Canal redes sociales (Cantidades)

	Interacciones	Reclamos
Red: @xxxxx		
Red: @xxxxx		
Red: xxxxx		
Red: xxxxx		
Red: xxxxx		
Red: xxxxx		
Totales		

Total Red 1		
Total Red 2		

Total Canal		

Otros medios habilitados para el ingreso de reclamos, solicitudes, denuncias o consultas.

- Identificación del medio por el cual ingresó el reclamo, solicitud, denuncia o consulta.
- Cantidad de reclamos, solicitudes, denuncias y consultas ingresadas por cada uno de los medios identificados.

Canal otros medios (Cantidades)

Medio A	
Medio B	
Medio C	
Total Canal	

En aquellos canales de ingresos de atención, que no cuenten con un sistema de registro o medición de algunas de la variables antes mencionadas deberán indicarlo expresamente al momento de informar, y por tanto no les será exigible la entrega del dato.

2.2.4 Oficio Circular N°3957

Oficio Circular N°3957, del 06 de abril del 2016, Informa sobre los plazos proceso reclamos Ranking 2016. Además se indica los puntajes por tipo de reclamos y las fórmulas de cálculo.

Los reclamos considerados para el cálculo del referido ranking, serán aquellos ingresados y resueltos en SEC, o también denominados de segundo piso, entre el día 01 de diciembre de 2014 y el día 30 de noviembre del 2015, independiente de la vía utilizada por los clientes para su presentación ante este Organismos, es decir, correo electrónico, fax, teléfono, presencial, web u otro.

Cada caso resuelto por SEC, durante todo el período en análisis, se informa a la Concesionaria a través de un oficio ordinario que contiene un recuadro resumen con la siguiente información.

Tabla 1: Tabla de Evaluación de Reclamos de Clientes

TABLA N°2: EVALUACIÓN DE RECLAMOS DE CLIENTES		
Aspectos	Descripción	Puntos
Clientes Afectados	1. Sólo 1 usuario	1
	2. Más de 1 y hasta 20 usuarios	3
	3. Más de 20 y hasta 100 usuarios	5
	4. Más de 100	7
Tipo de Consumo	1. Residencial	10
	2. No Residencial	1
Resolución del Reclamo	1. Ha lugar el reclamo (A favor del cliente)	100
	2. No ha lugar el reclamo (A favor de la concesionaria)	0
	3. Parcialmente ha lugar el reclamo (compartido)	60

Además por cada tipo de reclamo existe un puntaje asociado, según la siguiente tabla:

Tabla 2: Tabla de descripción y Puntaje de Reclamos

TABLA N°1 DESCRIPCIÓN Y PUNTAJE DE RECLAMOS			
ÍTEM	TIPO RECLAMO	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Daños a artefactos	Reclamos en los cuales se produjeron daños a artefactos eléctricos o electrónicos del propietario o reclamante derivados del suministro eléctrico (Ej: reclamo por quema de TV, PC, etc, debido a corte de suministro o variaciones de voltaje)	5
2	Variación de Voltaje	Reclamos por problemas en el suministro eléctrico, en los cuales no existen daños a los artefactos (Ej: se reclama por que la energía de las ampolletas baja de intensidad de iluminación en reiteradas ocasiones	7
3	Interrupciones de Suministro	Reclamos producidos por pérdidas repentinas de energía por causas distintas al no pago del suministro eléctrico	9
4	Presupuesto	Reclamos relacionados con presupuestos para la construcción de nuevas o modificaciones de instalaciones eléctricas existentes	5
5	Deuda no Radicada	Reclamos formulados por un propietario de una instalación eléctrica o inmueble, donde señala que un tercero, ej: arrendatario generó una deuda sin su autorización o sin que la empresa haya efectuado el corte de suminitro.	9
6	Consumo No Registrado	Reclamos asociados a un acto irregular en la instalación eléctrica que impide el normal registro de consumos.	5
7	Corte y Reposición	Reclamos asociados al corte de suministro eléctrico. En el caso eléctrico, corresponde a un corte por no pago de una boleta o fcatura	9
8	Trabajos de Normalización y/o Verificación, o Inspección	Reclamos relacionados con modificaciones o verificaciones a instalaciones eléctricas y sus correspondientes cobros.	7
9	Cobro Excesivo	Reclamos causados porque el cliente o consumidor estima que el equipo de medida está sobre registrando el consumo de electricidad.	9

10	Cobro Indebidos	Reclamos relacionados con cargos en los cuales el cliente estima que no le corresponde pagar. En el caso eléctrico, por las características de la instalación y sus consumos.	9
11	Cobros no asociados al servicio elétcrico	Cualquier cobro reclamado u objetado que no tiene relación con el suministro eléctrico.	9
12	Problemas de Lectura	Reclamos que tengan su origen en la no toma de lectura o el registro erróneo de los consumos eléctricos de una instalación.	9
13	Problema de registro de Pagos	Reclamos que tienen su origen en el no registro o registro erróneo por parte de la Cía. De pagos por el servicio eléctrico.	9
14	No entrega boleta/factura	Reclamos que tienen su origen porque el cliente no recibe o recibe en forma esporádica las boletas o facturas de sus consumos eléctricos.	9
15	Instalaciones (seguridad, operación y manetnimiento) - Ubicación de Equipos y Elementos	Reclamos de clientes por acciones que realice la distribuidora y que tienen relación con la operación, maniobras y mantenimiento en sus instalaciones y que atentan contra la seguridad y calidad del suministro a los usuarios finales.	9
16	Alumbrado Público	Reclamos relacionados con el alumbrado de calles, plazas y, en general, de bienes nacionales de uso público (ej: se reclama por que el alumbrado de una calle se encuentra apagado por varios días.)	5
17	Poste Mal Ubicado	Reclamos contra la ubicación de postes de las empresas de distribución o municipalidades (Ej: postes dentro de una propiedad, postes que impiden el acceso de vehículos a las propiedades)	7
18	Atención Comercial	Reclamos que tienen relación con la calidad de atención brindada por lacompañía distribuidora.	7

Para cada reclamo resuelto se calcula su puntaje individual. Para ello se utilizan los valores indicados en las tablas anteriores y la fórmula siguiente:

$$P_{IND} = R * CC * TC * TR$$

Donde:

P_{IND} : Puntaje individual de cada reclamo.
R: Puntos según el tipo de reclamo.
CC: Puntos según la cantidad de clientes afectados.
TC: Puntos según el tipo de cliente o consumo afectado.
TR: Puntos según el tipo de resolución del reclamo

El puntaje total de reclamos de la concesionaria está dado por la suma de los puntajes individuales de cada reclamos resuelto en el período de análisis considerado:

Donde:

fr: factor reclamos
RZ: Razón empresa de distribución
RZ máxima: Máxima razón obtenida por una empresa de distribución

$$fr = 10 - (10 * \frac{RZ}{RZ\ máxima})$$

$$RZ = \frac{puntaje\ total}{N°\ clientes\ empresa}$$

$$fe = \frac{nota\ ECSE\ empresa}{nota\ ECSE\ máxima\ obtenida\ por\ una\ empresa} * nota\ ECSE\ empresa$$

$$Nota\ Reclamos = ((fr * 0.25) + (fe * 0.75))$$

2.2.5 Oficio Circular N°7676

Oficio Circular N°7676, de junio del 2016. Informa los resultados del proceso observaciones de reclamos, ranking de calidad de servicios 2016. Además entrega el link desde donde se puede descargar el detalle por cada caso evaluado en el oficio 3957.

2.2.6 Oficio Circular N°15019

Oficio Circular N°15019, del 05 de noviembre del 2015. Instruye la relación de la Encuesta de Calidad de Servicio Eléctrico ECSE 2015.

Este oficio establece que las concesionarias deberán efectuar a su costa, una vez al año, en la oportunidad en que determine la Superintendencia, una encuesta de calidad de servicio eléctrico a sus clientes. Además, se dispone que la encuesta será especificada por la Superintendencia y deberá efectuarse a través de empresas especializadas, debidamente inscritas en un registro que la Superintendencia llevará para tal efecto.

Incluye descripción de la encuesta, asignación de puntajes, procedimientos de cálculos, diseño muestral, tamaño muestral, selección de muestras, entre otros.

El tamaño muestral que se utilizará para la encuesta considera una cantidad mínima de puntos de consumo, considerando la cantidad de clientes de la empresa concesionaria, según el siguiente cuadro.

Tabla 3: Tabla de tamaño muestral para encuesta ECSE

N° de clientes de distribuidora	Tamaño muestral Inicial (N° de encuestas)
Más de 1.000.000	1.200
Entre 200.000 y 1.000.000	900
Entre 60.000 y 200.000	600
Entre 30.000 y 60.000	400
Entre 10.000 y 30.000	320
Menos de 10.000	250

Esta muestra debe ser distribuida entre las comunas donde presta servicio la concesionaria (criterio estratificación). Es así, que el número de encuestas a realizar en cada comuna es equivalente a la proporción de clientes de la empresa en esa comuna.

Por otro lado, para la muestra de clientes que será remitida a la empresa concesionaria, se utilizará la información aportada por las empresas eléctricas en el proceso STAR "Asociación Consumos Alimentar V".

En este mismo oficio circular se establece la encuesta propiamente tal y las fórmulas para calcular el índice de satisfacción.

Cálculo de Satisfacción por Empresa Concesionaria.

$$ICSE = \left(\frac{X + 100\%}{200\%}\right) * 9 + 1$$

Donde ICSE corresponde al índice de calidad del servicio eléctrico obtenido por la concesionaria luego de la realización de la encuesta y X corresponde a la Satisfacción Neta.

La Satisfacción Neta es la diferencia entre la Satisfacción Total y la Insatisfacción Total.

La Satisfacción Total para la muestra de clientes de la concesionaria, se calcula el porcentaje de clientes con nota mayor o igual a 4.

La Insatisfacción Total para la muestra de clientes de la concesionaria, se calcula el porcentaje de clientes con nota menor a 3.

Para cada persona y para cada situación de servicio, se calcula el promedio de las notas de aspectos parciales mencionados a continuación. De esta forma se aprovecha la información de las preguntas al interior de cada situación de servicio y la nota global del servicio, la que se obtiene luego de "educar" al cliente en cuanto al concepto que se quiere evaluar, logrando además "limpiar por confusiones" o eliminar sesgos de imagen. Luego, se promedia con la nota global respectiva en proporción 60%:40%.

Calidad de Servicio Eléctrico:

Promedio (2a, 2b)*60% + 2c*40%
Promedio (4a, 4b, 4c, 4d)*60% + 4e*40%
Promedio (6a, 6b, 6c)*60% + 6d*40%

Canales de contacto y Visita Técnica:
Promedio (9a, 9b, 9c, 9d, 9e, 9f, 9g)*60% + 14*40%
Promedio (16a, 16b, 16c, 16d, 16e)*60% + 16f*40%

Boleta o Factura:

Promedio (18a, 18b, 18c)*60% + 18d*40%

Recaudación:

Promedio (20a, 20b, 20c)*60% + 20d*40%

Corte por deuda vencida:

Promedio (22a, 22b)*60% + 20c*40%

Medidor y Lectura de Consumos:

Promedio (23a, 23b, 23c)*60% + 23d*40%

2.2.7 Oficio Circular N°10027

El Oficio Circular N°10027, del 31 de julio del 2015, Instruye sobre la entrega de la información relativa a la asociación entre los puntos de consumo y los alimentadores de las concesionarias.

La información remitida en este oficio es usada para determinar la muestra para ejecutar la encuesta de Calidad de Servicio (ECSE).

En la tabla 3.PUNTO_CONSUMO – 3.2 Lista de campos de la tabla.

Nombre	**Descripción**	**Tipo**	**PK**	**FK**
ENCUESTABLE	Indica, mediante un 1 ó 0, si el punto de consumo es encuestable. Por ejemplo, que no es una caseta telefónica o un anuncio publicitario, etc. 1: Encuestable 0: No Encuestable	NUMÉRICO (1)		
OTRO_CONSUMO	En el caso que el valor del Tipo de Consumo sea igual a 10, entonces la empresa deberá especificar el tipo de instalación asociada al punto de conusmo (Por ejemplo: antena, bomba de pozo, alumbrado público, etc)	TEXTO (30)		

Se excluyen por ejemplo los Grandes Clientes (Potencias conectadas > 500 kVA) y otros tipos no encuestables como los alumbrados públicos.

2.2.8 Escenario próximo

Adicionalmente, en condición NO oficial, puesto que aún son materia de estudio y discusión entre las concesionarias y la autoridad, se encuentran dos documentos que vienen a cambiar algunas de las evaluaciones e índices descritos anteriormente.

En particular, uno de ellos se encuentra mucho más avanzado y consensuado, por lo que se estima sea publicado y promulgado en los próximos meses. Es por ello que cobra mucha importancia el situarnos también en el nuevo escenario con la estadística que se maneja hoy, y prepararse para los nuevos desafíos que se enfrentarán.

A continuación el detalle de las fórmulas y consideraciones que se establecerían en los nuevos documentos:

2.2.8.1 Propuesta de Índice de reclamos a Integrar el Ranking Anual de Calidad de Servicio

Esta propuesta apunta a integrar el proceso de reclamos en el Ranking de Calidad de Servicio, de modo que la categoría Reclamos, junto a los Índices de Calidad de Servicio y la Encuesta de Calidad de Servicio (ECSE) compongan el puntaje del Ranking en las siguientes proporciones (propuesta SEC):

Peso de Ponderaciones de Ranking:

- Índices 50%
- ECSE 25%
- Reclamos 25%

El cuadro siguiente, propuesto por la SEC, indica la forma en que se compone cada ponderador, en particular la categoría Reclamos. Esta categoría estaría compuesta por los tres índices señalados en el recuadro correspondiente.

Tabla 4: Tabla con porcentaje de nuevos indicadores de calidad

Item	INDICADOR	% DENTRO DEL ÍTEM	% DENTRO DE RANKING	TOTAL APORTE ÍTEM AL RANKING
ÍNDICES	FMIK	10%	5%	50%
	FMIT	10%	5%	
	TTIT	40%	20%	
	TTIK	40%	20%	
ENCUESTA	ECSE	100%	25%	25%
	*TASA DE TRANSFERENCIA DE RECLAMOS A EMPRESA DESDE LOS PUNTOS DE CONSUMO (PRIMER PISO)	20%	5%	25%
	*TASA DE TRANSFERENCIA DE RECLAMOS A SEC DESDE EMPRESA (SEGUNDO PISO)	30%	8%	
	*TASA DE CAMBIO DE RESOLUCIÓN DE RECLAMOS RECIBIDOS EN SEC (CONSIDERA HA LUGAR Y PARCIALMENTE HA LUGAR)	50%	13%	
	TOTAL		100%	100%

Donde:

N.1 Tasa de Transferencia de reclamos a concesionaria desde los puntos de consumo (Gestión Distribuidora) (4%)

Este Índice se refiere a la tasa de reclamos recibidos por la concesionaria en relación con el número total de clientes del período evaluado.

$$\text{Nivel de servicio N. 1} = \frac{\text{Reclamos Recibidos Distribuidora (RRD)}}{\text{Número Total de clientes (NC)}}$$

Siendo:

RRD: Reclamos Recibidos Distribuidora

Se consideran como reclamos recibidos por las distribuidoras, a todos aquellos que hayan sido registrados por los canales que ésta haya como un canal válido para la recepción de reclamos. Los reclamos pueden ser de no clientes, lo importante es que se contabilice los reclamos con un número de registro o ticket.

Quedan excluidos en este indicador los que se refieren a **interrupción de suministro**.

El caso debe ser registrado con número de atención, a través del formulario de reclamos establecido para ello, el cual contiene los antecedentes necesarios para identificar al cliente, la instalación y definir su reclamo.

Para el período de análisis del índice, se contabilizan los reclamos abiertos y cerrados independientes de la resolución que la distribuidora emita sobre ellos.

NC: Número Total de Clientes

En este indicador se consideran los clientes registrados en el sistema STAR o el sistema que lo reemplace.

N.2 Tasa de Transferencia de reclamos a SEC desde Concesionaria (Gestión SEC) (6%)

Este Indicador da cuenta de la reiteración de un reclamo ante la SEC por parte de un cliente que considera insatisfactoria la respuesta a su reclamo otorgada por la concesionaria.

$$\text{Nivel de Servicio N. 2} = \frac{\text{Reclamos Recibidos en SEC (RSEC)}}{\text{Reclamos Cerrados Distribuidora (RCD)}}$$

Siendo:

RSEC: Reclamos Recibidos en SEC

Se consideran en este indicador la cantidad de reclamos recibidos en SEC, posterior a haber ingresado un reclamo en la distribuidora y con resolución.

No se contabilizarán aquellos casos en donde el cliente haya planteado su reclamo directamente a la SEC o a SERNAC, sin antes gestionar su caso con la distribuidora.

Están excluidos en este indicador los que se refieren a **interrupción de suministro**.

RCC: Reclamos Cerrados Distribuidora

Se consideran solo los reclamos cerrados con resolución informada al cliente por la distribuidora en el período excluyendo los reclamos por interrupción de suministro.

N.3 Cambio en resolución de reclamos recibidos en SEC (Considerar Ha Lugar y Parcialmente Ha Lugar) (10%):

Este Indicador da cuenta de la proporción de reclamos en que la SEC revierte en favor del cliente en un caso que previamente fue resuelto por la concesionaria.

$$\text{Nivel de Servicio N. 3} = \frac{\text{Reclamos Acogidos por SEC (RASEC)}}{\text{Reclamos Recibidos en SEC (RSEC)}}$$

Siendo:

RASEC: Reclamos Acogido por SEC

Se consideran en este indicador la cantidad de reclamos recibidos en SEC, posterior a haber ingresado un reclamo en la distribuidora y con resolución.

A su vez, estos reclamos serán todos los resueltos por la SEC Ha lugar y Parcialmente a Lugar en favor del cliente.

Para los HL se cuentan como 1 (c/u) y los PHL como 0,5 (c/u), tal como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 5: Tabla de ponderadores ante cambio en resolución inicial de la empresa por SEC

		Resolución SEC 2a instancia		
		Ha Lugar	Parcialmente Ha Lugar	No Ha Lugar
Resolución inicial de la Empresa	Ha Lugar	0	0	0
	Parcialmente Ha Lugar	0,5	0	0
	No Ha Lugar	1,0	0,5	0

No se consideran aquellos casos que en instancias posteriores hayan revertido el pronunciamiento de SEC

No se contabilizarán aquellos casos en donde el cliente haya planteado su reclamo directamente a la SEC o a SERNAC, sin antes gestionar su caso con la distribuidora.

RSEC: Reclamos Recibidos en SEC

Son el total de reclamos de segunda instancia recibidos por SEC (NH, PHL, HL), es decir aquellos reclamos en que posterior a la recepción y respuesta de la empresa

distribuidora son presentados a SEC. Excluye reclamos por interrupciones de suministro.

2.2.8.2 Propuesta de norma técnica de calidad de servicio en sistemas de distribución (CNE)

Este documento es bastante extenso y propone cambios en diversas materias, entre otras propone la Determinación de Indicadores y Metas de Calidad del Servicio Comercial Exigibles a las Empresas Distribuidoras: Calidad de Atención al Usuario y Calidad del Servicio Comercial del Distribuidor.

A continuación un extracto de los artículos específicos que afectarían los indicadores en estudio:

SECCIÓN III.3.3 : CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL DEL DISTRIBUIDOR

Art.63 La calidad de servicio comercial del distribuidor se refiere al cumplimiento global de las obligaciones que la Ley General de Servicios Eléctricos y sus cuerpos normativos, asigna a los distribuidores de energía eléctrica. La SEC podrá establecer metas de cumplimiento anual para cada indicador, los cuales deberán ser comunicados a las empresas distribuidoras mediante resolución fundada. El incumplimiento de estas obligaciones podrá dar origen a un proceso administrativo.

Art.64 Se definen los siguientes indicadores de calidad del servicio comercial del distribuidor para la atención de reclamos con fines comparativos y evaluación general de la distribuidora:

Indicador de Eficiencia CRF/CRI (%)

Donde

CRI: Cantidad de Reclamos Ingresados en el año t

CRF: Cantidad de Reclamos Finalizados en el año t. Se entiende que el reclamo está finalizado cuando la distribuidora realizó la acción correctiva solicitada o entregó la respuesta solicitada.

Indicador de Eficacia: CRF / CRIS (%)

Donde

CRF: Cantidad de Reclamos Finalizados de los ingresados en el año t

CRIS: Cantidad de Reclamos Ingresados a SEC de los finalizados cuyo ingreso fue en el año t

Indicador de Oportunidad (1): CRRP / CRI (*)

Dónde:

CRRP: Cantidad de Reclamos Resueltos en el Plazo máximo establecido de los ingresados en el año t

CRI: Cantidad de Reclamos Ingresados en el año t

Con este indicador se determina el porcentaje de reclamos resueltos dentro del plazo establecido

Indicador de Oportunidad (2): (SDRRFP + SDRNRFP) / CRCS

Donde

SDRRFP: Sumatoria de Días de los Reclamos Resueltos Fuera de Plazo de los ingresados en el año t

SDRNRFP: Sumatoria de Días de los Reclamos No Resueltos y que ya están Fuera de Plazo de los ingresados en el año t

CRCS: Cantidad de Reclamos Contabilizados en la Sumatoria" La empresa deberá publicar dentro de los primeros 5 días de iniciado el nuevo período anual de control y, en sus distintos canales de atención, así como en un lugar visible de cada una de sus oficinas comerciales, los indicadores definidos.

Art.65 Se definen los siguientes indicadores de la calidad del servicio comercial del distribuidor, los que serán evaluados con base anual y estarán sujetos a sanciones administrativas en caso de existan incumplimientos en las metas establecidas.

Indicador de Reclamos (IRC)

IRC=RCp/NS*100

Dónde:

RCp: son los reclamos recibidos en el período de control.

NS: es el total usuario promedio del período de control.

Inicialmente se propone su medición para luego de 3 años de vigencia de la NTD fijar una meta de cumplimiento.

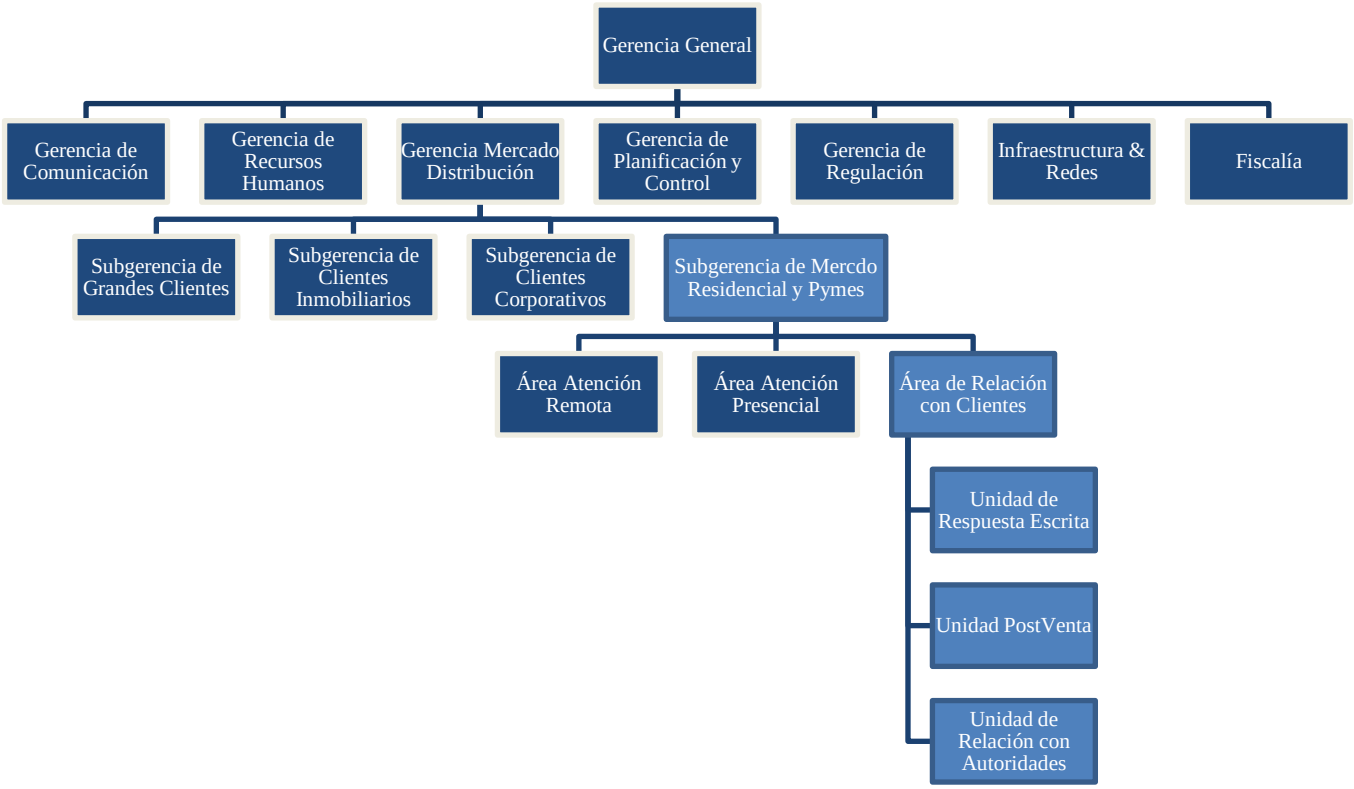
3 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y ORGANIGRAMA

El objetivo de este estudio es evaluar específicamente una de las más grandes empresas distribuidoras de energía eléctrica en Chile, Chilectra S.A., insertarse en su organigrama y funciones para entender su funcionamiento y presentar sus índices.

Chilectra S.A. es un de las empresas de distribución de energía eléctrica más grande del país, representando el 40% del total de ventas de las distribuidoras, y con un área de concesión que abarca 2.065,7 km², considerando 33 comunas de la Región Metropolitana: Cerrillos, Cerro Navia, Conchalí, Estación Central, Independencia, La Cisterna, La Florida, La Granja, La Reina, Las Condes, Lo Espejo, Lo Prado, Macul, Maipú, Ñuñoa, Pedro Aguirre Cerda, Peñalolén, Pudahuel, Quinta Normal, Recoleta, Renca, San Joaquín, San Miguel, San Ramón, Vitacura, Santiago, Providencia, Huechuraba, Quilicura, Lo Barnechea, Colina, Lampa y Til Til.

La estructura organizativa interna es la siguiente:

Ilustración 2: Organigrama Organizacional



La Subgerencia de Atención de Mercado Residencial y Pymes está enfocada principalmente a atender al segmento de clientes masivos, los que corresponden a aproximadamente 1.600.000 suministros conectados, representando el 95 % del total de clientes de la Compañía.

La Subgerencia se divide en tres áreas, cuyas principales actividades son:

3.1 Área Atención Remota

Gestiona y controla la atención de clientes tanto técnica como comercial a través de los canales remotos de la compañía (Call Center, Web, RRSS, APP, SMS) y coordina con las áreas de backoffice la entrega de respuestas oportunas y efectivas a los clientes.

Sus principales tareas son:

- Atender los requerimientos técnicos y comerciales de la compañía.
- Investigar, analizar y diseñar nuevas soluciones para la atención remota.
- Gestionar y desarrollar los canales digitales de la compañía.
- Diseñar e implementar procesos de coordinación con áreas de backoffice.

La plataforma de call center está dividida en atención comercial, atención de emergencia (incluye atención por twitter y facebook) y en las llamadas *opciones* como Grandes Clientes, Soporte Internet y Chilectrahogar.

3.2 Área Atención Presencial

Desarrolla los canales de atención presencial de clientes investigando, analizando y proponiendo soluciones innovadoras a la atención de clientes de acuerdo a las estrategias y políticas de la compañía y requerimientos del mercado.

- Dirige la operación de contratos con empresas proveedoras del servicio de Administración de Local, Atención de Clientes y Recaudación, además gestiona los recursos disponibles para tal efecto con el objetivo de asegurar la operación eficiente del canal presencial según estándares de calidad definidos.
- Dirige y evalúa proyectos específicos de atención de clientes y diseña mejoras a procesos internos para satisfacer nuevas líneas de negocio o servicios de la compañía y mejorar continuamente los servicios de atención de clientes.
- Coordina con áreas de back office respuestas efectivas para clientes además de promover permanentemente la actualización y coherencia de los procedimientos aplicados, privilegiando la atención a clientes con solución al primer contacto.
- Define, controla e informa Indicadores de Gestión relativos a los servicios.

- Coordina acciones de capacitación y retroalimentación del área y de colaboradores.
- Requiere y coordinar con los entes responsables de las plataformas informáticas las mejoras involucradas en el canal.

3.3 Área Relación con Clientes

El Área Relación con Clientes, donde se posiciona este estudio, tiene bajo su gestión y responsabilidad los canales escritos de interacción y atención a clientes masivos: Cartas, Email, Línea Directa, SEC y SERNAC.

Para esto se compone de 3 unidades, que dividen sus actividades de la siguiente forma:

- Unidad de Atención Escrita: Principalmente se enfoca en atender los requerimientos y reclamos de clientes que llegan por cualquier canal escrito, en primera instancia o también denominados de "Primer Piso". Dependiendo de la tipificación del reclamo, se gestiona e interactúa con otras áreas internas dentro de la compañía, de tal forma de entregar una respuesta integral y formal al cliente también de forma escrita y dentro de los plazos exigidos por la autoridad.
- Unidad de PostVenta: Gestiona los reclamos derivados de accidentes o maniobras técnicas en terreno donde la Compañía haya podido provocar artefactos dañados en los domicilios de los clientes.

  Por otro lado, atiende las solicitudes o quejas de usuarios que estén en proceso o hayan adquirido algún tipo de producto o servicio residencial, como por ejemplo un aire acondicionado o una instalación eléctrica domiciliaria.

  En ambos casos la tramitación es independiente del canal por el cual se haya recibido esa notificación.

- Unidad de Gestión de Información y Relación con Autoridades: Su principal tarea, como su nombre lo indica, es la relación con nuestros 2 principales entes fiscalizadores, la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) y el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC).

  Además de enviar información periódica y estructurada, parte de la cual se detalla y explica en este documento, también se encarga de atender y gestionar los reclamos en segunda instancia o de "segundo piso", estos son los que ya fueron atendidos por algunos de nuestros canales de atención (presencial, telefónico, escrito), pero su respuesta no fue del agrado del cliente, por lo que el reclamante acude a una instancia superior y neutral como el SEC o SERNAC para que revise nuevamente su situación y emita un pronunciamiento.

A continuación se presentarán los índices de gestión internos y externos (impuestos por la autoridad) que administra el área para toda la Compañía.

3.3.1 Indicadores de Gestión Internos

Como el Área maneja principalmente la interacción con clientes a través de medios escritos, es que sus indicadores tienen que ver con volúmenes de reclamos recibidos y los tiempos de respuesta asociados, que no pueden superar los 30 días.

El siguiente gráfico muestra la cantidad de reclamos de Primer Piso, ingresados por medio escrito mensual desde el año 2012.

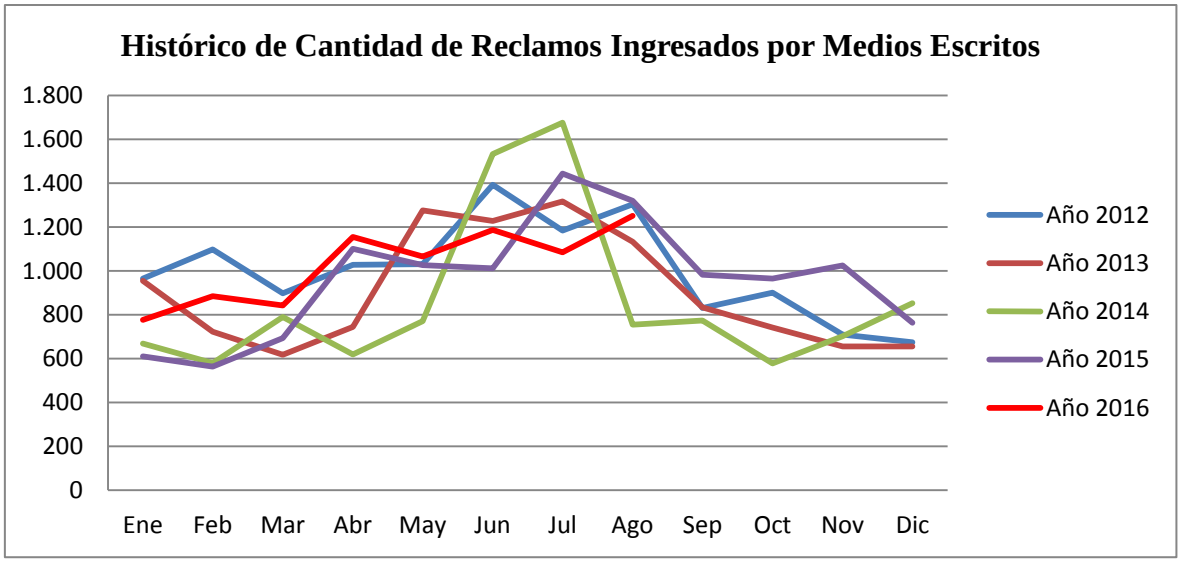


Grafico 1: Cantidad de reclamos mensual año 2012 al 2016

En la gráfica se puede visualizar una curva de crecimiento en los meses de invierno, donde usualmente los reclamos por calidad de suministro se elevan por la mayor recurrencia de operaciones en las redes por efectos climáticos.

Las cantidades por año en cada mes, fluctúan en rangos de volúmenes similares. Y el año 2016, representado por la línea roja, sigue la misma tendencia.

Otros reclamos que se revisen por medio escrito, son los asociados al Sernac y la SEC, que se muestran en forma separada, puesto que tienen tratamientos de plazos y acciones algo distintos a los de primer piso.

Los casos vía Sernac se reciben a través de la siguiente plataforma web. Este es un ejemplo de la vista:

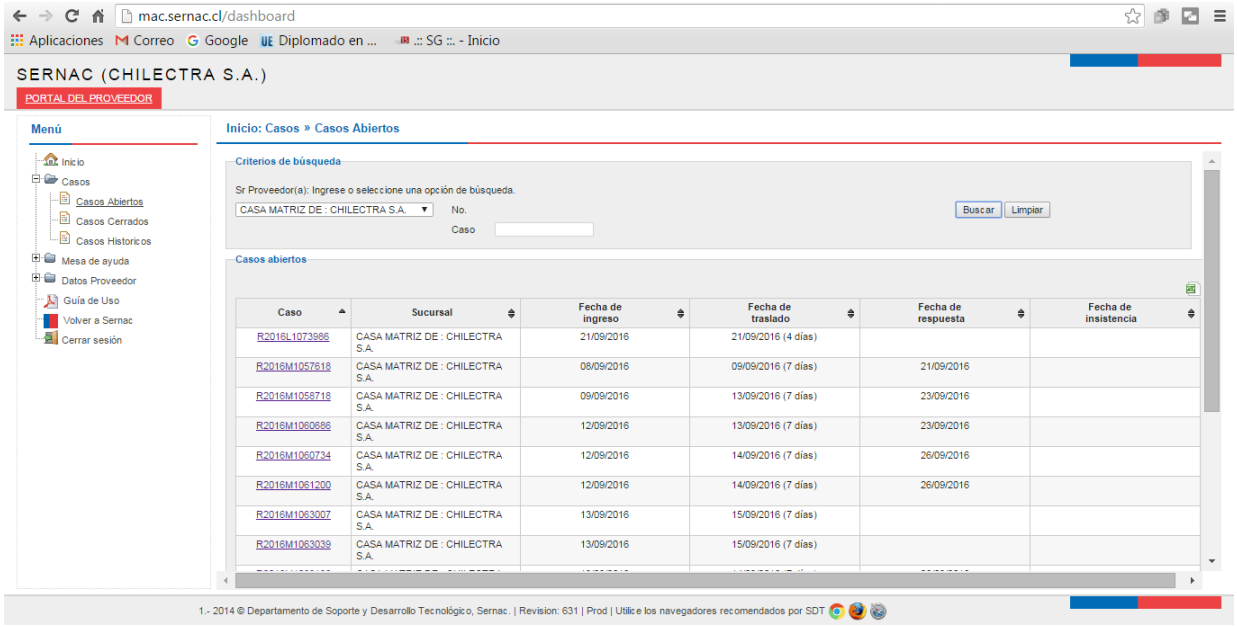


Ilustración 3: Ejemplo de vista web página SERNAC

El volumen de reclamos provenientes del Sernac desde el año 2012 se muestra a continuación:

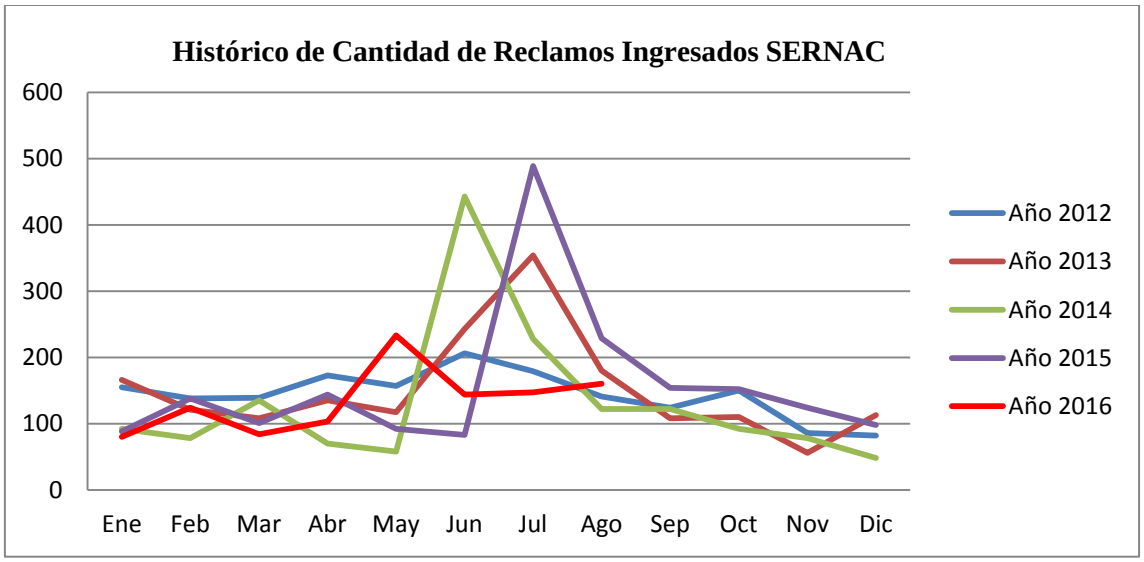


Grafico 2: Cantidad de reclamos mensual ingresados Sernac 2012 a 2016

Las cantidades por año en cada mes, fluctúan en rangos de volúmenes similares. Y el año 2016, representado por la línea roja, sigue la misma tendencia.

Para el caso de los reclamos recibidos a través de SEC, también existe un portal web, por donde acceden las distribuidoras a revisar los reclamos y administrarlos.

Una vista de ejemplo es la siguiente:

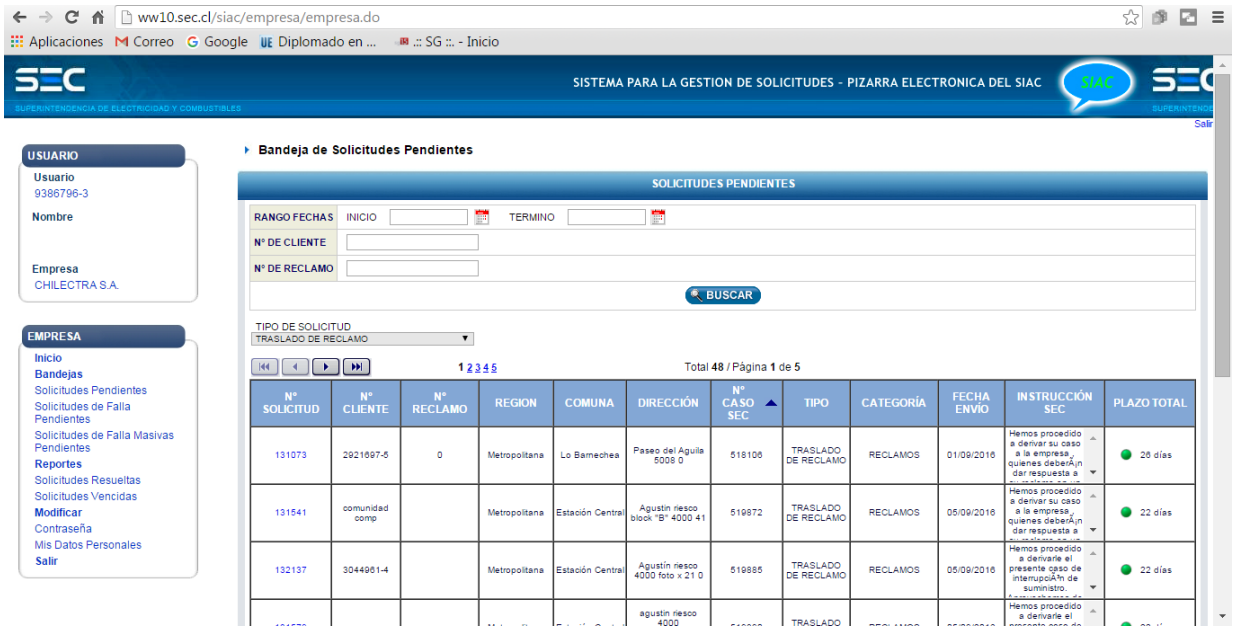


Ilustración 4: Ejemplo de vista web página SEC

El volumen de reclamos provenientes del SEC desde el año 2012 se muestra a continuación:

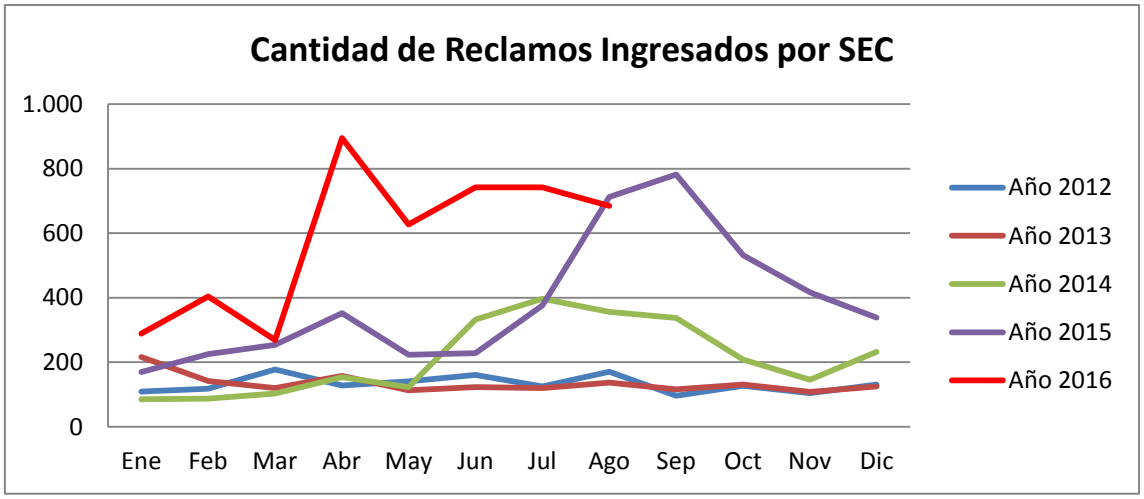


Grafico 3: Cantidad de reclamos mensual ingresados SEC 2012 al 2016

En este caso, y a diferencia de los dos gráficos mostrados antes, es que durante los últimos 2 años la Superintendencia ha mejorado y potenciado su página web, para que los clientes finales tengan mejor y más acceso a ese organismo, es por ello que las curvas de los últimos años han crecido considerablemente.

Ahora bien, en el día a día, la organización se preocupa de monitorear constantemente los reclamos, tanto de primer piso ingresados por medio escrito, como los casos ingresados desde las páginas de Sernac y SEC.

A continuación, y considerando que son los últimos datos administrados por el Área de Relación con Clientes, se mostrarán los índices del mes de agosto del 2016 y su comparativo con el mismo mes del año anterior.

Tabla 6: Reclamos ingresados por medio escrito de primer piso, durante el mes de agosto y sus plazos de respuesta.

CLIENTES	MES		VARIACIÓN	
	2015	2016	TAM	MES
Carta Clientes	1.320	1.251	12,3%	-5,2%
Respuesta en Plazo Legal (30dias)	99,9%	99,8%	0,0%	-0,1%
Respuesta en Plazo 20 dias	99,3%	99,3%	-0,4%	0,0%

El dato calculado mensualmente, se inserta en un gráfico histórico del 2016, el que también se compara con el 2015 y que se muestra a continuación:

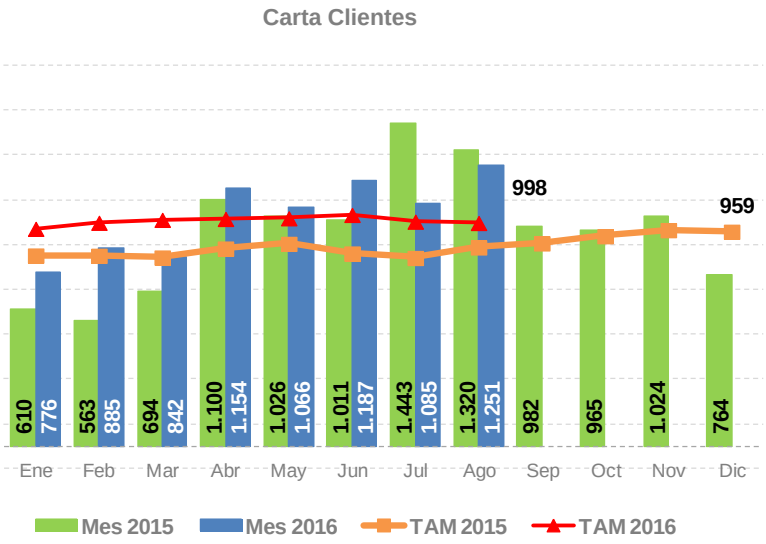


Grafico 4: Cantidad de reclamos mensual ingresados 2016 y 2015

Otro de los indicadores de gestión relevantes de controlar, son los tiempos de respuesta de esos reclamos a los clientes, los que por ley no pueden ser mayores a 30 días, y que por meta interna se establecen en 20 días.

A continuación su representación gráfica.

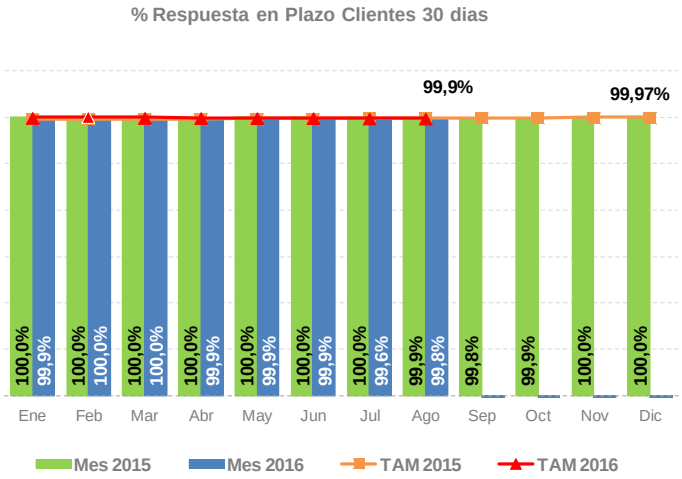


Grafico 5: Porcentaje de respuestas logradas menores a 30 días 2016 y 2015

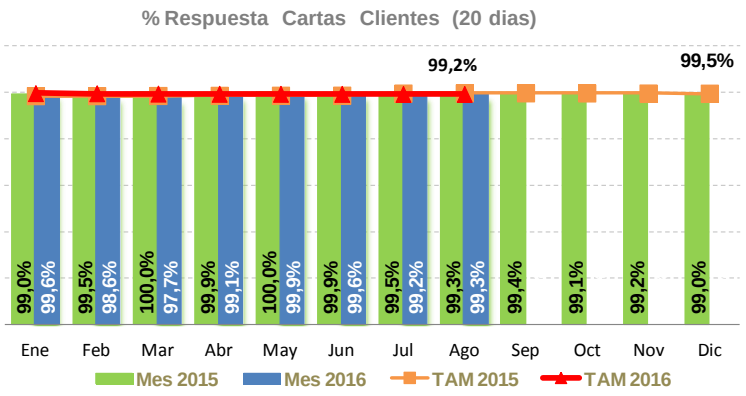


Grafico 6: Porcentaje de respuestas logradas menores a 20 días 2016 y 2015

Siguiendo con el detalle de los reclamos, el próximo indicador relevante de conocer son las tipologías más usadas o más "reclamadas" mensualmente. Durante el mes de agosto del 2016, los motivos más recurrentes son:

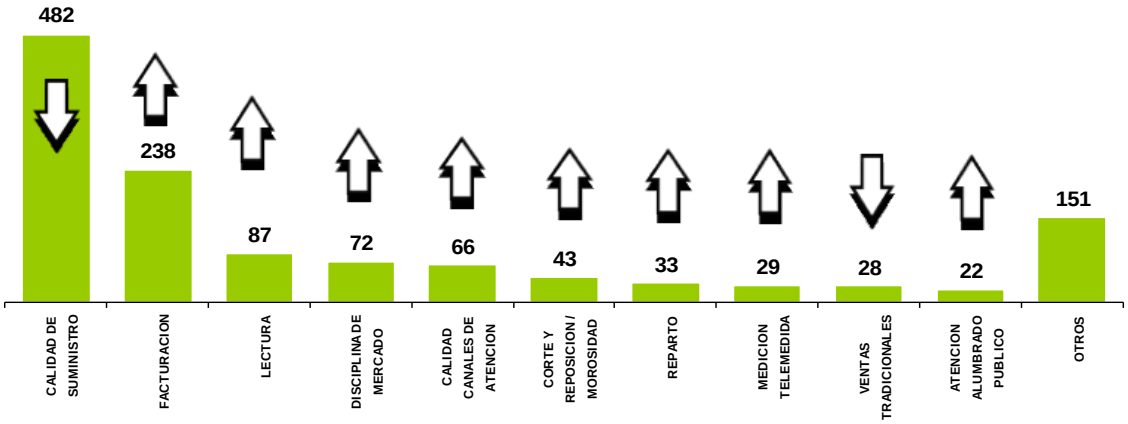


Grafico 7: Principales motivos de reclamos de los clientes Agosto 2016

Las flechas representan el comparativo con el mismo mes del año anterior. La que apunta hacia abajo indica que este año esa tipología fue menos usada comparada con el mismo mes del año2015. Y la que apunta hacia arriba representa un mayor uso.

A continuación, revisaremos los índices del mes de agosto del 2016, para los casos Sernac y su comparativo con el mismo mes del año anterior.

Tabla 7: Reclamos SERNAC ingresados durante el mes de agosto y sus plazos de respuesta.

SERNAC	MES		VARIACIÓN	
	2015	2016	TAM	MES
SERNAC	229	160	-5,9%	-30,1%
Respuesta en Plazo	100,0%	96,9%	0,4%	-3,1%

El dato calculado mensualmente, se inserta en un gráfico histórico del 2016, el que también se compara con el 2015 y que se muestra a continuación:

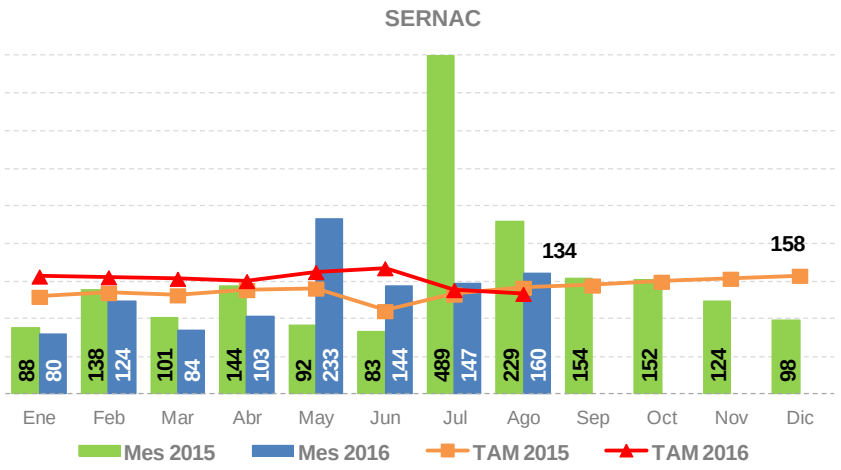


Grafico 8: Cantidad de reclamos Sernac mensual ingresados 2016 y 2015

Los siguientes indicadores de gestión, son los tiempos de respuesta de esos reclamos, los que en el caso Sernac no pueden ser mayores a 10 días.

A continuación su representación gráfica.

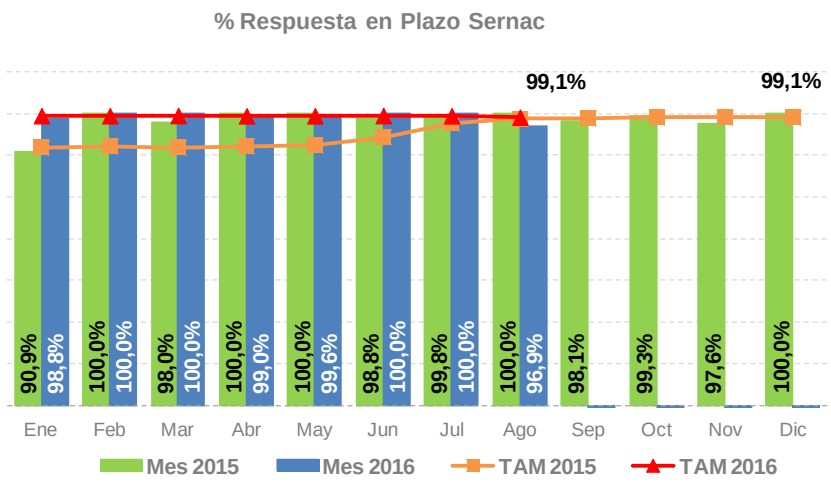


Grafico 9: Porcentaje de respuestas logradas hasta con 10 días 2016 y 2015

El próximo indicador relevante son las tipologías más usadas o más "reclamadas" mensualmente en los casos Sernac. Durante el mes de agosto del 2016, los motivos más recurrentes son:

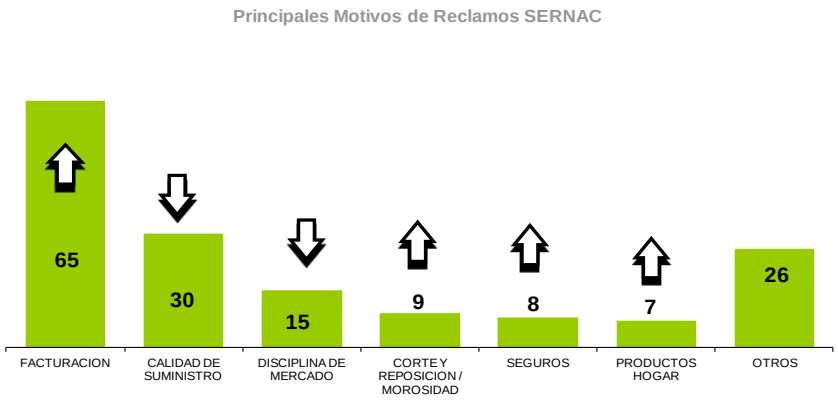


Grafico 10: Principales motivos de reclamos de los clientes Agosto 2016

Las flechas también representan el comparativo con el mismo mes del año anterior.

A continuación, revisaremos los índices del mes de agosto del 2016, para los casos SEC, o también conocidos como de segundo piso, y su comparativo con el mismo mes

del año anterior. En estos casos la autoridad contempla 5 días hábiles cómo máximo para la gestión del caso.

Tabla 8: Reclamos SEC ingresados durante el mes de agosto y sus plazos de respuesta.

SEC (PESEC)	MES		VARIACIÓN	
	2015	2016	TAM	MES
SEC	712	684	94,1%	-3,9%
Respuesta en Plazo Sec	99,4%	100,0%	0,1%	0,6%

La gráfica representativa del año 2016 y la comparativa con el año 2015 es:

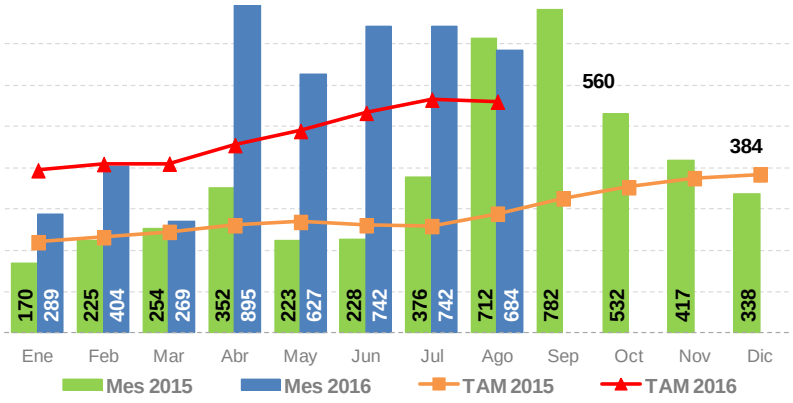


Grafico 11: Cantidad de reclamos Sec mensual ingresados 2016 y 2015

Los siguientes indicadores de gestión, son los tiempos de respuesta de esos reclamos. A continuación su representación gráfica.

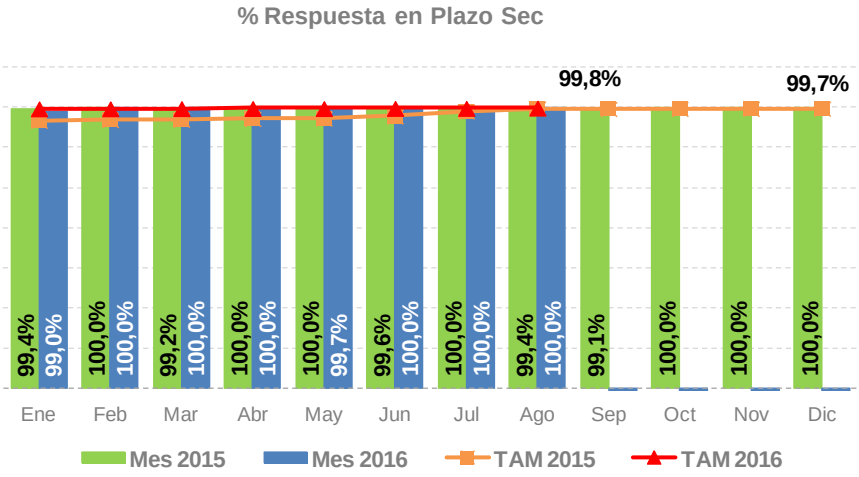


Grafico 12: Porcentaje de respuestas logradas hasta con 5 días 2016 y 2015

El próximo indicador relevante son las tipologías más usadas o más "reclamadas" mensualmente en estos casos Sec. Durante el mes de agosto del 2016, los motivos más recurrentes son:

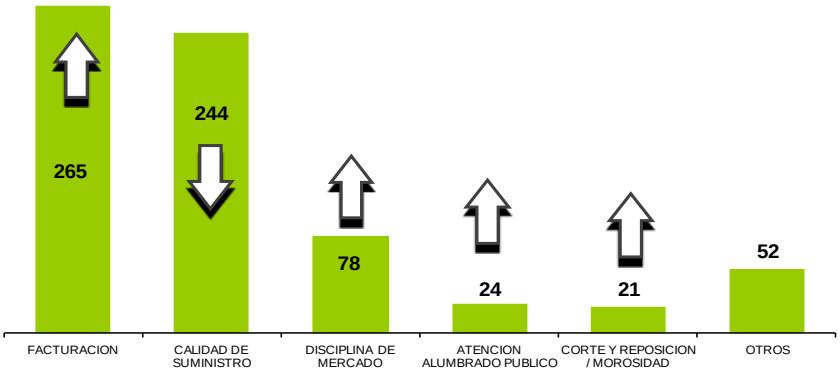


Grafico 13: Principales motivos de reclamos de los clientes Agosto 2016

Las flechas también representan el comparativo con el mismo mes del año anterior.

3.3.2 Indicadores de Gestión de la Industria (Impuestos por SEC)

Los indicadores de calidad más relevantes a nivel de la industria y para todas las concesionarias, son los emanados y controlados por SEC, y corresponden a:

- Índice de Continuidad de Suministro (Interrupciones): Corresponde a una medición netamente técnica, donde se sumariza por un lado la cantidad de interrupciones que ha tenido un suministro en los últimos 12 meses, y por otro lado, los tiempos de energía no suministrada relacionados. De todos modos, este índice no será materia de análisis en este estudio.

- Encuesta de Calidad de Servicio: Su metodología y realización se instruye y controla mediante Oficios específicos y se efectúa sobre una muestra aleatoria de "clientes-suministro" que se extrae de la totalidad de clientes encuestables.

- Puntaje de Reclamos: Referido y calculado sobre los reclamos de 2do piso, o que llegaron a través de SEC por disconformidad de la respuesta que entregó en primera instancia la Distribuidora. Sobre estos casos la autoridad resuelve y emana un Oficio resolutorio de cada uno.

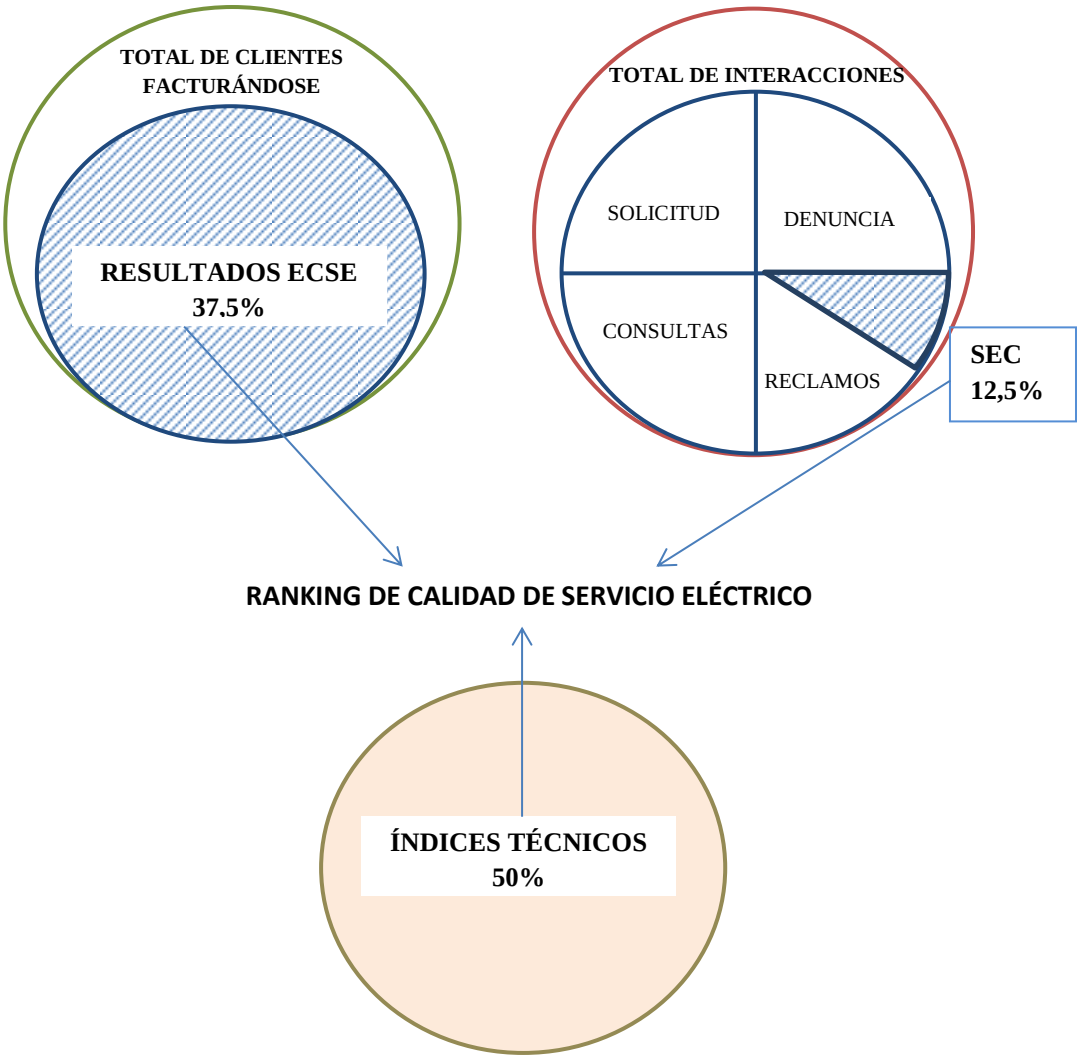
- Nota Ranking de Calidad de Servicio: Combina los 3 índices anteriores para otorgar una Nota Final a cada concesionaria.

Este ranking se estructura sobre la base y en porcentaje de estas tres variables de la siguiente manera:

Índices de Continuidad de Suministro (Interrupciones)	**50 %**
Encuesta de Calidad de Servicio	**37.5%**
Reclamos de Clientes	**12.5%**

Una representación gráfica desde donde se obtiene la Nota Final del Ranking sería:

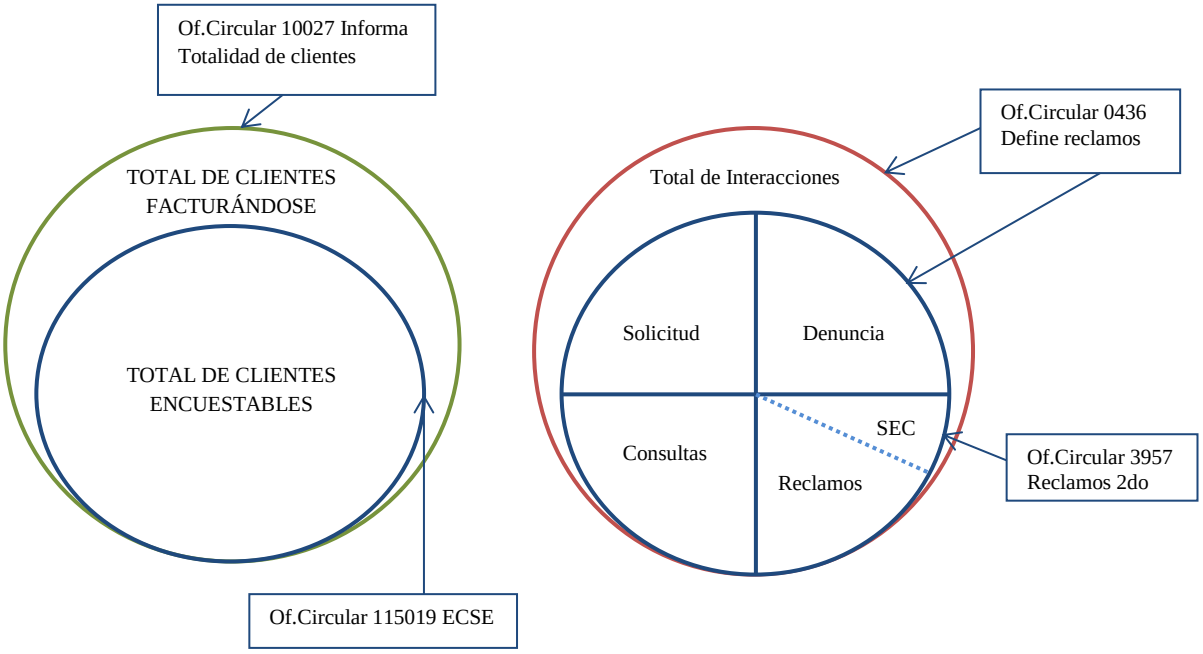
Ilustración 5: Esquema de participación de cada índice en la nota final



Fuente: Elaboración Propia

Los Oficios que respaldan, regulan las interacciones y reclamos de nuestros clientes, además de los índices de medición de calidad, que se detallan en el marco teórico, los podemos representar de la siguiente forma:

Ilustración 6: Número de cada oficio que interviene en el cálculo



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presenta el detalle y cálculo de los principales índices de medición de la calidad de servicio para Chilectra en el año 2016, con datos del año2015. A pesar que aún no emana un documento oficial de parte de la autoridad, con la información del ordenamiento de las concesionarias para el año 2016, existe un dato extraoficial que indica que Chilectra se ha posicionado alrededor de la ubicación N°20 con una nota final de 8,33, proveniente del siguiente cálculo:

$$Nota\ Ranking\ 2016 = (8{,}82\ x\ 0{,}50) + (8{,}31\ x\ 0{,}375) + (6{,}47\ x\ 0{,}125) = 8{,}33$$

Siendo:

- 8,82 la nota del índice técnico para este año.
- 8,31 es hasta el momento la nota de la encuesta ECSE para Chilectra este año, y aunque aún no es oficial se visualiza en el siguiente anexo junto con la Nota

ECSE máxima (LUZ PARRAL), dato que se usará para calcular a continuación la nota de reclamos.

Tabla 9: Tabla de posición de empresas eléctricas No oficial

ANIO	EMPRESA_ID	SIGLA	ENCUESTAS	SATISFACCION	INSATISFACCION	SATISFACCION_NETA	ICE_ERROR	ICSE_FINAL	VAR %	POSICIÓN FINAL	POSICION ERROR	VAR_POSICIÓN
2015	32	LUZPARRAL	320	97,50%	0,00%	97,50%	9,775	9,888	1,1%	1	1	0
2015	14	EEPA	400	91,50%	0,25%	91,25%	9,235	9,606	3,9%	2	2	0
2015	21	COOPELAN	328	89,63%	0,61%	89,02%	9,067	9,506	4,6%	3	3	0
2015	25	EDELMAG	406	86,21%	1,72%	84,48%	8,759	9,302	5,8%	4	5	1
2015	28	EDECSA	250	86,80%	2,40%	84,40%	8,812	9,298	5,2%	5	4	-1
2015	34	COELCHA	341	85,63%	1,47%	84,16%	8,707	9,287	6,2%	6	6	0
2015	29	CEC	253	83,79%	1,58%	82,21%	8,542	9,2	7,2%	7	7	0
2015	9	LITORAL	405	82,22%	1,98%	80,25%	8,4	9,111	7,8%	8	8	0
2015	33	COPELEC	439	82,00%	2,05%	79,95%	8,38	9,098	7,9%	9	9	0
2015	31	LUZLINARES	320	80,94%	1,56%	79,38%	8,284	9,072	8,7%	10	10	0
2015	24	EDELAYSEN	414	79,71%	1,45%	78,26%	8,174	9,022	9,4%	11	11	0
2015	23	SAESA	981	77,78%	2,14%	75,64%	8	8,904	10,2%	12	12	0
2015	36	COOPREL	250	77,60%	2,00%	75,60%	7,984	8,902	10,3%	13	13	0
2015	26	CODINER	355	75,49%	0,85%	74,65%	7,794	8,859	12,0%	14	14	0
2015	13	TILTIL	250	73,20%	0,00%	73,20%	7,588	8,794	13,7%	15	19	4
2015	39	LUZOSORNO	319	74,61%	1,88%	72,73%	7,715	8,773	12,1%	16	17	1
2015	6	CHILQUINTA	939	74,44%	4,37%	70,07%	7,7	8,653	11,0%	17	18	1
2015	40	CRELL	332	69,28%	0,00%	69,28%	7,235	8,617	16,0%	18	22	4
2015	7	CONAFE	914	74,73%	5,69%	69,04%	7,725	8,607	10,2%	19	15	-4
2015	35	SOCOEPA	251	67,73%	0,00%	67,73%	7,096	8,548	17,0%	20	24	4
2015	22	FRONTEL	1036	69,79%	2,61%	67,18%	7,281	8,523	14,6%	21	21	0
2015	4	EMELAT	598	72,58%	5,85%	66,72%	7,532	8,503	11,4%	22	20	-2
2015	15	LUZANDES	245	74,69%	11,84%	62,86%	7,722	8,329	7,3%	23	16	-7
2015	10	CHILECTRA	1208	67,63%	5,22%	62,42%	7,087	8,309	14,7%	24	25	1
2015	18	CGED	1218	67,73%	5,42%	62,32%	7,096	8,304	14,5%	25	23	-2
2015	3	ELECDA	592	66,89%	6,08%	60,81%	7,02	8,236	14,8%	26	26	0
2015	8	EMELCA	250	65,20%	6,40%	58,80%	6,868	8,146	15,7%	27	27	0
2015	2	ELIQSA	607	58,32%	3,46%	54,86%	6,249	7,969	21,6%	28	29	1
2015	1	EMELARI	600	58,00%	8,00%	50,00%	6,22	7,75	19,7%	29	30	1
2015	20	COOPERSOL	250	58,80%	11,20%	47,60%	6,292	7,642	17,7%	30	28	-2
2015	12	EEC	320	56,88%	11,25%	45,63%	6,119	7,553	19,0%	31	31	0
		TOTAL	15.391					PROMEDIO_AUMENTO	11,1%			
			PROMEDIO INDUSTRIA	75,07%	3,53%	71,55%		MAXIMO_AUMENTO	21,6%			
								MINIMO_AUMENTO	1,1%			

MAXI_INSATIS	11,84%
MIN_INSATIS	0,00%
MIN_SATIS	56,88%
MAXI_SATIS	97,50%
MAXI_SATIS_NETA	97,50%

Puntaje Total Reclamos	**5.297.420**
N° Clientes	1.735.715

Nota ECSE Chilectra	**8,309**
Nota ECSE maxima (LUZ PARRAL)	9,888

RZ max	**6,0030**
RZ	3,0520
Fr	4,9159
Fe	6,9821

Nota Reclamos	**6,4656**

$$\textbf{Nota Reclamos} = ((\mathbf{fr} * \mathbf{0.25}) + (\mathbf{fe} * \mathbf{0.75}))$$

$$\text{fe} = \frac{\text{nota ECSE empresa}}{\text{nota ECSE máxima obtenida en una empresa}} * \text{nota ECSE empresa}$$

$$\text{fr} = 10 - (10 * \frac{\text{RZ}}{\text{RZ máxima}}) \qquad \text{Rz} = \frac{\text{puntaje total}}{\text{Nro clientes empresa}}$$

En el Oficio Circular N°9689 del 28 de julio del 2016, Informa Razón Máxima Reclamos Ranking 2016.

4. Consecuentemente con los puntos precedentes y en consideración que para rehacer el cálculo de la nota de reclamos, es necesario contar con la Razón Máxima (RZ máxima) industria, se informa que, para este ejercicio el valor corresponde a 6,003.

Por otro lado, el detalle del puntaje que se calcula

$$P_{IND} = R * CC * TC * TR$$

Donde:

P_{IND} : Puntaje individual de cada reclamo.
R: Puntos según el tipo de reclamo.
CC: Puntos según la cantidad de clientes afectados.
TC: Puntos según el tipo de cliente o consumo afectado.
TR: Puntos según el tipo de resolución del reclamo

Tabla 10:Puntaje asociado a reclamos SEC año 2016

Rótulos de fila	**Suma de PUNTAJE TOTAL RECLAMO**
Interrupciones de Suministro	2.509.200
Cobro Excesivo	685.440
Cobros Indebidos	621.540
Instalaciones (seguridad, operación y mantenimiento) – Ubica	339.840
Problemas de Lectura	219.600
Deuda no Radicada	215.640
Atención Comercial	169.120
Consumo No Registrado	124.500
Trabajos de Normalización y/o Verificación, o Inspección	106.400
Variación de Voltaje	82.600
Corte y Reposición	70.740
Daños a artefactos	54.500
No entrega boleta/factura	52.200
Poste Mal Ubicado	25.200
Alumbrado Público	10.500
Cobros no asociados al servicio Eléctrico	5.400
Presupuesto	5.000
Total general	**5.297.420**

4 SITUACIÓN ACTUAL

En el presente capítulo se mostrará la situación actual por la que atraviesa Chilectra, y su comparativo con las otras concesionarias de la industria.

Posteriormente, se informa acerca de los procesos y procedimientos al interior de la organización, que se involucran y administran los índices y reclamos a nivel Compañía, puesto que es relevante conocer para luego proponer posibles cambios en el actuar.

4.1 Evolución de la nota ranking desde el año 2010

A continuación la evolución de las notas de calidad y posición del ranking de la Compañía en los últimos 6 años. A pesar que los datos de este año 2016 aún no son los finales, se trabajará con las notas extraoficiales que se manejan hasta el momento.

Tabla 11: Evolución de las notas de calidad Chilectra año 2010 a 2016

	Nota Índice	Nota Encuesta	Nota Reclamo	Nota Final	Posición
2010	8,83	7,47	6,71	8,06	15
2011	8,61	7,13	5,72	7,69	16
2012	8,70	7,43	6,57	7,96	16
2013	8,74	7,49	6,71	8,02	17
2014	8,85	7,87	6,99	8,25	17
2015	8,88	7,09	5,35	7,77	24
2016	8,82	8,31	6,47	8,33	

Fuente: Elaboración Propia

Gráficamente la representación de la tabla es la siguiente:

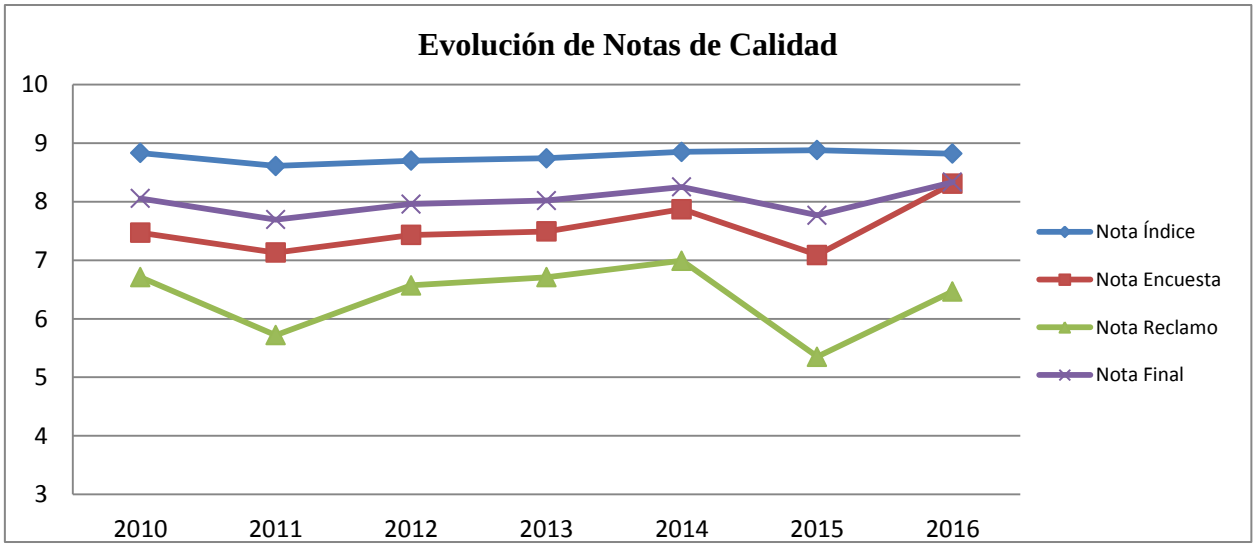


Grafico 14: Evolución de cada índice y nota final año 2010 a 2016

La gráfica muestra que la Nota de Calidad final se ha mantenido alrededor de los ocho puntos, durante todos estos años, siendo su componente más estable bastante estable los índices técnicos, que presentan muy poca variación de un año a otro. Sin embargo, sus componentes internos como la encuesta y especialmente la nota de reclamos presentan importantes caídas el año 2011 y el año 2015.

De estos dos índices, sobre el que se puede explorar y trabajar, es sobre el Índice de reclamos. Sobre la encuesta hay muy poca injerencia, porque si bien es realizada por la Distribuidora, a través de una agente externo, su elaboración y selección de muestra es absoluto resorte de la autoridad.

Ahora bien, ¿cuál es la posición de Chilectra respecto a las otras concesionarias del país?, es lo que quiere representar los gráficos que se muestran a continuación:

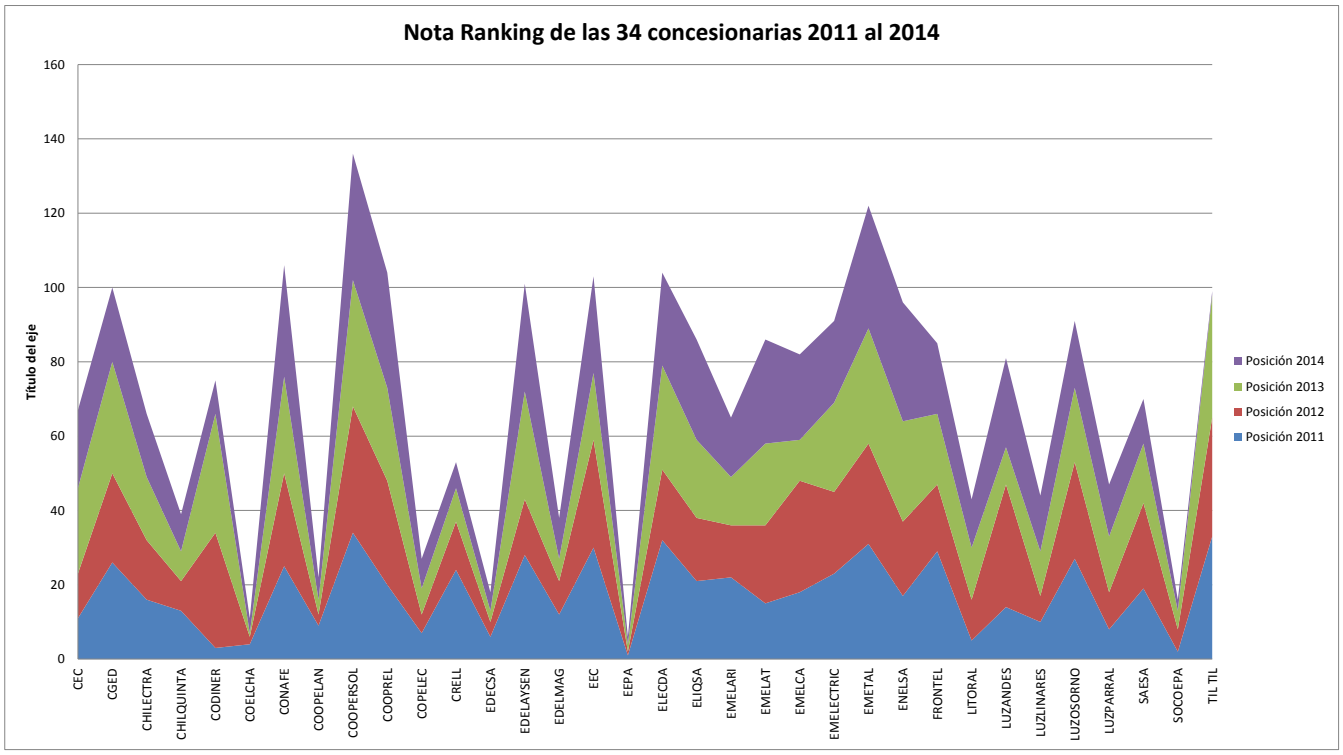


Grafico 15: Notas Ranking de calidad de las 34 concesionarias entre año 2011 al 2014

En el gráfico se exponen los datos entre los años 2011 al 2014, lamentablemente para el año 2015 no existe la información disponible en la página de la Superintendencia, y para el año 2016 aún no emanan los oficios que formalicen las evaluaciones y notas para las empresas concesionarias.

En el gráfico se visualiza que Chilectra se mantuvo en un rango de notas medio durante todos estos años, nunca en las primeras posiciones, pero tampoco en las últimas. Sin embargo, el año 2015 su evaluación cayó considerablemente en 7 puntos, desde la posición 17 a la 24, tal como lo representa el gráfico individual que se presenta a continuación:

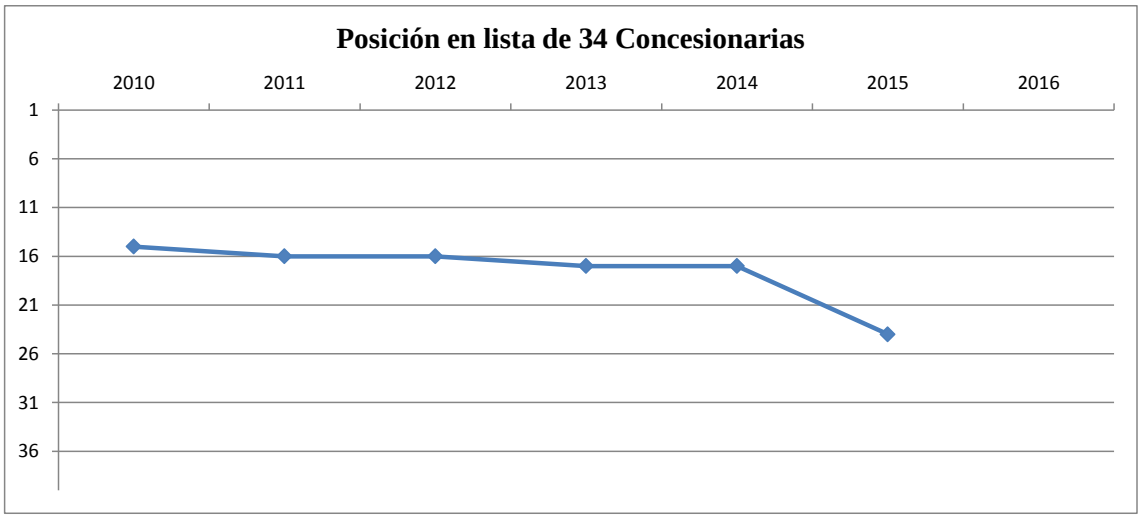


Grafico 16: Ubicación de Chilectra en el ranking de 34 concesionarias

A pesar que este último gráfico no contiene el dato del año 2016, puesto que aún no se conoce, la interpretación es que la posición ha evolucionado negativamente desde una posición media hacia los últimos lugares.

Comparativamente con otras Distribuidoras, los niveles de reclamos que administra Chilectra se representan en la siguiente gráfica:

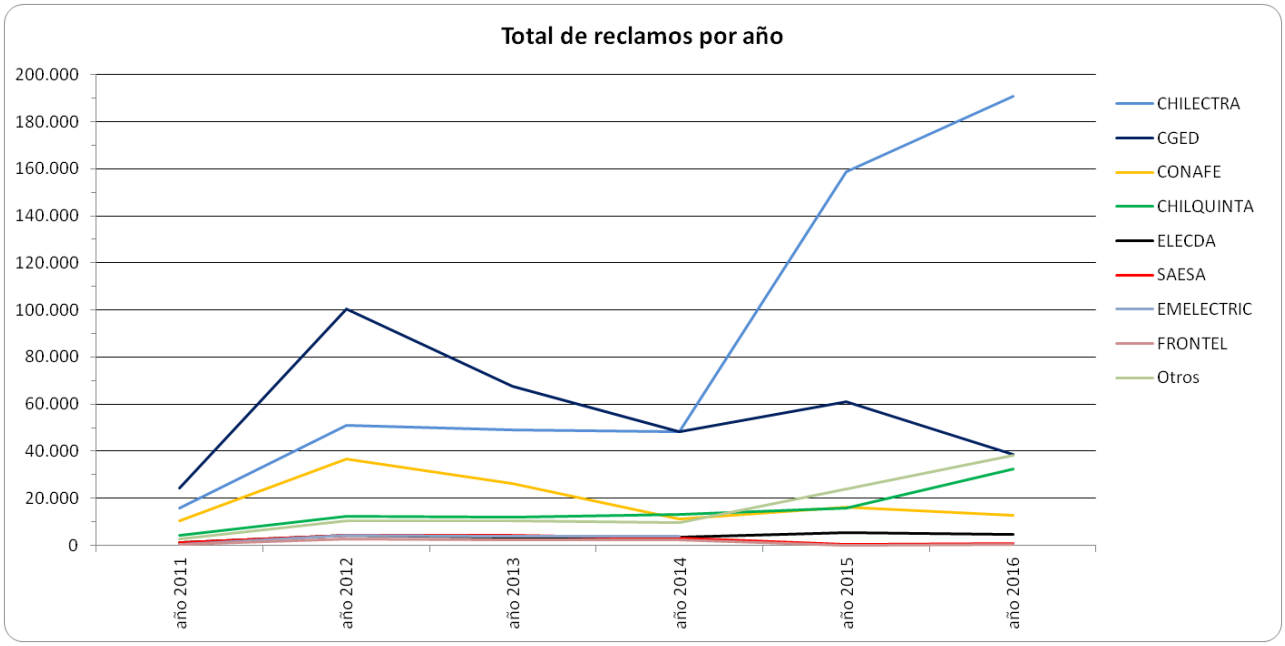


Grafico 17: Cantidad de reclamos de las Distribuidoras de energía eléctrica

El gráfico muestra cómo han evolucionado la cantidad de reclamos en la industria desde el año 2011 y preocupantemente los últimos dos años los volúmenes de Chilectra se muestran absolutamente escapados del resto de las distribuidoras.

Cabe mencionar que, en la gráfica se identifican las 8 concesionarias con mayor cantidad de suministros conectados, de tal forma que la comparación sea equivalente. Por tanto, si graficamos la proporción de reclamos respecto de los suministros conectados de cada concesionaria, el escenario sigue siendo preocupante para Chilectra.

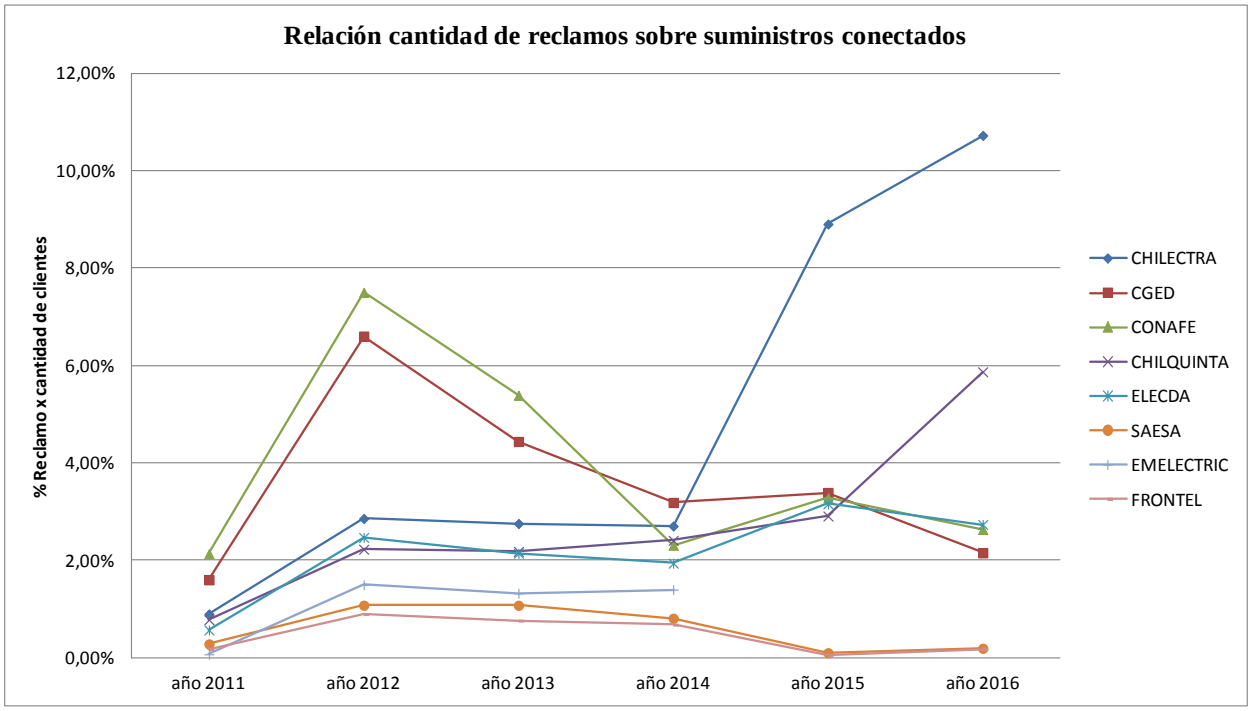


Grafico 18:Porcentaje de reclamos referidos a suministros conectados

A continuación se presentarán también las tipologías más usadas a nivel de la industria, donde se visualiza que los últimos dos años las interrupciones de suministro lideran los reclamos de los clientes, principalmente influenciados por el aporte que hace Chilectra en volumen a esta tipología.

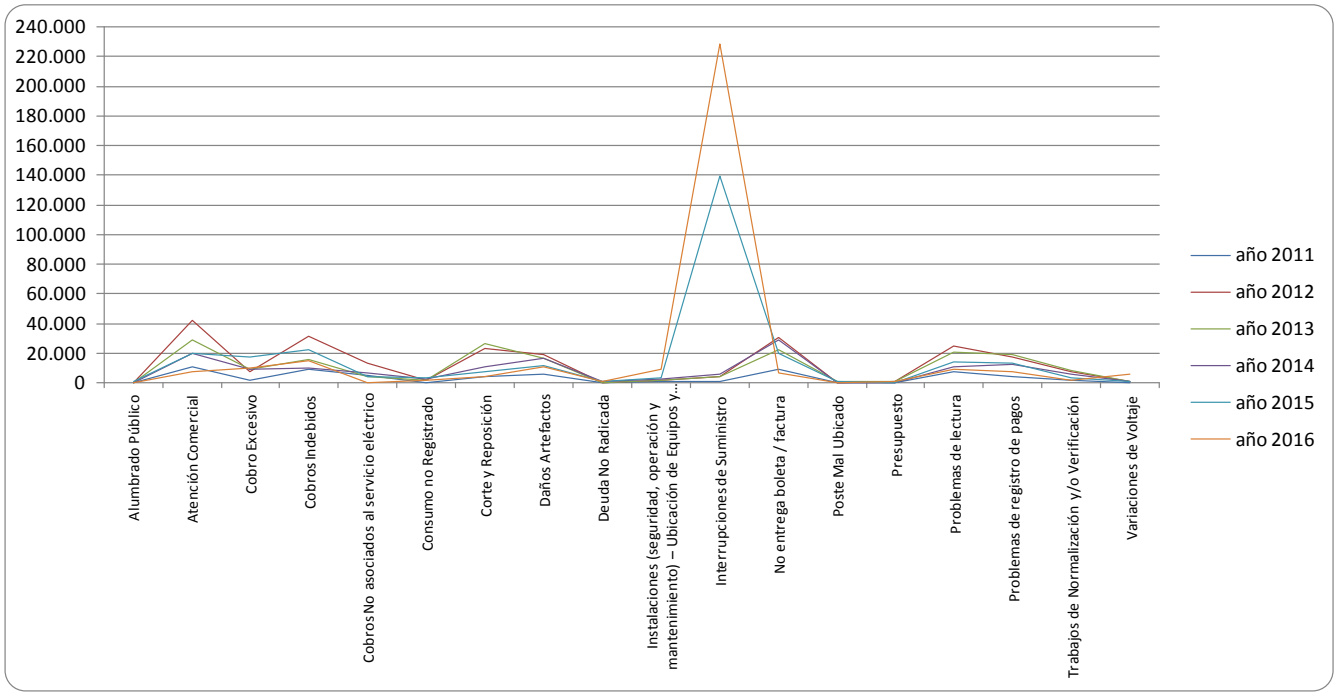


Grafico 19: Tipologías más reclamadas en los últimos 5 años a nivel país

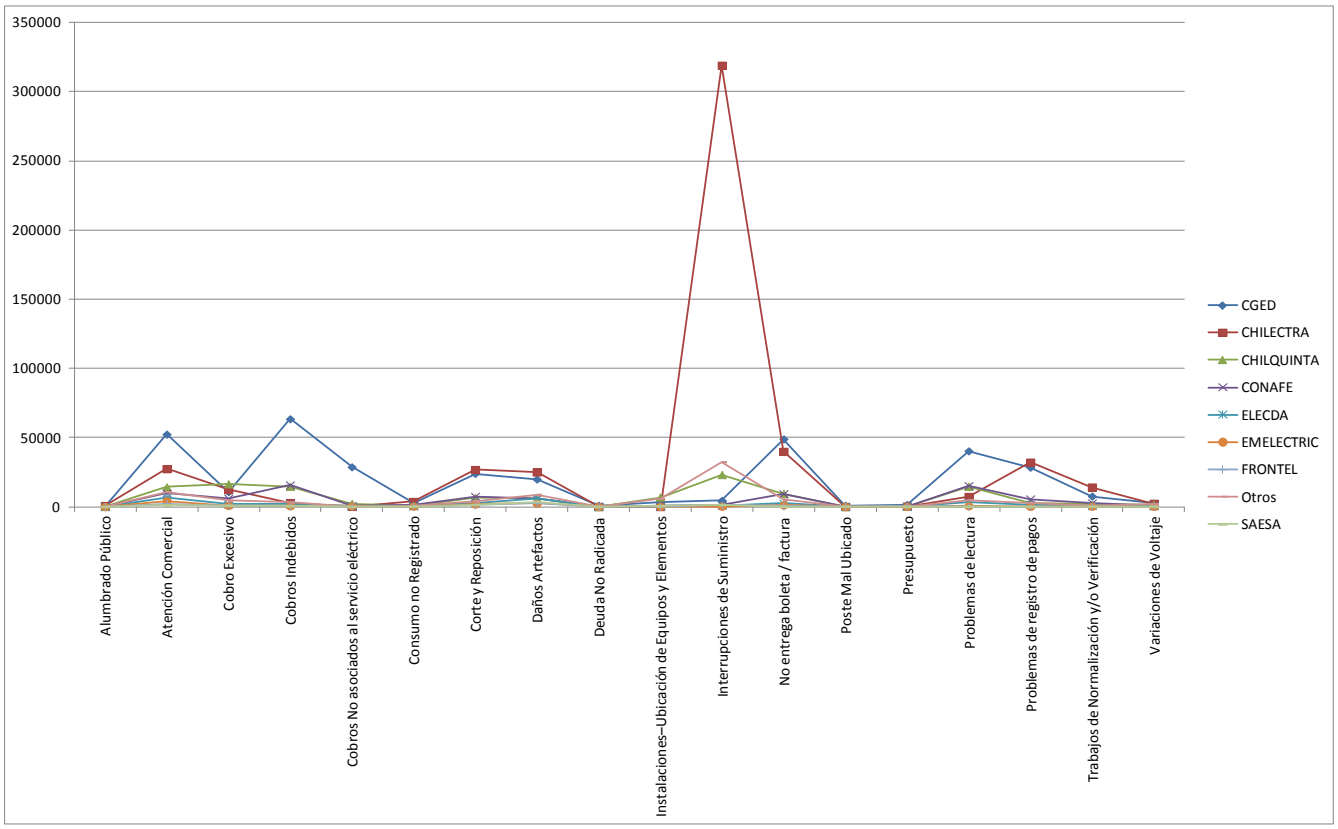


Grafico 20: Tipologías más reclamadas en 8 concesionarias con mayor número de clientes

Este listado preliminar de tipologías más usadas, entrega zonas sobre las que se puede trabajar para mejorar en distintos aspectos, más administrativos algunos, más técnicos en otros.

En el siguiente capítulo se explica el procedimiento a seguir para las atenciones en general y específicamente para los reclamos, en las unidades responsables.

4.2 Procesos y Procedimientos de Atención Escrita

En este punto, describiremos el cómo se administra al interior de la organización, todo lo relacionado a los reclamos de clientes.

En general, la atención comercial con cualquier usuario (cliente o no cliente) se puede representar de la siguiente forma.

Ilustración 7: Esquema del proceso de interacciones con los clientes

Fuente: Elaboración Propia

Cualquier canal de comunicación es válido para consultar, denunciar, solicitar y/o reclamar.

Cada comunicación se registra en un sistema informático interno, que asocia esa interacción con el cliente, de tal forma que quede en su histórico y pueda ser posteriormente ser consultado.

Dependiendo del tipo de interacción es posible que estas se cierren inmediatamente, puesto que es información que se entregó en el mismo instante, dejando al cliente completamente atendido.

En caso que la interacción no quede resuelta, podemos estar frente a una solicitud o un reclamo. En ambos casos, existe una lista de tipologías (Motivo Cliente – Motivo Empresa) que son seleccionadas por quién está atendiendo el pedido, de acuerdo a lo que el cliente manifiesta, para que sea creada en los sistemas las denominadas "ordenes genéricas" y "REC". Estos objetos tiene por función trasladar ese requerimiento o reclamo a grupos responsables que analizarán y emitirán una resolución, por ejemplo: facturación, corte y reposición, disciplina de mercado, mantenimiento, morosidad, etc.

Posteriormente, cada solicitud o reclamo es cerrado con la solución, explicación, envío de información, etc. que es entregada al cliente por el canal que preferentemente usó para comunicarse.

En la siguiente tabla se presenta la totalidad de las tipologías que existen por tipo de interacción. Los números representan la cantidad de subtipos de motivos que existe en cada tipología.

Tabla 12: Cantidad de subtipos de interacciones en cada grupo de atención

Rótulos de fila	Consulta	Denuncia	Reclamo	Solicitud	Total general
AGENDAMIENTO CITAS OFICINAS COMERCIALES			3	9	12
ALARMAS	7		1	6	14
ATENCION ALUMBRADO PUBLICO	4	6	2	5	17
ATENCION EMERGENCIA	4		5	31	40
ATENCION RDU			3	20	23
CALIDAD CANALES DE ATENCION	2		13	50	65
CALIDAD DE SUMINISTRO	16	6	6	51	79
CIERRE COMERCIAL	1				1
CORTE Y REPOSICION / MOROSIDAD	40	12	11	24	87
DISCIPLINA DE MERCADO	4	25	10	38	77
ECOCHILECTRA	9		1	6	16
ECOENERGIAS COMUNIDADES LICIT Y PYMES	14		2	19	35
FACTURACION	64		16	45	125
FULL ELECTRIC	13		1		14
GENERACION RESIDENCIAL	12				12
IRREGULARIDAD LECTURA	25	8	8	51	92
LECTURA	36		11	54	101
MEDICION TELEMEDIDA	36		9	47	92
MEDIDOR INTELIGENTE	38				38
MUNDO ACTIVA	1				1
OTROS	16		5	5	26
PRODUCTOS HOGAR	13		5	92	110
RECAUDACION	49	10	14	34	107
REFACTURACION			79	668	747
REFACTURACION INMEDIATA	28		7	21	56
REPARTO	19	7	4	2	32
SEGUROS	23		1		24
SERVICIO COMUN	10		8	30	48
SERVICIOS HOGAR	50	6	5	15	76
SOPORTE INTERNET	33		1	11	45
VENTAS TRADICIONALES	60		19	22	101
Total general	**627**	**80**	**250**	**1.356**	**2.313**

Ahora bien, específicamente el Área de relación con clientes, administra los reclamos y/o solicitudes llegadas por vía escrita: email, cartas, formulario oficina. Por tanto, dentro del proceso interviene principalmente en la revisión administrativa del caso, la gestión de lo pedido con otras áreas y la elaboración de la respuesta final al cliente y/o autoridades.

Ilustración 8: Subactividades del proceso de interacciones destacadas

Fuente: Elaboración propia

Todo lo anteriormente mencionado y con más detalle aún está plasmado en el Procedimiento GC-ATE-P.09. Atención Comercial: Ingreso, Gestión y Respuesta.

5 LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS

En este capítulo se desplegarán todos los datos que serán usados para calcular los índices del año 2017, de tal forma de ver su evolución y poder tomar algunas acciones antes que termine el año.

5.1 Interacciones de los últimos 12 meses

A continuación, la cantidad de Interacciones, reclamos, consultas, denuncias y solicitudes por canal de contacto los últimos 12 meses.

Tabla 13: Información mensual enviada a SEC de las interacciones con clientes Chilectra

SEPTIEMBRE 2015

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	34	6.517	488	34.481	**41.520**	**0,08%**
Atención Telefónica	15.134	22.331	2.087	98.865	**138.417**	**10,9%**
Web	376	344	88	1.457	**2.265**	**16,6%**
Cartas/ Of.Partes	269	184	169	166	**788**	**34,1%**
SERNAC	144	6	0	0	**150**	**96%**
SEC	543	32	0	0	**575**	**94%**
Total por tipo	**16.500**	**29.414**	**2.832**	**134.969**	**183.715**	**9%**

	Interacciones
Visitas WEB	373.637
Email	1.992
Facebook	139
Total mes	**375.768**

OCTUBRE 2015

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	44	8.102	604	38.683	**47.433**	**0,09%**
Atención Telefónica	14.209	24.805	2.020	93.395	**134.429**	**10,6%**
Web	228	448	0	1.937	**2.613**	**8,7%**
Cartas/ Of.Partes	303	63	92	111	**569**	**53,3%**
SERNAC	127	0	0	0	**127**	**100%**
SEC	549	0	0	0	**549**	**100%**
Total por tipo	**15.460**	**33.418**	**2.716**	**134.126**	**185.720**	**8%**

	Interacciones
Visitas WEB	470.911
Email	3.271
Facebook	136
Total mes	**474.318**

NOVIEMBRE 2015

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	34	8.753	635	42.184	**51.606**	**0,07%**
Atención Telefónica	9.791	23.464	2.086	84.378	**119.719**	**8,2%**
Web	175	477	0	1.561	**2.213**	**7,9%**
Cartas/ Of.Partes	277	306	2	69	**654**	**42,4%**
SERNAC	108	2	1	0	**111**	**97%**
SEC	383	0	0	0	**383**	**100%**
Total por tipo	**10.768**	**33.002**	**2.724**	**128.192**	**174.686**	**6%**

	Interacciones
Visitas WEB	479.166
Email	2.108
Facebook	107
Total mes	**481.381**

DICIEMBRE 2015

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	15	7.728	565	40.195	**48.503**	**0,03%**
Atención Telefónica	12.723	24.255	2.248	78.042	**117.268**	**10,8%**
Web	182	356	0	1.264	**1.802**	**10,1%**
Cartas/ Of.Partes	194	393	0	89	**676**	**28,7%**
SERNAC	78	0	0	0	**78**	**100%**
SEC	279	0	0	0	**279**	**100%**
Total por tipo	**13.471**	**32.732**	**2.813**	**119.590**	**168.606**	**8%**

	Interacciones
Visitas WEB	449.235
Email	2.256
Facebook	135
Total mes	**451.626**

ENERO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	28	8.713	560	37.282	**46.583**	**0,06%**
Atención Telefónica	13.026	23.745	1.540	100.407	**138.718**	**9,4%**
Web	223	366	62	1.607	**2.258**	**9,9%**
Cartas/ Of.Partes	259	231	0	143	**633**	**40,9%**
SERNAC	122	0	0	0	**122**	**100%**
SEC	333	0	0	0	**333**	**100%**
Total por tipo	**13.991**	**33.055**	**2.162**	**139.439**	**188.647**	**7%**

	Interacciones
Visitas WEB	504.696
Email	2.179
Facebook	200
Total mes	**507.075**

FEBRERO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	35	8.087	558	38.631	**47.311**	**0,07%**
Atención Telefónica	9.232	20.664	8.952	63.435	**102.283**	**9,0%**
Web	205	347	41	1.374	**1.967**	**10,4%**
Cartas/ Of.Partes	234	248	0	133	**615**	**38,0%**
SERNAC	87	0	0	0	**87**	**100%**
SEC	373	0	0	0	**373**	**100%**
Total por tipo	**10.166**	**29.346**	**9.551**	**103.573**	**152.636**	**7%**

	Interacciones
Visitas WEB	441.069
Email	2.165
Facebook	124
Total mes	**443.358**

MARZO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	33	9.017	631	45.516	**55.197**	**0,06%**
Atención Telefónica	8.318	21.484	1.402	85.870	**117.074**	**7,1%**
Web	306	397	0	1.442	**2.145**	**14,3%**
Cartas/ Of.Partes	283	271	0	78	**632**	**44,8%**
SERNAC	89	1	0	1	**91**	**98%**
SEC	244	0	0	0	**244**	**100%**
Total por tipo	**9.273**	**31.170**	**2.033**	**132.907**	**175.383**	**5%**

	Interacciones
Visitas WEB	478.007
Email	2.431
Facebook	475
Total mes	**480.913**

ABRIL 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	35	9.340	558	39.018	**48.951**	**0,07%**
Atención Telefónica	48.035	26.109	3.084	79.072	**156.300**	**30,7%**
Web	690	409	0	1.781	**2.880**	**24,0%**
Cartas/ Of.Partes	229	258	29	59	**575**	**39,8%**
SERNAC	167	0	0	0	**167**	**100%**
SEC	481	0	0	0	**481**	**100%**
Total por tipo	**49.637**	**36.116**	**3.671**	**119.930**	**209.354**	**24%**

	Interacciones
Visitas WEB	514.024
Email	2.250
Facebook	294
Total mes	**516.568**

MAYO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	27	9.311	516	39.987	**49.841**	**0,05%**
Atención Telefónica	26.725	26.122	2.443	116.296	**171.586**	**15,6%**
Web	644	199	0	826	**1.669**	**38,6%**
Cartas/ Of.Partes	236	282	14	60	**592**	**39,9%**
SERNAC	168	0	0	0	**168**	**100%**
SEC	455	0	0	0	**455**	**100%**
Total por tipo	**28.255**	**35.914**	**2.973**	**157.169**	**224.311**	**13%**

	Interacciones
Visitas WEB	638.750
Email	1.820
Facebook	1.366
Total mes	**641.936**

JUNIO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	37	8.691	451	37.009	**46.188**	**0,08%**
Atención Telefónica	40.680	24.709	2.042	94.198	**161.629**	**25,2%**
Web	762	277	0	1.363	**2.402**	**31,7%**
Cartas/ Of.Partes	291	535	0	157	**983**	**29,6%**
SERNAC	148	0	0	0	**148**	**100%**
SEC	481	0	0	0	**481**	**100%**
Total por tipo	**42.399**	**34.212**	**2.493**	**132.727**	**211.831**	**20%**

	Interacciones
Visitas WEB	574.348
Email	2.241
Facebook	1.107
Total mes	**577.696**

JULIO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	32	8.932	440	39.889	**49.293**	**0,06%**
Atención Telefónica	35.359	25.882	2.456	105.670	**169.367**	**20,9%**
Web	843	387	0	635	**1.865**	**45,2%**
Cartas/ Of.Partes	319	340	0	265	**924**	**34,5%**
SERNAC	145	0	0	0	**145**	**100%**
SEC	530	0	0	0	**530**	**100%**
Total por tipo	**37.228**	**35.541**	**2.896**	**146.459**	**222.124**	**17%**

	Interacciones
Visitas WEB	623.717
Email	2.175
Facebook	1.444
Total mes	**627.336**

AGOSTO 2016

	Reclamos	Solicitudes	Denuncias	Consultas	Total general	% Rec del Total
Atención Presencial	32	9.675	671	43.838	**54.216**	**0,06%**
Atención Telefónica	29.004	23.638	5.265	89.079	**146.986**	**19,7%**
Web	811	436	0	1.035	**2.282**	**35,5%**
Cartas/ Of.Partes	403	447	0	158	**1.008**	**40,0%**
SERNAC	147	7	0	0	**154**	**95%**
SEC	517	0	0	0	**517**	**100%**
Total por tipo	**30.914**	**34.203**	**5.936**	**134.110**	**205.163**	**15%**

	Interacciones
Visitas WEB	584.211
Email	2.118
Facebook	1.253
Total mes	**587.582**

La información de las tablas precedentes, corresponde a la información que mensualmente exige la autoridad, y representa todos los volúmenes de interacción con los clientes por cualquier tipo de canal. Su representación gráfica es la siguiente:

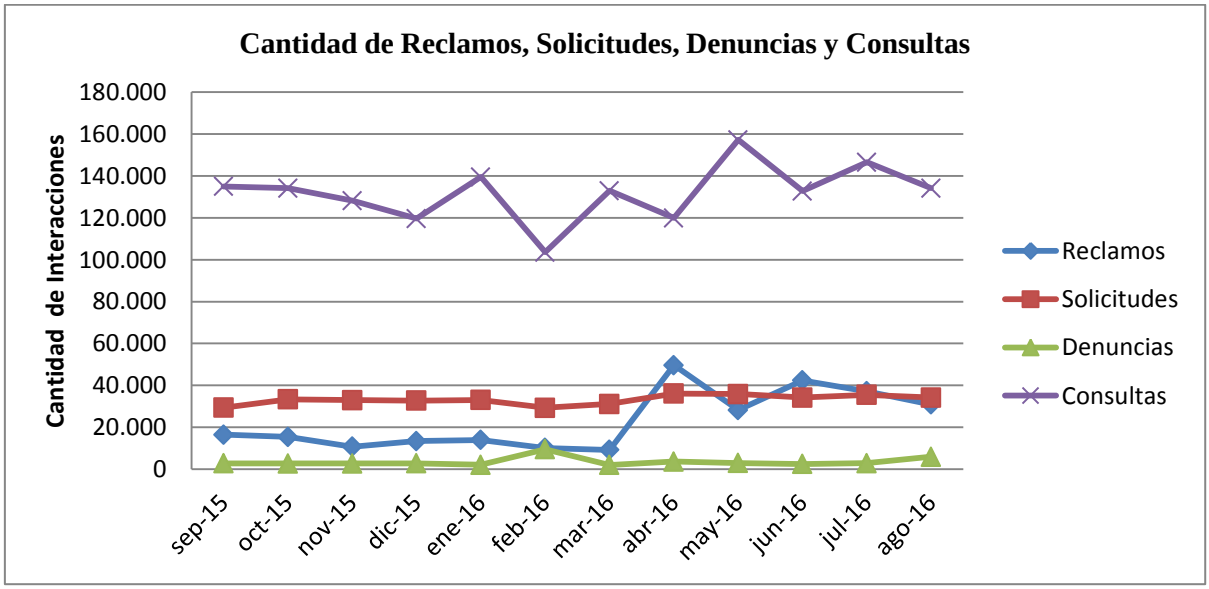


Grafico 21: Cantidad de Interacciones mensual

Cabe mencionar que, durante el mes de abril se produjo un aumento en la cantidad de reclamos debido a un cambio de sistemas, que también incluyó un cambio en la redefinición de algunos criterios, situación que hizo subir el ítem y bajar el de Consultas.

Ahora bien, aislando absolutamente el ítem reclamos y considerando cuanto representan respecto al total de interacciones, se obtiene la siguiente gráfica:

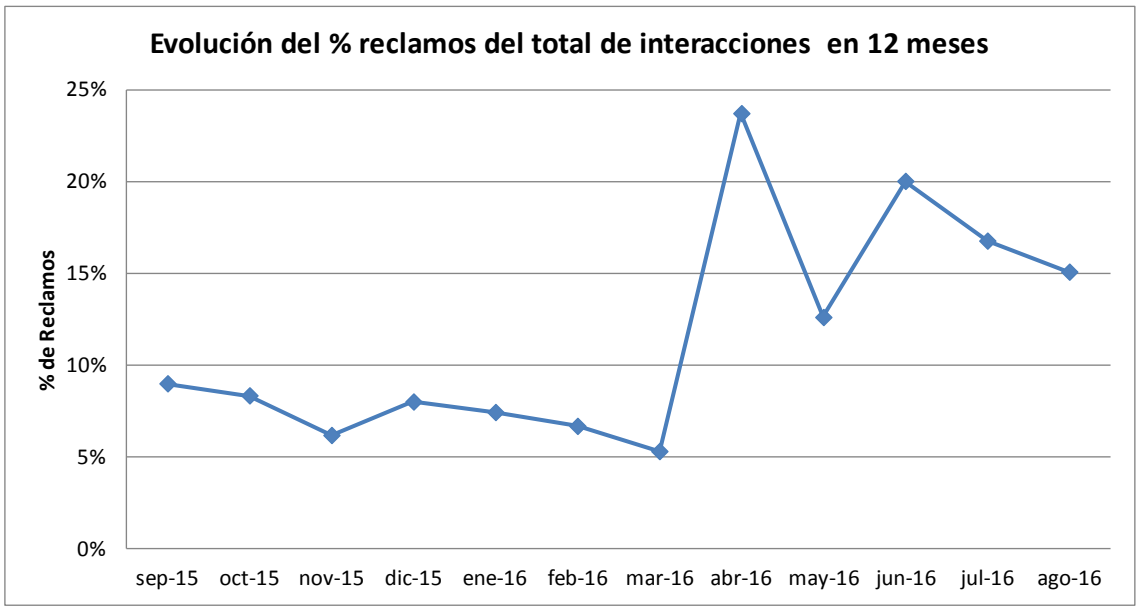


Grafico 22: Porcentaje de reclamadas del total de interacciones año 2016

Lo interesante de aislar este ítem, es que éste será el volumen de datos relevante para el cálculo de uno de los índices próximos a lanzarse, en el nuevo escenario que plantea la autoridad.

5.2 Tipologías más usadas en los últimos 12 meses

Respecto ahora, a la cantidad de reclamos ingresados por cualquier canal, desplegados por tipología, durante los últimos 12 meses el escenario es el siguiente:

Tabla 14: Tipologías más usadas en los reclamos mensualmente.

Motivo Cliente	sep 2015	oct 2015	nov 2015	dic 2015	ene 2016	feb 2016	mar 2016	abr 2016	may 2016	jun 2016	jul 2016	ago 2016	Total
ATENCION EMERGENCIA	15.083	14.132	9.764	12.701	13.024	9.223	8.318	48.035	26.706	40.684	35.350	29.004	**246.941**
FACTURACION	591	573	416	305	327	270	362	544	631	704	871	916	**5.919**
CALIDAD DE SUMINISTRO	310	233	150	108	161	265	105	383	215	281	253	171	**2.325**
OTROS	113	97	65	62	102	70	92	257	240	253	266	247	**1.751**
DISCIPLINA DE MERCADO	109	127	146	115	137	104	101	136	122	95	92	149	**1.324**
LECTURA	69	82	49	24	40	39	68	54	58	72	54	85	**625**
CORTE Y REPOSICION / MOROSIDAD	50	42	40	29	39	41	66	72	52	63	79	100	**623**
VENTAS TRADICIONALES	55	42	25	35	33	21	43	44	61	66	55	62	**487**
CALIDAD CANALES DE ATENCION	38	36	31	20	34	35	32	26	60	53	43	33	**403**
MEDICION TELEMEDIDA	18	19	25	20	27	24	25	17	21	26	42	30	**276**
RECAUDACION	20	18	18	16	19	20	13	16	21	19	14	20	**194**
REPARTO	7	14	8	7	12	18	12	15	8	18	20	18	**150**
ATENCION ALUMBRADO PUBLICO	6	7	2	4	2	1	1	6	20	36	44	27	**150**
SEGUROS	5	6	6	6	16	6	12	7	15	12	9	9	**104**
PRODUCTOS HOGAR	16	10	4	5	9	13	8	8	12	3	8	7	**87**
SERVICIOS HOGAR	2	3	8	6	5	9	7	8	2	6	9	7	**70**
SOPORTE INTERNET	4	3	4	3		4	3	1	5	4	6	3	**36**
SERVICIO COMUN	2	7	7	3	3		1	5	5	1	1	3	**36**
MEDIDOR INTELIGENTE										1	8	17	**26**
ATENCION RDU	2	8			1	2	1	1		1	4	3	**21**
IRREGULARIDAD LECTURA		1		1			3	2					**7**
GENERACION RESIDENCIAL				1		1						2	**4**
REFACTURACION INMEDIATA									1	1		1	**3**
Total general	**16.500**	**15.460**	**10.768**	**13.471**	**13.991**	**10.166**	**9.273**	**49.637**	**28.255**	**42.399**	**37.228**	**30.914**	**261.562**

Es relevante revisar el detalle de reclamos por tipologías, para concentrar las propuestas de mejoras o cambios en los principales tópicos.

Al graficar los motivos más acusados y los que se llevan el 99% del volumen de reclamos, se obtiene:

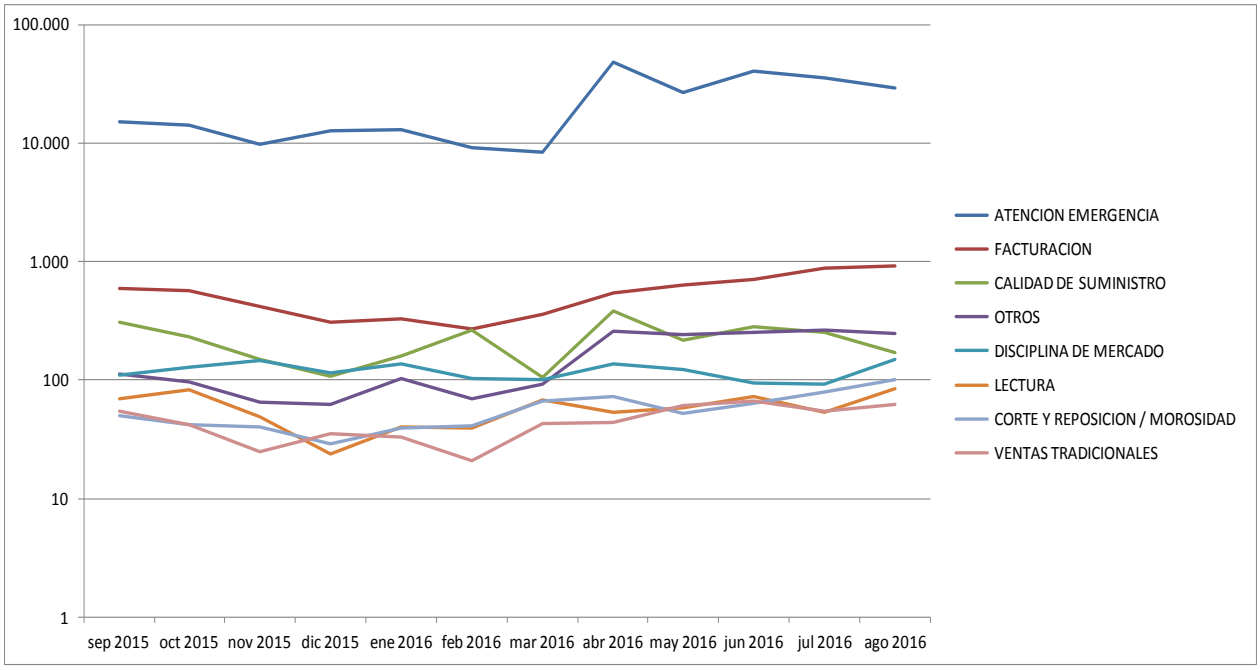


Grafico 23: Cantidad de reclamos por tipologías los últimos 12 meses

5.3 Evolución de los casos SEC en los últimos 12 meses y su puntaje ranking

Respecto ahora, a la cantidad de reclamos ingresados a través de la plataforma SEC, siendo estos casos relevantes para los actuales índices y los futuros, obtenemos:

Tabla 15: Porcentaje de reclamos SEC sobre el total de reclamos

Meses	casos SEC	% SEC
sep-15	543	3,29%
oct-15	549	3,55%
nov-15	383	3,56%
dic-15	279	2,07%
ene-16	333	2,38%
feb-16	373	3,67%
mar-16	244	2,63%
abr-16	481	0,97%
may-16	455	1,61%
jun-16	481	1,13%
jul-16	530	1,42%
ago-16	517	1,67%

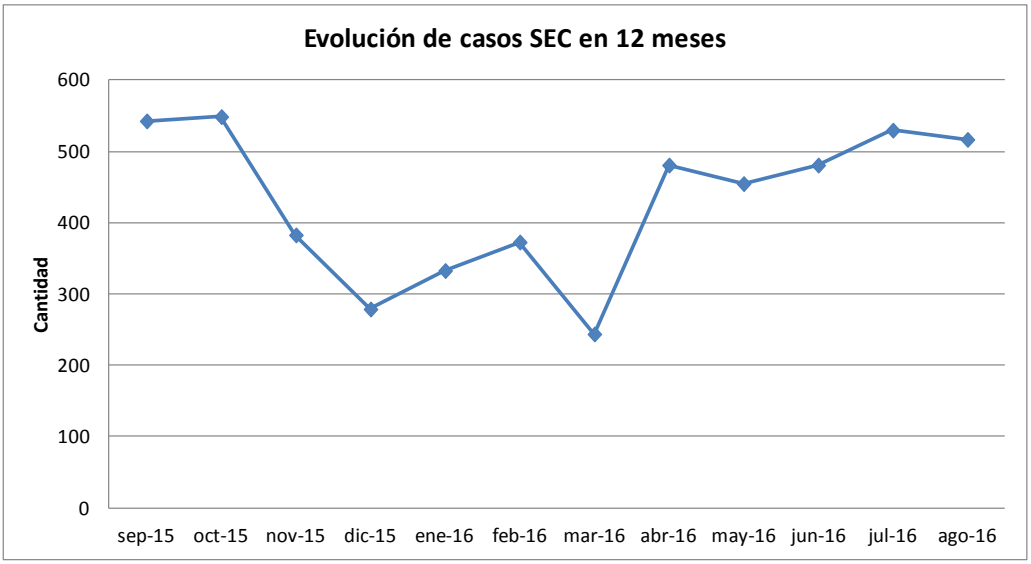


Grafico 24: Porcentaje de reclamadas del total de interacciones año 2016

El gráfico muestra el efecto estacional, puesto que los reclamos SEC suben especialmente en la época invernal, afectado principalmente por las interrupciones del suministro.

El puntaje a la fecha por tipología desde diciembre 2015, es el siguiente:

Tabla 16: Tipologías más usadas de en los reclamos mensualmente.

Suma de PUNTAJE RECLAMO	Rótulos de columna		
Rótulos de fila	**Ha Lugar**	**Parcialmente Ha Lugar**	**Total general**
Alumbrado Público	5.000		5.000
Presupuesto	5.000		5.000
Problemas de Registro de Pagos	9.000		9.000
Poste Mal Ubicado	14.000		14.000
No entrega boleta/factura	18.000		18.000
Daños a artefactos	20.000	3.000	23.000
Trabajos de Normalización y/o Verificación o Inspección	49.000		49.000
Corte y Reposición	54.000	5.400	59.400
Variación de Voltajes	35.000	25.200	60.200
Atención Comercial	84.000		84.000
Deuda No Radicada	108.900	86.400	195.300
Problemas de Lectura	63.000	140.400	203.400
Instalaciones (seguridad, operación y mantenimiento) - U	198.000	10.800	208.800
Consumo No Registrado	190.000	135.000	325.000
Cobros Indebidos	324.000	54.000	378.000
Cobro excesivo	369.000	168.480	537.480
Interrupción de Suministro	720.000	27.000	747.000
Total general	**2.265.900**	**655.680**	**2.921.580**

5.4 Nuevo escenario para índice de reclamos

5.4.1 Propuesta Índice Ranking (SEC)

Respecto al cálculo del Ranking, de acuerdo a la inminente nueva "Propuesta de Índices de Reclamos a Integrar el Ranking Anual de Calidad de Servicio", y usando los datos actuales (período de diciembre a noviembre de cada año), el índice para nuestro caso sería:

Tabla 17: Cálculo de los próximos índices de calidad

		Mejor empresa	Nota Chilectra	% Nota	% Item	% Ranking	% Aporte Ranking
Indices de calidad	Indices de calidad	9,870	8,820	89%	100%	50%	45%
encuesta	ECSE	9,888	8,309	84%	100%	25%	21%
reclamos	Trasferencia de reclamos 1° Piso	0,004	0,004	100%	20%	5%	1,00%
	Trasferencia de reclamos 2° Piso	0,444	0,444	100%	30%	8%	2,40%
	Cambio resolución en SEC	0,104	0,104	100%	50%	12%	6,00%
						100%	**75,09%**

Donde:

1.- Indices de Calidad = Corresponden a los resultados técnicos de continuidad de suministro medidos e informados a SEC, este dato corresponde a la nota obtenida por Chilectra en el proceso 2015 ya que los resultados 2016 aún no son publicados, la mejor empresa en este periodo por este concepto fue Til-Til con un 9,87.

Considerando la mejor empresa como 100%, la nota de Chilectra representa un 89% de este valor, considerando que este ítem tiene una ponderación del 50% del total de la nota la que en la propuesta no está indicada (hasta 10 o hasta 7) se expresó en porcentaje, representando un 45% de la nota final.

2.- Encuesta ECSE = Corresponde a los resultado de la encuesta de calidad solicitado por SEC a las distintas distribuidoras, los resultados de la encuesta aún no han sido publicados, pero los datos extraoficiales indican Chilectra obtendría un 8,309 y la mejor empresa es “Luz Parral” con una nota de 9,888.

Considerando la mejor empresa como 100%, la nota de Chilectra representa un 84% de este valor, considerando que este ítem tiene una ponderación del 25% del total de la nota la que en la propuesta no está indicada (hasta 10 o hasta 7) se expresó en porcentaje, representando un 21% de la nota final.

3.- Reclamos = Este índice se divide en tres ítems, excluyendo expresamente los casos asociados a interrupciones de suministro:

Transferencia de reclamos 1° Piso (reclamos formales/total de clientes)

Transferencia de reclamos de 2° Piso (solicitudes de información/reclamos formales)

Cambio resolución en SEC (of Ha favor y parcialmente Ha favor/solicitudes de información), datos para estos índices son los siguientes.

Tabla 18: Cantidad de reclamos de 1er y 2do piso mensual

Reclamos Formales	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	Total
Interrupción	12.723	13.026	9.232	8.318	48.035	26.725	40.680	35.359					194.098
2° piso	279	333	373	244	481	455	481	530					3.176
1° Piso	469	632	561	711	1.121	1.075	1.238	1.339					7.146
Total	13.471	13.991	10.166	9.273	49.637	28.255	42.399	37.228	0	0	0	0	204.420

Tabla 19: Ponderaciones por puntaje de reclamos de 2do piso

Of. Ord. o Res. Exe.	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	Total
Ha lugar	0	3	33	31	25	70	26	37					225
Parcial	0	1	18	16	22	109	25	19					210
No ha lugar	0	5	62	57	65	109	103	64					465
Total	0	9	113	104	112	288	154	120	0	0	0	0	900

3.1.- Tasa de transferencia de reclamos a empresa desde los puntos de consumo (1° piso) = Este índice corresponde a los reclamos formales ingresados entre diciembre 2015 y julio 2016, sin considerar los reclamos por interrupción de suministro ni las solicitudes de información de la SEC (reclamos 2°piso), divido por el total de clientes al 31 de julio de 2015 los que fueron informados vía proceso STAR para la selección de los clientes para la encuesta ECSE 1.735.715 clientes.

Considerando la mejor empresa como 100%, la nota de Chilectra representa un 100% de este valor, puesto que no hay historia previa de este índice. Además este ítem tiene una ponderación del 5% del total de la nota la que en la propuesta no está indicada (hasta 10 o hasta 7) y un 20% del ítem Reclamos, se expresó en porcentaje representando un 1% de la nota final.

3.2.- Tasa de transferencia de reclamos a SEC desde empresa (2° Piso) = Este índice corresponde a las solicitudes de información de la SEC (reclamos 2°piso), dividas por los reclamos formales ingresados entre diciembre 2015 y julio 2016, sin considerar los reclamos por interrupción de suministro.

Considerando la mejor empresa como 100%, la nota de Chilectra representa un 100% de este valor, puesto que no hay historia previa de este índice. Además este ítem tiene una ponderación del 8% del total de la nota la que en la propuesta no está indicada (hasta 10 o hasta 7) y un 30% del ítem Reclamos, se expresó en porcentaje representando un 2% de la nota final.

3.2.- Tasa de cambio de resolución de reclamos recibidos en SEC (considera Ha lugar, Parciamente ha lugar) = Este índice corresponde a las solicitudes de información resueltas por SEC como Ha lugar y Parcialmente ha lugar, divididas por las solicitudes de información entre diciembre 2015 y julio 2016, sin considerar los reclamos por interrupción de suministro.

Considerando la mejor empresa como 100%, la nota de Chilectra representa un 100% de este valor, puesto que no hay historia previa de este índice. Además este ítem tiene una ponderación del 12% del total de la nota la que en la propuesta no está indicada (hasta 10 o hasta 7) y un 50% del ítem Reclamos, se expresó en porcentaje representando un 6% de la nota final.

Finalmente, según los cálculos propuestos Chilectra tendría el 75% de la nota total de calidad (calidad de suministro, ECSE y reclamos), que en relación a una asignación de 1 a 10, resulta en 7,51, por debajo de lo históricamente logrado.

Por último, de mantener el sistema de puntaje de reclamos del 2015, Chilectra a septiembre considerando los oficios y las resoluciones exentas tiene acumulado 2.921.580 puntos.

Tabla 20: Cantidad de puntaje por tipo de resolución

Rótulos de fila	Suma de PUNTAJE RECLAMO
Ha Lugar	2.265.900
No Ha Lugar	0
Parcialmente Ha Lugar	655.680
Total general	**2.921.580**

5.4.2 Propuesta Índice Calidad (CNE)

En este caso, si bien es posible calcular indicadores con la información base histórica que existe, se ha determinado que este escenario es aún muy lejano y se encuentra en etapa de desarrollo, sin historia comparativa con la industria que sirva para evaluarse con el resto de las concesionarias.

Por otro lado, el documento además incluye una descripción de la etapa de implementación, que se considerará de entre 1 a 3 años desde el momento de la publicación oficial, estimando que la primera etapa durará un año y será el período en que las empresas distribuidoras deberán desarrollar los planes de inversión para adecuar su infraestructura de tal forma que posibilite el cumplimiento de las exigencias de calidad que emanan del documento.

Es por esto que, nos atrevemos a indicar que para efectos de este estudio no será relevante este nuevo escenario, por tanto no se realizarán o mostrarán cálculos relacionados.

6 ANÁLISIS Y PROPUESTAS

A través del presente documento, se han procurado explicar los índices que miden la calidad de servicio en la industria de la distribución de energía eléctrica en Chile, y exponer cómo han evolucionado estas mediciones particularmente para una de las empresas concesionarias más grandes del país, como es Chilectra S.A.

Como se ha planteado en los capítulos anteriores, año a año la evolución de la nota ranking ha ido empeorando, especialmente fuerte fue la caída en la posición el año 2015, donde llegó al lugar 24 de un total de 34 concesionarias. Los índices para este año 2016, a pesar de no ser oficiales aún, no se ven mejor aspectados. La tabla 11 del capítulo 4, muestra esta realidad. Entonces ¿qué hacer para influir en ese índice positivamente?, desde la posición de un área que no puede intervenir en la elaboración y/o realización de la encuesta anual ECSE?, o inmiscuirse en los planes de mantenimiento de las áreas técnicas para intentar mejorar los índices de continuidad de suministro?, lo que queda entonces es trabajar sobre los reclamos de los clientes, para lograr influir en lo que hoy representa el 12,5% del total de la nota ranking, o en lo que podría corresponder al 25% de la nota total una vez que entre en vigencia el nuevo cálculo de los índices.

Es por lo anteriormente expuesto que, se dividirán las propuestas de mejoras en dos tipos: De corto plazo, abordando la situación actual sin cambios, y por otro lado, las de mediano plazo, indicando las acciones y actividades para el escenario inminente.

6.1 Propuesta de corto plazo, escenario actual

Si se trata de revisar en detalle cuál es el punto con mayor influencia en el índice de reclamos hoy, este corresponde al puntaje que la autoridad le asigna a los reclamos de 2do piso. Para estos casos el plan de acción es el siguiente:

1. Trabajar en la satisfacción del cliente, sobre la respuesta a los reclamos de primer piso, de tal forma de evitar que estos casos sigan evolucionando hasta que lleguen a ser ingresados en la web de SEC por disconformidad y se conviertan en reclamos de segundo piso. Para esto es necesario revisar las tipologías más reclamadas en los últimos 12 meses, identificando los subtipos sobre los cuales se debe trabajar.

Tabla 21 Detalle de subtipo en las tres tipologías más usadas

Motivo Cliente	sep 2015	oct 2015	nov 2015	dic 2015	ene 2016	feb 2016	mar 2016	abr 2016	may 2016	jun 2016	jul 2016	ago 2016	Total
FACTURACION	591	573	416	305	327	270	362	544	631	704	871	916	**5.919**
cargo en boleta	513	487	369	272	301	249	331	488	542	655	815	875	**5.384**
% del total	**87%**	**85%**	**89%**	**89%**	**92%**	**92%**	**91%**	**90%**	**86%**	**93%**	**94%**	**96%**	
CALIDAD DE SUMINISTRO	310	233	150	108	161	265	105	383	215	281	253	171	**2.325**
Artefactos dañados				49		189	65		107	134		79	**623**
Cortes Reiterados	205	139	77		89			223			118		
% del total	**66%**	**60%**	**51%**	**45%**	**55%**	**71%**	**62%**	**58%**	**50%**	**48%**	**47%**	**46%**	
DISCIPLINA DE MERCADO	109	127	146	115	137	104	101	136	122	95	92	149	**1.324**
Cargo Consumo No Registrado	87	110	120	93	120	92	82	106	97	71	63	118	**1.072**
% del total	**80%**	**87%**	**82%**	**81%**	**88%**	**88%**	**81%**	**78%**	**80%**	**75%**	**68%**	**79%**	

Se han descontado los casos de atención de emergencia, por tratarse de llamadas al call center reclamando el no contar con suministro, situación que se resuelve rápidamente en las siguientes 2 a 4 horas en la mayoría de los casos.

Tampoco se revisarán los casos “otros” puesto que es una agrupación de muchos pequeños subtipos de reclamos que realizan los clientes.

Tomando entonces las próximas 3 tipologías más denunciadas: Facturación, Calidad de suministro y Disciplina de mercado, las siguientes subclasificaciones que capturan la mayor cantidad de reclamos, independiente de la vía de ingreso,

corresponden a cuatro categorías, las que deben atacarse de diferentes formas, puesto que se generan por distintos motivos. Entonces:

- Facturación – Cargo en Boleta: Cuando un cliente reclama por algún concepto que se le está cobrando en su boleta de suministro, cualquiera sea éste, es necesario que el asistente que lo está atendiendo tenga pleno conocimiento de que significa cada una de las líneas que componen una boleta. Este conocimiento debe ser entregado a cualquier nuevo asistente, y refrescado periódicamente a través de capacitaciones mensuales de corta duración. Es fundamental que se privilegie la calidad de la atención, aunque esto implique más tiempo dedicado a cada cliente, por sobre la cantidad de interacciones que se reciban o atiendan. Cuando un cliente recibe una buena explicación, bien argumentada acerca de un reclamo, o se conviene con él una solución en un tiempo determinado definido, en caso que efectivamente exista un error en algún concepto de cargo, la probabilidad de que ese reclamo escale a una instancia superior es mucho menor.

Por otro lado y respecto a los casos que se reciben y administran por medio escrito, para aumentar la satisfacción de atención de esos clientes, se sugiere en los casos que sea posible, hacer un contacto telefónico explicando la resolución del caso, adicional a la carta respuesta que debe emitirse siempre para estas vías de ingreso. El objetivo es que la carta sólo formalice la resolución previamente explicada, y que no sea el explicativo en sí, evitando con esto que la lectura se mal interprete o simplemente no sea comprensible para el reclamante.

- Calidad de Suministro – Artefactos Dañados: Corresponde a eventos eléctricos que han ocasionado algún daño en los artefactos y/o instalación interior del cliente, los que dependiendo del origen de la afectación, la empresa asume responsabilidad y se hace cargo de las reparaciones correspondientes. Es entonces cuando el origen de la afectación está relacionada con acción de terceros (ej:actos vandálicos) o catalogado como fuerza mayor (eventos climáticos extraordinarios), la empresa no responde por ningún daño, lo que claramente es incomprensible para el cliente, puesto que para él la empresa suministradora es Chilectra y por tanto la responsable de todas las afectaciones a su continuidad de suministro.

En estos casos se sugiere revisar la lista de situaciones que se han definido como compensables o no, puesto que existe una componente de política comercial detrás y otra asociada a una cierta interpretación de la ley, acerca de lo que se entiende por fuerza mayor.

- Calidad de Suministro – Cortes Reiterados: Si bien esta subtipología está asociada a situaciones técnicas, es decir a intermitencias percibidas en el suministro eléctrico, variaciones de voltaje y otras, y sobre las cuales un asistente comercial poco o nada podría resolver, si es posible que este atendedor comprometa acciones relacionadas, en plazos definidos con un llamado final informando los resultados de estas revisiones técnicas, dando por cerrada la atención y cumpliendo con el reclamante el compromiso adquirido en la primera interacción.
- Disciplina de Mercado – Consumos No Registrados: Esta subtipología es algo distinta a las explicadas anteriormente, se trata de un cargo relacionado a un consumo que siendo efectivamente realizado, no fue registrado por el medidor

de la instalación, ya sea porque el equipo sufrió una falla que lo dejo inutilizable o porque ha sido intencionalmente intervenido para que no registre, lo que también se denomina “Hurto de Energía”.

Estos casos son algo más complejos, porque en muchos de ellos está en entredicho la honestidad del cliente, sin embargo, investigando un poco más, una de las cosas que más genera reclamos, es el desfase temporal que existe entre la notificación que se realiza en terreno de esta situación y el momento en que se efectúa el cargo en la boleta, donde pueden pasar fácilmente 6 meses. Esto provoca desde olvido de parte del notificado, hasta el desconocimiento del actual usuario del suministro, puesto que en el intertanto hubo cambio de arrendatarios, cambio de dueños, o de usuarios finales del servicio. En este caso entonces, es muy relevante revisar los procesos involucrados al interior de la Unidad que administra estos casos, para sugerir acciones que acorten los plazos entre la notificación y el cargo, y no perder así la oportunidad de lo inmediato, o más bien evitar la generación de este tipo de casos que ni siquiera deberían llegar a crearse.

2. Por otro lado y una vez que los reclamos ya fueron ingresados a SEC, es decir ya son casos de 2do piso; y considerando que todos estos son atendidos en una misma Unidad, es posible con mayor facilidad establecer una política de acción para algunos de ellos. Sin embargo, ¿Cuánto valdría trabajar sobre por ejemplo las 4 tipologías con mayor puntaje asociado, que representan el 68% del total de puntaje asignado?.

Tabla 22: Puntaje asignado y cantidad de reclamos por tipología.

	Ha Lugar		Parcialmente Ha Lugar		Total Suma de PUNTAJE RECLAMO	Total Cuenta de TIPO CONSUMO	
Etiquetas de fila	Suma de PUNTAJE RECLAMO	Cuenta de TIPO CONSUMO	Suma de PUNTAJE RECLAMO	Cuenta de TIPO CONSUMO			% Tipo/ Total
Alumbrado Público	5.000	1			5.000	1	0,17%
Presupuesto	5.000	1			5.000	1	0,17%
Problemas de Registro de Pagos	9.000	1			9.000	1	0,31%
Poste Mal Ubicado	14.000	2			14.000	2	0,48%
No entrega boleta/factura	18.000	2			18.000	2	0,62%
Daños a artefactos	20.000	4	3.000	1	23.000	5	0,79%
Trabajos de Normalización y/o Verifica	49.000	7			49.000	7	1,68%
Corte y Reposición	54.000	6	5.400	1	59.400	7	2,03%
Variación de Voltajes	35.000	5	25.200	6	60.200	11	2,06%
Atención Comercial	84.000	12			84.000	12	2,88%
Deuda No Radicada	108.900	13	86.400	16	195.300	29	6,68%
Problemas de Lectura	63.000	7	140.400	26	203.400	33	6,96%
Instalaciones (seguridad, operación y r	198.000	22	10.800	2	208.800	24	7,15%
Consumo No Registrado	190.000	38	135.000	45	325.000	83	11,12%
Cobros Indebidos	324.000	36	54.000	10	378.000	46	12,94%
Cobro excesivo	369.000	41	168.480	33	537.480	74	18,40%
Interrupción de Suministro	720.000	80	27.000	5	747.000	85	25,57%
Total general	**2.265.900**	**278**	**655.680**	**145**	**2.921.580**	**423**	

En este escenario, lo que serviría es conseguir que la autoridad falle en lo posible como "no ha lugar" cada reclamo o como máximo "parcialmente ha lugar" para obtener el menor puntaje posible. Entonces qué pasa si se logra atacar el 10% de los casos con mayor puntaje?, según el cálculo de la tabla adjunta, se conseguiría rebajar 198.748 puntos.

Tabla 23: Cálculo de puntaje a rebajar considerando el 10% de los casos

	Ha Lugar				Parcialmente Ha Lugar				
Etiquetas de fila	Suma de PUNTAJE RECLAMO	Cuenta de TIPO CONSUMO	10% Rebaja	10% Rebaja	Suma de PUNTAJE RECLAMO	Cuenta de TIPO CONSUMO	10% Rebaja	10% Rebaja	Total Suma de PUNTAJE RECLAMO
Alumbrado Público	5.000	1							5.000
Presupuesto	5.000	1							5.000
Problemas de Registro de Pagos	9.000	1							9.000
Poste Mal Ubicado	14.000	2							14.000
No entrega boleta/factura	18.000	2							18.000
Daños a artefactos	20.000	4							23.000
Trabajos de Normalización y/o Ver	49.000	7							49.000
Corte y Reposición	54.000	6							59.400
Variación de Voltajes	35.000	5							60.200
Atención Comercial	84.000	12							84.000
Deuda No Radicada	108.900	13							195.300
Problemas de Lectura	63.000	7							203.400
Instalaciones (seguridad, operación	198.000	22							208.800
Consumo No Registrado	190.000	38	4	19.000	135.000	45	5	13.500	325.000
Cobros Indebidos	324.000	36	4	32.400	54.000	10	1	5.400	378.000
Cobro excesivo	369.000	41	4	36.900	168.480	33	3	16.848	537.480
Interrupción de Suministro	720.000	80	8	72.000	27.000	5	1	2.700	747.000
Total general	2.265.900	278			655.680	145			2.921.580
Rebaja				160.300				38.448	-198.748
									2.722.832

Y ahora, haciendo el ejercicio de recalcular la nota ranking con los datos del último año, se logra apenas subir unas cuantas décimas de puntos la nota final.

Tabla 24: Recalculo de Nota Reclamos

Puntaje Total Reclamos	5.297.420	5.098.672
N° Clientes	1.735.715	1.735.715

Menos 198.748 puntos

Nota ECSE Chilectra	8,309	8,309
Nota ECSE maxima (LUZ PARRAL)	9,888	9,888

RZ max	6,0030	6,0030
RZ	3,0520	2,9375
fr	4,9159	5,1066
fe	6,9821	6,9821

Nota Reclamos	**6,4656**	**6,5133**

En consecuencia, vemos que esta acción no aporta a mejorar efectiva y considerablemente la nota final del ranking, por lo tanto se sugiere orientar los esfuerzos en los reclamos de primer piso.

6.2 Propuesta de mediano plazo y/o escenario futuro

Acabamos de comprobar que, para influir considerablemente en la nota asignada a los reclamos, hay que centrar todos los esfuerzos en hacer que el primer inconveniente que manifieste el cliente por cualquier canal, sea resuelto en la primera atención o en su defecto en forma posterior, con un compromiso de plazo y cierre donde los asistentes comerciales informen el resultado final de la reclamación, asegurándose que se ha comprendido el tema completamente.

Esta definición, sigue siendo válida, y tomará mayor relevancia en el escenario próximo a publicarse, puesto que en los nuevos cálculos de índices de calidad, existe un ítem exclusivo para medir la totalidad de los reclamos de primer piso que reciban las distribuidoras en relación a la cantidad de suministros conectados que poseen.

Adicionalmente, y fuera del alcance de este estudio, quisiéramos mencionar una situación que está ocurriendo a nivel de empresa, relevante a considerar como una oportunidad para mejorar la calidad de la imagen para con los clientes, y es el cambio de marca que sufrirá la distribuidora. La marca “CHILECTRA” dejará de existir para comenzar a llamarse “ENEL DISTRIBUCIÓN”, cambio de nombre a partir del mes de diciembre, que se formalizará a través de publicidad, redes sociales, y por supuesto el cambio de imagen corporativa en la web, oficinas comerciales y en la boleta de suministro eléctrico.

Fundamental sigue siendo entonces la capacitación a todo el front-office de la Compañía, asistentes telefónicos, presenciales, no presenciales, etc.

La propuesta será entonces, que la unidad que concentra hoy la administración de los reclamos de segundo piso, se enfoque en rebajar los reclamos de primer piso de acuerdo a lo siguiente:

- Traspasar a la Unidad de Atención Escrita, la administración de las respuestas de los reclamos tipo “Traslado”, “Sernac” y “Solicitud de Fallas”, puesto que se trata de casos que pueden interpretarse como de primer piso y representan el 50% de la carga laboral de la Unidad de Relación con Autoridad.

Tabla 25: Cantidad de reclamos de segundo piso enero a octubre 2016

TIPOS DE RECLAMOS DE 2DO PISO	CUENTA CASOS
SOLICITUD DE INFORMACIÓN	2.120
SOLICITUD DE INFORME DE CUMPLIMIENTO	496
SOLICITUD DE RECURSO	114
TRASLADO DE RECLAMO	1.086
SOLICITUD DE FALLAS	1.953
SERNAC	1.413
OFICIOS ORDINARIOS	1.502
Total general	**8.684**

- Generar un plan de capacitación transversal a todas las áreas que tengan contacto con clientes, esto es: Call Center, Oficinas Comerciales, Atención Escrita, Página web y redes sociales, lo que implican alrededor de 200 asistentes comerciales. Identificando las subtipologías más usadas junto con el factor estacional en cada una de ellas, por ejemplo, típicamente cuando empieza el período de cobro por límite de invierno, las consultas y reclamos por este concepto aumentan.

El plan idealmente debe durar 6 meses, para cubrir la mayor parte de las situaciones que se produzcan por estacionalidad durante el año.

- En paralelo y a través de un análisis más profundo de cada subtipología, identificar qué acciones podrían transferirse al front-office para resolver situaciones de forma inmediata o en pocas horas, en vez de generar un requerimiento con un compromiso de solución que usualmente demora varios días, y donde se corre el riesgo de no resolver el problema o no realizar el cierre con el compromiso de llamado final.

Finalmente, las sugerencias de capacitaciones que plantea este documento, idealmente debe ser apoyadas por los sistemas informáticos que soportan estas atenciones. De ese modo, existe más probabilidad de éxito, ya que menos decisiones serán de criterio del atendedor, o en su defecto estos tendrán más herramientas de rápido acceso para verificar alguna situación puntual.

Por lo tanto, es necesario que la plataforma informática disponga de accesos a consultas rápidas, script, bases de conocimientos, etc.

7 CONCLUSIONES

En la actualidad, los controladores societarios de Chilectra S.A., el Grupo Enel, tienen como visión estratégica a largo plazo entre otras cosas, llegar a ser la mejor empresa de servicios en cada país donde tengan inversiones. La intención entonces de este documento, fue analizar la situación actual que vive la empresa, en un ámbito específico y particular como es la Calidad de Servicio de la Atención de los reclamos de los clientes residenciales y pymes, desarrollando un aporte a la materialización de esa visión.

La intención fue expresamente trabajar desde la posición y mirada de la Unidad estructural más pequeña de la organización, la Unidad de Atención de Clientes, generando propuestas de acción concretas, para atacar una problemática contingente, como lo es la evaluación que hace el organismo fiscalizador por excelencia, la SEC (Superintendencia de Electricidad y Combustibles), a la calidad de servicio que entregan todas las empresas concesionarias a nivel país.

Por medio de la revisión y el análisis de todos los indicadores involucrados en la Nota Ranking, además de los índices de gestión internos y datos históricos, ha sido posible proponer un plan de acción de corto y mediano plazo, para mejorar la calidad de atención de reclamos por cualquier canal de ingreso.

Cada día los avances tecnológicos nos entregan a los usuarios de cualquier producto o servicio, herramientas que nos facilitan la vida, que acortan los tiempos de espera, que nos permiten recibir soluciones en línea a un requerimiento, e incluso nos facultan para no asistir físicamente al lugar cuando queremos hacer una consulta o dejar un reclamo, pues bien, las distribuidoras de un servicio básico como el de la energía eléctrica, no están ajenas a estos avances y nuevas exigencias que hacen los clientes finales, por ello es relevante mencionar que, la propuesta y plan de acción de mejoras, no sólo se

enmarca en el actual momento que vive la empresa, sino también incluye lo que será el inminente y próximo escenario que se avecina, el del nuevo cálculo de los índices de calidad de la industria, que se establece con más detalle y exigencias que el actual.

Cabe destacar también que para lograr los objetivos planteados, en lo referente a los recursos a utilizar, se establece una fuerte componente de capacitación interna y continua de largo plazo, a través de un reordenamiento de las tareas del área, de modo que se aprovecha la experiencia y conocimiento de los funcionarios expertos, que entienden perfectamente las problemáticas con las que se enfrenta el front-office en sus interacciones con cada cliente. Entonces, no hay dependencia de configuración de sistemas a implementar o personal externo a contratar para comenzar rápidamente con este plan, sólo coordinaciones entre áreas o subgerencias internas que están alineadas en el mismo objetivo estratégico a nivel de empresa.

8 LIMITACIONES

Cabe mencionar que, la propuesta presentada de mediano plazo, se ha establecido en base a un documento que no ha sido publicado oficialmente desde la autoridad competente, por lo tanto existe la posibilidad de que el plan propuesto sufra algún cambio que haga ajustar las acciones de mejora planteadas.