



COMISIÓN NACIONAL DE PRÉSTAMOS PARA EDUCACIÓN

CONTRALORÍA DE SERVICIOS DE CONAPE

MANUAL DE NORMAS DE ATENCION Y

SERVICIO AL USUARIO

Abril 2021

MANUAL DE NORMAS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL USUARIO ÍNDICE

TÍTULO I:	DISPOSICIONES GENERALES	4
	Artículo 1: Acatamiento obligatorio	4
	Artículo 2: Objetivo general y objetivos específicos	4
	Artículo 3: Responsables	4
	Artículo 4: Misión y Visión de CONAPE	4
	Artículo 5: Definiciones	5
TÍTULO II:	EL USUARIO	5
	Artículo 6: Tipos de usuario	5
	Artículo 7: Principios generales en la atención al público	6
	Artículo 8: Enfoque del servicio al usuario	7
	Artículo 9: Manual de servicio al usuario	7
	Artículo 10: Búsqueda de la mejora continua	8
TÍTULO III:	COMUNICACIÓN	9
	Artículo 11: Comunicación	9
	Artículo 12: Elementos de la comunicación verbal	9
	Artículo 13: Frases que debemos evitar en la comunicación verbal	10
	Artículo 14: Técnica de preguntas	11
	Artículo 15: Comunicación no verbal	12
	Artículo 16: Comunicación telefónica	13
TÍTULO IV:	IMAGEN	19
	Artículo 17: Imagen	19
	Artículo 18: Primera impresión	19
	Artículo 19: Cómo proyectarse exitosamente	20
	Artículo 20: Forma de vestir	21
TÍTULO V:	LA ACTITUD	22
	Artículo 21: Actitudes	22
	Artículo 22: Actitudes adecuadas en atención al usuario	22
	Artículo 23: Actitudes del funcionario(a) exitoso(a)	23
TÍTULO VI:	RELACIONES HUMANAS	24
	Artículo 24: Relaciones humanas	24
	Artículo 25: Factores positivos de las relaciones humanas	24
	Artículo 26: Factores negativos de las relaciones humanas	24
	Artículo 27: Reglas de cortesía	25
	Artículo 28: Atención de usuarios con necesidades especiales	25
	Artículo 29: Niños(as) en la Institución	26
	Artículo 30: Valores	27
	Artículo 31: Usos, costumbres y actitudes de funcionarios(as)	28
	Artículo 32: Técnicas ganadoras en atención al usuario	30
	Artículo 33: Ausencia de funcionarios(as)	33
	Artículo 34: Tiempo de respuesta y agilidad	33

Artículo 35: Recepcionistas o Guías de servicio	34
Artículo 36: Oficiales de seguridad	35
Artículo 37: Inconformidades	35
Artículo 38: Cómo comportarse con un usuario “difícil”	36
Artículo 39: Comunicación no verbal con usuarios “difíciles”	37
TÍTULO VII: TRABAJO EN EQUIPO	38
Artículo 40: Trabajo en equipo	38
Artículo 41: Requisitos del trabajo en equipo	38
Artículo 42: Trabajo en equipo y atención al usuario	39
Artículo 43: Trabajando en equipo	40
Artículo 44: Supervisión en el trabajo	41
Artículo 45: Papel de la persona que supervisa	41
TÍTULO VIII: PRODUCTO, PROCESOS, INFRAESTRUCTURA	
E INFORMACIÓN	42
Artículo 46: Productos	42
Artículo 47: Procesos	42
Artículo 48: Infraestructura	43
Artículo 49: Información	44
TÍTULO IX: EL USUARIO INTERNO	45
Artículo 50: El usuario interno	45
TÍTULO X: REGIMEN DISCIPLINARIO	46
Artículo 51: Responsabilidad disciplinaria	46
TÍTULO XI: DISPOSICIONES FINALES	46
Artículo 52: Aplicación y capacitación del manual Artículo 53: Vigencia	46
BIBLIOGRAFIA	47

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1: Acatamiento obligatorio

Las Normas descritas constituyen un Código de Calidad de Atención y Servicio al Usuario, su descripción está bajo la modalidad de artículos que son de acatamiento obligatorio para los(as) funcionarios(as) de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación y personal de apoyo contratado temporalmente tales como: La seguridad, los encargados de la limpieza, oficinistas, estudiantes u otros).

Artículo 2: Objetivo general y objetivos específicos.

Este manual tiene como objetivo general establecer lineamientos básicos para contribuir con el proceso de mejora continua de los funcionarios de CONAPE en la atención de servicio al usuario interno y externo.

Este Manual pretende como objetivos específicos:

- Orientar la actividad Institucional hacia el aseguramiento continuo de la calidad y el servicio al usuario.
- Informar y dar un mejor servicio a los usuarios a pesar de los constantes cambios del mercado procurando satisfacer las expectativas del usuario por medio de un servicio eficiente.

Artículo 3: Responsables

Es responsabilidad de las jefaturas velar por el cumplimiento de este Manual; del personal cumplir con lo establecido en el mismo.

Artículo 4: Misión y Visión de CONAPE

Misión

Somos una institución estatal costarricense especializada en préstamos para educación superior y técnica que facilita condiciones accesibles a estudiantes que quieran apoyo económico, dentro y fuera de país.

Visión

Seremos reconocidos como la mejor alternativa en el otorgamiento de préstamos para estudios de educación superior y técnica.

Artículo 5: Definiciones:

Para los efectos de este Manual se entenderá por:

Actitud: Disposición de ánimo que se manifiesta externamente.

CONAPE: Comisión Nacional de Préstamos para Educación.

Contraloría de Servicios: Instancia de participación ciudadana que facilita la comunicación entre las personas usuarias y la institución responsable de prestar los servicios públicos, con el fin de velar por la calidad de los servicios, la satisfacción de la persona usuaria y el uso racional de los recursos públicos.

Usuario: Persona física o jurídica, que recurre a CONAPE para realizar trámites o gestiones, haciendo uso de los servicios que este brinda en virtud de su naturaleza.

Imagen: representación mental que se hace el usuario de la Institución y del servicio que se le brinda.

Productos: Resultado de alguna acción.

Proceso: Método adoptado para llegar a un determinado fin.

Servicio: Toda aquella acción orientada a satisfacer una necesidad o un interés de un persona, grupo de personas o una entidad pública o privada.

TÍTULO II EL USUARIO

Artículo 6: Tipos de usuario

En CONAPE el concepto usuario considera tanto al usuario **externo**: quien utiliza los servicios; como al **interno** que comprende a todos los funcionarios (as) de CONAPE que interactúan para la prestación de los servicios.

En este sentido, vivir el servicio como una vocación y con ello satisfacer plenamente a los usuarios, contribuye a una imagen externa positiva y un ambiente de trabajo agradable.

En función de atender los requerimientos de los usuarios se debe desarrollar la actividad bajo la consideración de algunos principios generales que permitan fortalecer la relación.

Los principios generales que se detallan seguidamente, constituyen la base para las prácticas que se presentan en el Manual, por lo tanto, constituyen el eje sobre el cual gira todo el actuar de cada uno de los funcionarios de CONAPE.

Artículo 7: Principios generales en la atención al público

- **Excelencia en el trato y atención:** La amabilidad y atención dedicada, constituyen la mejor manera de decirle al usuario que él es lo más importante.

- **Capacidad de respuesta:** Sistemas dirigidos al usuario y a los “momentos de verdad” -que son las interacciones “cara a cara” con el usuario-. Actúe con seriedad, seguridad y rapidez ante los requerimientos de su usuario. El usuario valora el servicio ágil y oportuno. El tiempo es el recurso más valioso del usuario; no le haga esperar.

- **Confiability de la información:** Si desea ser una persona confiable, cumpla sus promesas, a su jefe, a sus usuarios, a sus compañeros y a usted mismo. El usuario aprecia que se le diga la verdad aun cuando su expectativa no se llene plenamente. No mienta, esto puede perjudicarle a usted, a la Institución y al usuario.

Si se trata de informes, estudios, reportes o datos, para su jefe o para un usuario, sea preciso y exacto en la información.

Si ocupa un nivel de jefatura, revise y apruebe el informe si cumple con la calidad y la forma establecida en cada dependencia.

- **Trabajo en equipo:** Se basa en comunicación, liderazgo, equidad, competencia del empleado, motivación y entrenamiento. Si es parte de un equipo de servicio; muestre solidaridad con el trabajo de los compañeros en procura de darle al usuario el mejor esfuerzo cooperativo. Garantice la continuidad del servicio. En los tiempos de almuerzo y café, procure que el servicio no se detenga ni baje en calidad. Cuando tenga que ausentarse busque si ocupa un nivel de jefatura, asegúrese de mantener un sustituto que pueda atender y coordinar el servicio en caso de ausencia del titular, ya sea por vacaciones, incapacidad o motivos de fuerza mayor.

· **Seguimiento y retroalimentación:** Compromiso de darle seguimiento a los requerimientos del usuario, cumplir lo prometido, siempre buscando la mejor forma de hacer las cosas.

Es también retroalimentación y búsqueda de excelencia en el servicio, al mantener una actitud positiva ante los resultados o sugerencias de usuarios y compañeros para mejorar la calidad en el servicio al usuario.

Artículo 8: Enfoque del servicio al usuario

El servicio al usuario comprende dos elementos: la atención que se le da a los usuarios y el servicio que se le brinda.

La atención al usuario, demanda cortesía, deseo de ayudar, entusiasmo, empatía, puntualidad. Se debe tratar al usuario como la persona más importante y la razón de ser de su trabajo, el servicio propiamente dicho demanda una mejora de los procesos internos que hacen contacto con el usuario. Nada se gana si la atención al usuario es excelente, pero los procesos no lo son.

La visión de excelencia en el servicio al usuario de **CONAPE**, es que los(as) funcionarios(as) comprendan que deben exceder las expectativas que tiene el usuario del mismo. Porque una atención y un servicio excelente, es un requisito en el mercado actual y una ventaja competitiva.

El valor agregado más importante es la calidad de las relaciones humanas de los(as) funcionarios(as), es decir, la excelencia del personal, porque el valor agregado en servicio al usuario consiste en todo aquello que el usuario percibe como que no paga por ello, como es la atención y el servicio, así como la conveniencia que se le provea (horarios, parqueos, los centros de atención, entre otros).

En consecuencia, los(as) funcionarios(as) deben tener la actitud cortés de ayudar al usuario, como punto central de su actividad. Todos deben estar capacitados para dar atención y servicio excelente al usuario. Conocer sus necesidades y tratar de satisfacerlas de la mejor manera posible, teniendo en cuenta que el usuario interno es tan importante como el usuario externo.

Artículo 9: Manual de servicio al usuario

El Manual de Servicio al usuario pretende desarrollar una cultura organizacional de relaciones internas de mayor calidad, que como resultado, creará un mejor ambiente de trabajo y una mayor satisfacción en los(as) funcionarios(as).

Además debe servir de guía y recordatorio del comportamiento esperado de los(as) funcionarios(as) de la Comisión Nacional de préstamos para Educación, como una herramienta útil y de fácil lectura, que ayude a los(as) funcionarios(as) a adquirir conocimientos teórico-prácticos de una manera activa.

Este modelo de atención y servicio al usuario tiene como propósito, entre otros:

- ◆ Desarrollar un documento comprensivo y de fácil acceso para la consulta de los(as) funcionarios(as), de tal manera que les permita conocer las formas de cómo manejar cada relación con el usuario y a la vez les permita desarrollar una actitud positiva y triunfadora.
- ◆ Homogenizar la atención al usuario externo e interno en todas las oficinas.
- ◆ Colaborar con el proceso de Inducción de nuevos funcionarios(as) en la Cultura de Atención y Servicio al usuario de CONAPE.
- ◆ Capacitar, facilitar el apoyo y mejorar las relaciones humanas de los(as) funcionarios(as).
- ◆ Especializar más al personal y hacerlo más competitivo en el tema de Servicio al Usuario.
- ◆ Lograr que tanto usuarios internos como externos reciban una excelente atención.
- ◆ Motivar a los(as) funcionarios(as) para que valoren las relaciones con los usuarios, las faciliten y actúen independientemente.
- ◆ Facilitar la evaluación del servicio al usuario y la comprensión de la importancia de éste para la Comisión Nacional de préstamos para Educación.

Artículo 10: Búsqueda de la mejora continúa

En el país actualmente existen varias empresas privadas u instituciones del Estado que ofrecen crédito educativo, lo que de alguna manera puede confundir a los usuarios, por ello, CONAPE está en proceso y búsqueda de factores que permitan diferenciar a una entidad con respecto a otras, mediante diversos tipos de ventajas, entre las principales están:

- ◆ Una atención esmerada con procesos de calidad.
- ◆ Mejorar los tiempos de respuesta.
- ◆ Entender las necesidades básicas de los usuarios:
 - Necesidad de ser comprendido: Interpretar bien lo que el usuario desea.
 - Necesidad de ser bien recibido: No recibirlos como a extraños.
 - Necesidad de sentirse importante: El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas.

- Necesidad de comodidad: Las personas necesitan comodidad física (lugar donde descansar, esperar, baños, entre otros) y psicológica (seguridad y confianza).

TÍTULO III COMUNICACIÓN

Artículo 11: Comunicación

La comunicación mejora la motivación, porque las personas se sienten más aceptadas y comprometidas. Su autoestima, la satisfacción en el trabajo y la cooperación con otros, aumentan de manera considerable. La comunicación es un proceso de dos vías, en donde se debe saber escuchar y comprender que ésta no sólo es verbal, si no también corporal.

Artículo 12: Elementos de la comunicación verbal

La comunicación verbal es aquella que se realiza por medio oral, cuando una idea aflora al pensamiento de una persona y ésta lo comunica por medio de su voz. Algunos elementos de la comunicación verbal son:

- ♦ **Confianza:** Es necesario crear un ambiente de confianza cuando se conversa o se está vendiendo una idea a un usuario. Esto se logra hablando sobre algún tema de interés común, sobre todo si se está interesado en persuadir a ese usuario.
 - Solicite la cédula de identidad, así conocerá el nombre del usuario y podrá tratarle por su nombre.
 - Hable directo y mirándole al rostro. Sin embargo, no le vea como si fuera su hermano.
 - No tutee al usuario.
 - Muéstrese humano y sensible.
 - Sea simple, evite tecnicismos, siglas como por ejemplo: PAR, legalidades y explicaciones complejas.
 - No interrumpa, deje que el usuario hable primero.
 - Escuche con cuidado, no se distraiga.
 - Tome notas, si fuese necesario.
- ♦ **Respiración:** Respire en forma natural, con tranquilidad. Aprenda a respirar profundo y elimine la ansiedad.

- ♦ **Sonría:** Transmite confianza.
- ♦ **Sencillez y Brevedad:** Hable con términos y vocablos simples. Hable lo necesario.
- ♦ **Orden:** Hable ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un final.
- ♦ **Convicción:** Su actitud corporal y tono de voz deben ser convincentes, identificándose con el usuario.

Aspectos que impiden la buena comunicación

- No sea prepotente, sea modesto(a) al presentar sus ideas y paciente mientras escucha.
- No sea egocéntrico(a) (mi Sección, o es que yo, porque yo, yo he pensado....).
- Recriminar al interlocutor(a) (está equivocado(a), no me ha entendido...).
- Lapsos o mente en blanco (creee...ehehee...sabe queeee ...esteee...)
- Falta de habilidad interpretativa o narrativa.
- Espere resistencia, en lugar de resentirse. Esté doblemente seguro(a) de la solidez de sus ideas.
- Diferencias de lenguaje.
- Timidez o indiferencia.
- Diferencias de profesión, estatus o condición social.
- Sentimientos, estados de ánimo.
- Escala de valores (lo que es poco para una persona, puede ser mucho para otra, o lo que es caro para una persona, puede ser barato para otra).

Artículo 13: Frases que debemos evitar en la comunicación verbal

Cuidado con frases negativas o descuidadas, puede que en un segundo pierda un usuario y todo lo que ha hecho por ganarse su simpatía.

- ¿Entiende? -Connota que el usuario es poco inteligente-
- ¿Pero es que no ha leído el contrato, señor(a)?
- ¿Y qué esperaba?
- A mí no me pregunte por qué. Esas son las reglas aquí.
- Creo que anda en el baño, tomando café, en una reunión, entre otros.
- Él (Ella) está ocupado(a) resolviendo un asunto importante. -Recuerde, nada es más importante que el usuario-
- Es que en ese departamento nunca contestan.
- Es que mucha gente ha tratado de estafarnos.

- ¡Es que tenemos cada compañero(a)!
- Es que yo no me encargo de eso. Lo siento.
- Eso era antes. Ahora lo hacemos diferente.
- Eso nada tiene que ver conmigo. Es en otro lado.
- Espere un momento. Tengo una llamada. -El usuario presencial, es primero que el teléfono-.
- Estoy muy ocupado(a) en este momento.
- Explíquese bien, porque no lo entiendo.
- La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
- Mire, señor(a), mejor vuelva cuando tenga todo listo.
- No sea impaciente, por favor.
- No tengo idea, mejor pregúntele a otro compañero(a).
- Perdone, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderle.
- Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- Debí fijarse en eso antes de adquirir el servicio.
- Ya le contesté eso.

Además, evite la excesiva confianza con los usuarios. Déles siempre un trato profesional. No utilice frases como las siguientes:

- ¡Si corazón, yo le dejo el mensaje!
- ¡Idiay, cómo estás! o ¡Maje cómo estás! -aunque sea un conocido; en el trabajo debe actuar de manera profesional-.
- ¡No, mi amor, eso era antes!
- ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!
- ¿Cómo vas? -No tutee al usuario-.

Artículo 14: Técnica de preguntas

Conversar implica un intercambio de preguntas y respuestas, por lo tanto es necesario dominar la técnica de preguntas. Esta técnica consta de tres tipos de preguntas:

- ♦ **Abierta:** Preguntas fáciles que ponen a hablar. Dan confianza y se obtiene información. Ejemplos:
¿Qué se le ofrece? o ¿Qué le parece el pago en línea?
- ♦ **Pregunta con pregunta:** Evita discusiones, aclara conceptos y mantiene control. Debe usarse con cuidado; a muchas personas no les gusta que les devuelvan preguntas con otra pregunta. Ejemplos:

¿Cuál es el plazo de ese crédito? R/ ¿Cuánto plazo necesita?

- ◆ **Directa o cerrada:** Lo acerca a áreas de mutuo acuerdo, le ayuda a convencerle de sus objetivos. Generalmente la respuesta es SÍ o NO.
¿Me lo envía? o ¿A qué hora le llamo?

Artículo 15: Comunicación no verbal

La comunicación no verbal es conocida como lenguaje corporal. A continuación se listan los principales elementos:

- ◆ **Naturalidad:** Actúe con naturalidad.
- ◆ **Contacto visual:** Mire al rostro. Vea a los ojos. Esto revela decisión, sinceridad y valentía.
- ◆ **Labios:** No se los muerda, ni se los humedezca con la lengua. Son muestras de timidez, inseguridad, titubeo e indecisión. Mantenga la boca cerrada, ambos labios unidos. Esto denota calma y seguridad en sí mismo; en cambio, la boca abierta, la mandíbula caída, sugieren nerviosismo, asombro y sorpresa.
- ◆ **Sentarse:** No cruce las piernas: mantenga ambos pies sobre el piso, las manos sobre las rodillas o escritorio e inclínese ligeramente hacia adelante. Esto sugiere seguridad en sí mismo. Mantener las piernas cruzadas y balancear una de ellas sugiere nerviosismo o impaciencia, timidez, temor. Evite los movimientos constantes y abruptos: éstos denotan intranquilidad e inquietud.
- ◆ **La voz:** La voz dice mucho de la personalidad, utilice un tono moderado y uniforme, sin titubear. Esto demuestra seguridad en sí mismo. Una voz vacilante es sinónimo de inseguridad y timidez. Generalmente revela que la persona no domina el tema sobre el cual está hablando. Un **tono moderado y uniforme**, audible en todo momento, revela seguridad y dominio de lo expresado. Con ello se logra más impacto y firmeza. Un **tono bajo** sugiere timidez, poca capacidad de decisión, inseguridad. Un **tono alto** demuestra agresividad, poca educación y rudeza.
- ◆ **Las manos:** contrólelas en todo momento. Mantenga sus manos visibles, ocultarlas debajo de las piernas, detrás de un bolso, entre la bolsa o dentro del saco, sugiere timidez, falsedad y temor.
- ◆ **Aprenda a escuchar:** Una parte importante de la comunicación no verbal es la forma en que escucha. Para escuchar, haga lo siguiente:
 - No interrumpa y no se distraiga.
 - Oiga con cuidado las principales ideas.
 - Observe a la otra persona cuando le habla.
 - Inclínese hacia la persona que le habla.

- ▯ Demuestre que está profundamente interesado(a).
- ▯ Haga preguntas.
- ▯ Concrétese al tema que se le plantea.

Artículo 16: Comunicación telefónica

Toda organización tiene cierta personalidad que forma parte de su imagen corporativa y la manera en que los funcionarios(as) responden el teléfono es parte de esta imagen.

Es importante estandarizar los guiones y estilos cuando se contesta el teléfono, para que el usuario siempre reconozca ese estilo en todos los departamentos y secciones de la organización.

Ejemplos de frases y guiones para responder el teléfono:

a. Reglas del lenguaje telefónico:

Al realizar una llamada tenga a mano los documentos que pueda necesitar, sin olvidar con que anotar.

Sonría:

La sonrisa se escucha por teléfono. Hace la voz más cálida y más simpática.

Vocalice:

No ingiera ningún alimento, ni agua embotellada, ni confites, ni goma de mascar, porque perjudica la locución.

Hable lentamente:

Considere formas alternativas para hacerse comprender; porque al estar en el teléfono, no puede ayudarse del lenguaje corporal.

Escuche:

Cuando el (la) otro(a) habla, hágale saber que le escucha (“sí”, “ya veo”, etc.).

Anote:

Esto le permite fijar mejor las ideas y le evita repetir la llamada.

Explique:

Si debe poner en espera la llamada, solicite permiso antes de hacerlo y explique brevemente por qué debe de hacerlo. Es importante que el(la) funcionario(a), evite dejar en espera al usuario por más de dos minutos seguidos sin una explicación. Si es necesario mantener la espera, se debe regresar al

usuario y solicitar un par de minutos más y así consecutivamente hasta que se termine la espera. Esto demuestra respeto y consideración con el usuario y le permite a éste, decidir si desea o no seguir esperando.

Utilice las fórmulas de cortesía:

Aportan “flexibilidad” en la conversación y mejora el contacto humano. Por ejemplo: Salude, despídase, diga siempre: por favor, gracias o muchas gracias.

Gane tiempo

Atienda el teléfono antes del tercer timbrado. Si promete volver a llamar hágalo a la hora convenida.

b. Algunas frases para:

Recibir:

“...Buenos días” (tardes o noches). “...En que le puedo servir”.

Orientar:

“¿En qué le puedo ayudar?”

Hacer esperar:

“Le ruego esperar un momento”.

“En este momento estoy atendiendo a otro usuario, por favor, espere un momento”.

Cuando la espera es muy larga:

“Voy a durar mucho tiempo para poder atenderlo, si usted gusta, me puede dar su número de teléfono y lo llamo luego”. Debe devolver la llamada según lo prometido.

Hacer deletrear su nombre:

¿Me puede deletrear su nombre?

Hacer repetir:

“Disculpe, tengo mala recepción”. ¿Puede repetir por favor?

Despedida:

“Le agradezco su llamada. Que tenga un buen día”. “Le agradezco su tiempo. Que tenga un buen día”.

c. **Para dejar un mensaje, usted siempre debe recopilar los siguientes datos:**

Destinatario

“Es un mensaje para...”

Quién llama

“Soy.... (Nombre)”

El objeto de la llamada

“Es con respecto a...”

La finalidad de la llamada

El destinatario debe saber que hacer, que preparar, cuál es el problema.

Seguimiento

Cuál de los dos llamará al otro.

Dónde, cuándo

Cuándo volverá a llamar usted, a que número.

d. **Centrales telefónicas:**

♦ **Recepción de llamadas**

- Buenos días (tardes o noches), **CONAPE**, le atiende Pablo.
(Sonría cuando contesta el teléfono, quien llama lo notará en la voz).
- (Usuario) Con la extensión 689 o con la Contraloría de Servicios.
- Se debe contestar cortésmente: ¡Con mucho gusto!

¿En qué le puedo servir?

♦ **Si la extensión está ocupada**

- La extensión que solicitó está ocupada en este momento ¿Desea hablar con alguna otra persona, o dejar algún mensaje?
- (Usuario) Puede ser con cualquier persona.
- Con mucho gusto, le comunico de inmediato.

♦ **Si nadie contesta**

- No diga “No contesta” o “no hay nadie”, diga: “la extensión que solicitó está fuera de servicio en este momento, o está ocupada. Puedo transferirle la llamada a la extensión (x) de ese departamento”. Si es así, pase la llamada, explicando la situación a la persona que va a retomar la llamada.
- (Usuario) No, es sólo con esa persona.
- Si desea, me puede dejar su mensaje.

♦ **A un usuario que espera en línea**

- Gracias por esperar. Por favor disculpe la demora. Ya se desocupó esa extensión. Lo comunico de inmediato.

e. **Otras extensiones:**

♦ **Al contestar:**

Levante el teléfono a más tardar al tercer timbrado, aunque no sea su teléfono. No deje al usuario esperando. Los usuarios pierden la paciencia y pueden ponerse de mal humor y generar una inconformidad.

♦ **Frases de apertura:**

Tan pronto lo levante inicie saludando en forma corta pero cortés: “Buenos días”, “Buenas Tardes”, “Buenas Noches” y luego **CONAPE** y luego Identifique de inmediato a su departamento, sucursal, área, unidad “...del departamento...”, agregue de seguido: “le atiende....”. Diga su nombre claramente para que su interlocutor pueda escucharlo y entenderlo bien, termine diciendo “¿En qué le puedo servir?”

Ejemplo: Un usuario llama a CONAPE en horas de la tarde, se debe decir:

Buenos tardes, CONAPE, le atiende Pablo. ¿En qué le puedo servir?

Y escuche con atención lo que el usuario o compañero(a) tenga que decir.

Si está en capacidad de responder, hágalo. Después pregunte con naturalidad, si ha logrado responder adecuadamente a la consulta, y si hay algo más en lo que puede servirle.

♦ **Cómo dirigirse al usuario**

- Señor, señora, señorita.
- Título, si lo conoce: licenciado(a), doctor(a), ingeniero(a).
- El nombre de pila del usuario, sólo si ya se conocen y tienen cierto nivel de confianza, siempre agregue Don o Doña. Use su sentido común. Nunca use apodos.
- Muestre ganas de ayudar y ¡ayude!
- Escuche con interés, concentrado(a).
- Evite discusiones o negativismos.
- Hable con calma y tono agradable.
- Verifique que le está entendiendo.
- No tutee al usuario.

♦ **Frases de cierre:**

Recuerde despedirse agradeciendo al usuario la oportunidad de servirlo.

Ejemplos: Terminando la llamada telefónica, algunas frases pueden ser:

- Muchas gracias por llamarnos.
- Estamos para servirle.
- Muchas gracias por preferir a CONAPE.
- Gracias por su paciencia y esperamos poder servirle con más prontitud la próxima vez. *-En caso que el usuario haya estado en espera-*.

Si debe pasar necesariamente la llamada a otro compañero(a) primero explique al usuario lo que hará. No lo pase simplemente, sino que tenga la cortesía de decírselo.

Ejemplo: Don Pedro, voy a pasarle la llamada con mi compañero Manuel, que conoce de ese tema (asunto) o al departamento de crédito, donde pueden atender mejor su consulta.

Importante: Detalle rápidamente el caso al compañero(a), para que el usuario no tenga que explicar su consulta nuevamente.

f. Uso de teléfonos de la institución por parte de los(as) funcionarios(as):

- ◆ Es una prohibición para los(as) funcionarios(as) utilizar los teléfonos, facsímiles, celulares, o cualquier otro medio electrónico para atender asuntos personales, salvo en casos urgentes o indispensables, con la debida autorización de su superior inmediato, según lo establece el Reglamento Interior de Trabajo.

- ◆ Esta prohibición incluye los teléfonos celulares, los cuales no deben usarse en frente de los usuarios.

TÍTULO IV IMAGEN

Artículo 17: Imagen

La imagen de una persona, empresa o producto se construye por medio de relaciones de largo plazo con todos los públicos con los que se relaciona, sean usuarios, amigos(as), familiares, proveedores, compañeros(as), gobierno, diversos grupos de opinión y de presión. La imagen no sólo se trata de un logotipo y algunas actividades de relaciones públicas, se trata de relaciones personales y productos con atención y servicio al usuario de calidad.

Artículo 18: Primera impresión

La primera impresión es un proceso de percepción de una persona por otra, que transcurre en muy poco tiempo. Habitualmente no somos del todo conscientes de las informaciones que la configuran.

Los componentes de la primera impresión son:

¿Qué apariencia tengo? (lo que ven)

La apariencia tiene que ver con los rasgos físicos, apariencia personal, expresiones, tacto y movimientos del cuerpo.

¿Cómo hablo? La voz.

En cualquier contacto, se convierte en la fuente de información, con la que tratarán de cubrir las lagunas que aportaría lo visual:

- **Rapidez**
- **Calidad o timbre**
- **Volumen: Tono o dicción**
- **Articulación o dicción**

¿Qué digo?

Las palabras. ¿Cómo enfoco los asuntos? ¿Qué pienso y cómo lo expongo?

- **Lo negativo:** estilo y actitud restrictiva, términos, expresiones, léxico, entre otros.
- **Lo positivo:** estilo directo y afirmativo; no restrictivo, sin disculpas ni evasivas; simples, organizado(a), coloquial, conciso(a), animado(a), breve y puntual; incluso "participativo(a)".

¿Cómo escucho?

- No interrumpir.
- Dar señales de retroalimentación. Escuchamos y entendemos su mensaje.
- Utilizar los términos del interlocutor(a). Responderle.

- Demostrar interés pidiendo aclaración a lo que oímos.

Mi entorno y organización personal

- Tenga el área de trabajo limpia y ordenada.
- Muéstrese ordenado(a) y organizado(a).
- Tenga a mano lo que necesita para hacer su trabajo.

Artículo 19: ¿Cómo proyectarse exitosamente?

Es necesario comprender que debemos proyectarnos exitosamente hacia los usuarios, para ello debemos pensar en cosas tales como:

- ♦ Lenguaje de los signos: es necesario utilizar símbolos, íconos, objetos, logotipos, marcas, entre otros.
Este lenguaje tiene el objetivo de buscar elementos identificadores con grupos sociales y estatus.
 - ♦ Tenemos un contenido, pero también poseemos una apariencia. Lo primero que ve la gente es nuestra apariencia.
 - ♦ Si la apariencia no es aceptada, nuestro contenido no tendrá oportunidad de ser conocido.
 - ♦ Al atender a un usuario, se está vendiendo la imagen de CONAPE.
 - ♦ El impacto que logre en el usuario puede significar la diferencia entre una percepción de calidad y una de servicio deficiente.
 - ♦ Los usuarios primero tendrán una impresión por lo que vean externamente, lo cual abarca su higiene personal, su apariencia, su presentación personal, sus modales, su forma de caminar, cómo sonríe e incluso, entre otros aspectos, cómo da la mano.
 - ♦ Cuide su higiene personal, desde su cabello y la forma en que lo peina, así como el estar bien rasurado o con una barba bien cuidada, si es hombre, y usar un maquillaje discreto, en caso de las mujeres. Los colores y cortes de cabello, también deben ser discretos.
- ♦ Tenga especial cuidado con su rostro. El 80% de la atención del usuario se dirigirá a su rostro.
Procure que su expresión facial y su arreglo personal sean correctos y oportunos.

- ◆ Cuide sus manos y uñas. Dado el tipo de trabajo que realiza, las manos, dedos y uñas, también deben lucir limpias y cuidadas. No se permiten uñas a medio pintar.
- ◆ Recuerde que el impacto que logra, no sólo le llega al usuario por sus ojos, sino por los otros sentidos. Sea consciente de ello.
- ◆ Cuide mucho su aliento. Un descuido en esa área puede “poner a sufrir” a su interlocutor(a).
- ◆ No se permiten tatuajes visibles, así como el “piercing” en lugares visibles, incluyendo boca y lengua o nariz.
- ◆ Realidades de la imagen:
 - La imagen es dinámica, evoluciona.
 - A mejor o mayor imagen, más poder de influencia.

Artículo 20: Forma de vestir

La ropa influye en el estado de ánimo. Vestir bien, no significa un estilo sofisticado, sino más bien, tener la intuición para elegir la ropa que mejor le quede según la ocasión.

La Secretaria Ejecutiva mediante directriz emitirá los lineamientos respectivos

TÍTULO V ACTITUD

Los usuarios disponen de una serie de “señales” muy claras que determinan, con absoluta precisión, cuáles son las verdaderas actitudes del personal que lo atiende y con base en ellas miden la calidad del servicio que reciben.

Artículo 21: Actitudes

Las actitudes están influidas por las motivaciones y la forma en cómo se relacionan los funcionarios(as) entre sí y éstos(as) con los usuarios. Existen dos tipos de motivaciones:

- ◆ **Motivación positiva:** Es cuando las personas hacen las cosas convencidas de que deben hacerlas por su bien y el bien de los demás, desean quedar bien. Esta motivación requiere de dos componentes:
 - **Estímulos:** Las personas hacen las cosas porque tienen algún estímulo, dan todo su mejor esfuerzo.
 - **Reconocimiento:** Las personas hacen las cosas porque saben que se les reconoce cuando las hacen bien y se les ayuda a superarlas, cuando las hacen mal.
- ◆ **Motivación negativa:** Es cuando las personas hacen las cosas por temor. Se presenta de dos maneras:
 - **Intimidación:** Las personas hacen las cosas por temor a castigos y sólo harán lo que se les pida, aunque puedan dar o hacer más.
 - **Manipulación:** Las personas hacen las cosas, porque el que las pide, les ofrece algo a cambio.

Artículo 22: Actitudes adecuadas en atención al usuario

- ◆ **Mentalidad triunfadora:** El aspecto más importante en la psicología de la motivación está en la mentalidad con que se enfrenta la vida.
- ◆ **El poder de la actitud positiva:** Toda victoria es obtenida antes de que empiece la batalla.
- ◆ **Enfrente la adversidad:** Busque oportunidades en los obstáculos.
- ◆ **Tenga un propósito:** Trabaje pensando en la meta laboral y personal. Alcance sus sueños. Piense en ganar.
- ◆ **Haga sacrificios:** Para lograr algo, siempre hay algo que sacrificar.

- ◆ **Adáptese, no se resista al cambio:** No vea para atrás, porque lo alcanzan. Para lograr grandes cosas, debe empezar por hacer las pequeñas primero.
- ◆ **Nutra su imagen:** Cultive su auto-confianza. La preparación evita la presión, porque construye confianza. Tenga fe.
- ◆ **Comprométase con la excelencia:** Los altos estándares empiezan con uno mismo. En tiempos duros los estándares deben subir, no bajar. Dé más de lo que se espera.
- ◆ **Confidencialidad:** Debe salvaguardar en todo momento el secreto profesional, es decir, que toda información relacionada con el usuario, no puede ser divulgada a ningún nivel.

Artículo 23: Actitudes del funcionario exitoso

El (La) funcionario(a) exitoso(a) mantiene las siguientes actitudes:

◆ **Emprendedor(a)**

- Tiene iniciativa.
- Está comprometido(a).

◆ **Motivado(a) por la gente**

- Tiene deseos de ayudar.
- Muestra empatía.
- Valoran las relaciones sociales y las facilitan.
- Comprenden que el usuario es la persona más importante.

◆ **Especializado(a)**

- Se preocupa por conocer cada vez más de su trabajo.
- Estudia y se prepara.
- Le interesa el servicio al usuario, las técnicas de atención y el conocimiento del producto.
- Muestra actitud positiva hacia el usuario y a la autoridad.
- Se esfuerzan por la excelencia en su trabajo.

◆ **Innovador(a)**

- Es creativo(a) y busca nuevas formas de hacer las cosas.
- Desea innovar y mejorar lo actual.

TÍTULO VI RELACIONES HUMANAS

Artículo 24: Relaciones humanas

Relaciones humanas son el conjunto de reglas y normas para el buen desenvolvimiento del ser humano, en la sociedad, o en su trabajo. Es el estudio de cómo los individuos pueden trabajar eficazmente en grupos, con el propósito de satisfacer los objetivos de la organización y las necesidades personales.

Artículo 25: Factores positivos de las relaciones humanas

Los factores positivos de las relaciones humanas, entre otros son:

- a. **Apertura:** Ser conscientes de las diferencias entre los puntos de vista de los demás, debido a su edad, sexo, educación, cultura, valores, entre otros. Mantener la propia opinión frente a las divergentes, sin herir la sensibilidad de la otra persona.
- b. **Sensibilidad:** Es la capacidad de entender el contenido lógico y emotivo de las ideas y opiniones de otros.
- c. **Sociabilidad:** Comprender y aceptar la naturaleza y estructura de la sociedad a la que pertenece.
- d. **Respeto a la Autoridad:** Reconocer y respetar la jerarquía de mandos, responsabilidad, autoridad y estatus de las personas en la organización de la que formamos parte.
- e. **Adaptación:** Prever, aceptar y respaldar las medidas que toma la Comisión Nacional de Préstamos para Educación ante determinadas situaciones.
- f. **Objetividad:** Comprender que establecer buenas relaciones humanas no necesariamente implica hacer feliz a todos.

Artículo 26: Factores negativos de las relaciones humanas

Los factores negativos de la Relaciones Humanas, son entre otros:

- a. **Falta de control de emociones desagradables:** Cuando mostramos mal humor, odio, entre otros.
- b. **Agresión:** Cuando atacamos u ofendemos con palabras, gestos o actitudes. La agresión es una manifestación de frustración.
- c. **Fijación:** Negarse a aceptar los cambios, permaneciendo atados al pasado.
- d. **Terquedad:** Negarse a aceptar las opiniones ajenas y rechazar nuestras equivocaciones en nuestro juicio o ideas.
- e. **Aislamiento:** Apartarse o rechazar el trato con los demás por cualquier causa.
- f. **Fantasías:** Considerar que las ilusiones se realizarán solamente a través de medios mágicos, sin esfuerzo de parte nuestra y sin contar con la colaboración de los demás.

- g. **Sentimiento de superioridad o inferioridad:** Sentirse mejor que los demás en cualquier aspecto. O subvalorarse, sintiéndose inferior por defectos o carencias reales o imaginarias.

Artículo 27: Reglas de cortesía

Las principales reglas de cortesía que han regido el mundo de los negocios y el mundo social durante siglos no han variado o lo han hecho muy poco, a continuación, algunas de las más importantes:

◆ **Salude al usuario**

En el momento en que entre en contacto con un usuario, debe llevar la iniciativa con el saludo. Sonría y diga, de acuerdo con la hora del día: “Buenos días”, “Buenas tardes”, “Buenas noches”.

◆ **Identifíquese**

Luego del saludo, diga su nombre con claridad. En caso de que el usuario no lo conozca a usted.

◆ **Ofrezca su ayuda de inmediato**

Para hacerlo, agregue a continuación la frase “¿En qué le puedo servir? También, “¿En qué le puedo servir hoy?”, la cual deja la sensación de que reconoció al usuario y que él ya estuvo ahí antes.

◆ **Use el nombre del usuario**

Si ya conocía al usuario o si ya lo identificó por medio de su documento de identidad, emplee el nombre del usuario, tantas veces pueda, pero sin abusar.

◆ **Use frases que demuestren su cortesía y despídase agradeciendo.**

Pronunciar frases como “con mucho gusto”, “es un placer”, “no hay de qué”, y expresar “muchas gracias” al despedirse del usuario, continúan siendo recursos ganadores en el mundo del servicio al usuario. El (La) funcionario(a) debe llevar la iniciativa al momento de despedirse.

Artículo 28: Atención de usuarios con necesidades especiales

Es necesario ofrecer un servicio especializado a las personas con necesidades especiales. Dentro de las personas que merecen un servicio preferencial podemos citar:

◆ **Personas con discapacidad**

La Ley N° 7600 “Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad”, establece en su Artículo 1, lo siguiente: “Se declara de interés público el desarrollo integral de la población con discapacidad, en iguales condiciones de calidad, oportunidad, derechos y deberes que el resto de los habitantes” y en el Artículo 2 define discapacidad así: “Cualquier deficiencia física, mental o sensorial que limite, sustancialmente, una o más de las actividades principales de un individuo”.

♦ **Adultos mayores**

La Ley N° 7935 “Ley Integral para la Persona Mayor”, establece en su Artículo 1, inciso a) lo siguiente: “Garantizar a las personas adultas mayores igualdad de oportunidades y vida digna en todos los ámbitos”.

♦ **También debemos brindar especial atención a:**

- Señoras en evidente estado de embarazo.
- Padres de familia con hijos pequeños (bebés en brazos).
- Menores de edad que llegan solos a CONAPE.

Sea cortés. Intente colaborar al máximo con estos usuarios. Si es posible, acompañelos durante su visita, ayúdelos.

Entendiendo a la persona con discapacidad física:

- La discapacidad física, generalmente, no significa discapacidad mental. Entre las personas con discapacidad física hay profesionales, empresarios(as) y personas que, aparte de su situación física, llevan una vida normal.
- Así que no les trate como si fueran impedidos(as) mentales. Atiéndalos con cortesía, pero no los haga sentir inútiles. Generalmente, ellos(as) pueden desenvolverse muy bien en el mundo de los no discapacitados.
- Identifique la discapacidad del usuario y ayúdelo de acuerdo con su necesidad específica.

Artículo 29: Niños(as) en la Institución

Niños(as) que ingresan a nuestras instalaciones, acompañados por sus padres u otro adulto, también deben ser objeto de nuestra atención y de nuestra amabilidad. Indudablemente, cuando tratan bien a nuestros hijos, reaccionamos con sentimientos de empatía hacia quien prodiga esa atención. Por eso, siempre que el tiempo y la situación se lo permitan, entre en contacto emocional con ellos.

Recuerde pueden ser los usuarios del futuro.

Recomendaciones ante la presencia de un niño(a):

- Exprese una palabra halagüeña sobre el menor.
- Pregúntele el nombre.

- Si él (ella) hace una pregunta, intente descender a su nivel y responda adecuadamente.
- Al final, no olvide despedirse también del menor.

Artículo 30: Valores

Los valores que deben practicar los funcionarios son:

Honestidad

Es realizar el trabajo con el mayor esfuerzo, aprovechando los recursos de CONAPE racionalmente y garantizando la integridad de la Institución y de los funcionarios.

Lealtad

Es asumir el compromiso de construir y defender la Institución como propia.

Solidaridad

Es la actitud y disposición permanente para colaborar en el trabajo con los compañeros y en la solución de problemas para el beneficio de la Institución y de los usuarios.

Justicia

Es administrar y ser administrado, buscando que la toma de decisiones se realice con equidad, para lograr el desarrollo personal, el de la Institución y el de los usuarios.

Mística

Es el sentimiento y vivencia que nos mueve a realizar el trabajo aportando lo mejor de nosotros para la Institución, los compañeros y los usuarios.

Respeto

Es la forma en que aceptamos las virtudes y limitaciones, tanto laborales como personales, de nuestros compañeros.

Pertenencia

Es la identificación que cada empleado desarrolla, producto de la participación y motivación que le genere CONAPE.

Responsabilidad

Es el cumplimiento cabal de los deberes y obligaciones que cada trabajador debe asumir para su desarrollo personal y el de la Institución.

Compromiso

Es la entrega que debe tener el trabajador en el desempeño de sus funciones, para satisfacer al usuario y beneficiar a la Institución.

Liderazgo

Es el carisma de atraer, motivar y convencer a los demás con el propósito de realizar metas comunes.

Trabajo en Equipo

Es la disposición de aportar y recibir ideas para planificar y organizar el esfuerzo colectivo en el logro de metas comunes.

Apertura al Cambio - Servicio al Usuario

Es una condición para asimilar la dinámica de cambios constantes en beneficio del desarrollo personal e institucional.

Artículo 31: Usos, costumbres y actitudes de los funcionarios

A continuación se listan un conjunto de actos comúnmente aceptados como: estilos de vida, costumbres, usos y actitudes sociales, que la Comisión Nacional de Préstamos para Educación, quiere promover entre sus funcionarios(as).

1. Ajuste su personalidad al medio ambiente y tipo de personas.
2. Atienda las críticas e inconformidades, son mejores que las alabanzas. Además ofrezca sinceras disculpas cuando reciba una crítica.
3. Cuando atienda a alguien no se muestre somnoliento(a) ni aburrido, eso es faltarle el respeto.
4. Dé las gracias cada vez que pueda y con sinceridad.
5. De nada sirven sonrisas o cortesía si su servicio no es lo que el usuario desea y espera.
6. Demuestre credibilidad, cumpla lo que ofrece.
7. Demuestre siempre ganas de ayudar.
8. Es muy mala costumbre fijar la mirada en las personas que pasan.
9. Escuche activamente.
10. Establezca empatía.

11. Esté consciente de su estado de ánimo.
12. Evite la arrogancia y mantenga su mente abierta.
13. Hable en tono adecuado.
14. Haga comparaciones positivas.
15. Haga sentir a las personas que las está esperando y son sus invitados.
16. Las personas valoran el tacto y la discreción.
17. Maneje las preguntas conforme se presenten.
18. Mantenga un alto grado de formalidad y una apariencia impecable.
19. Masticar chicle, tomar agua en botella o ingerir cualquier otro alimento frente a un usuario es de muy mal gusto.
20. Muéstrese amigable al presentarse.
21. Muéstrese entusiasta con lo que hace y dice.
22. No demuestre perturbación cuando esté esperando.
23. No llame a nadie silbándole.
24. No trate de adivinar qué quieren otras personas, pregúnteles, hágalo con cortesía.
25. Nunca insulte la inteligencia de sus usuarios.
26. Prometa menos, dé más.
27. Proyecte sinceridad.
28. No atienda agentes vendedores delante de un usuario.
29. Utilice el nombre del usuario en algún momento durante la atención.
30. Salude y haga sentir al usuario que está en un ambiente agradable.
31. Establezca contacto visual. Mírelo a los ojos.
32. Despídase con una sonrisa y una frase de cortesía.
33. Si es interrumpido(a) cuando atiende a un usuario, ofrezca una disculpa. Si el teléfono suena, pídale al usuario permiso para contestarle.
34. No se distraiga con otra persona u otro trámite que no corresponda al usuario que atiende.
35. Todo funcionario(a) debe estar identificado a través del medio que brinda la Institución (gafete, carné, entre otros.)

Artículo 32: Técnicas ganadoras en la atención al usuario

Estas son algunas técnicas de cómo recibir y atender a los usuarios:

A. Sonría: Demuestre al usuario que es un gusto servirle.

Una de las “señales” más esperadas por los usuarios, en todo el mundo, es la sonrisa de quién le presta un servicio, tiene un gran poder para lograr la atención de los usuarios. La sonrisa se liga siempre con las personas positivas, amables, agradables. Lo contrario, un rostro duro, con el ceño fruncido, causa de inmediato un rechazo por parte del usuario.

Sonría primero.

Si sonrío a alguien primero, generalmente le devolverán la sonrisa. Si sonrío, es probable que, el usuario también tienda a sonreír. Muestre una sonrisa real, no finja, porque el usuario se dará cuenta fácilmente.

B. Dé la mano con seguridad y calidez.

No es en toda ocasión cuando podemos saludar dándole la mano al usuario. Esta acción, por ejemplo, sería difícil para el (la) cajero(a) y para otros(as) funcionarios(as) que trabajan separados físicamente del usuario.

Sin embargo, para muchos(as) ejecutivos(as) y personal de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación, es usual poder saludar dando la mano. Y proyectarse como una persona cálida y segura de sí misma. A continuación, instrucciones de cómo debe realizar ese acto, que, aunque parezca tan sencillo, es tan importante en el mundo de los negocios.

▮ Ofrezca la mano.

En reuniones de negocios no tiene que esperar a que sea el usuario quien lleve la iniciativa. Debe proyectarse como un(a) ejecutivo(a), y ofrecer la mano al usuario, lo cual denota seguridad.

▮ Dé la mano a hombres y mujeres.

Sea hombre o mujer, ofrezca ejecutivamente su mano a usuarios de uno u otro sexo. Evite el uso del beso, incluso entre mujeres. En el ámbito de los negocios esa acción no es bien vista. Además, muchos usuarios resienten esa diferencia de trato. Si hay mujeres y hombres, salude primero a las mujeres y luego en orden de edad, primero a los de mayor edad.

▮ **Mire a los ojos.**

Al dar la mano, mire a los ojos, no a la mano. Bajar momentáneamente la mirada a la mano puede interpretarse como un innecesario gesto de inseguridad. No se preocupe, tenemos visión periférica y las manos no se van a perder al intentar encontrarse. Mire a los ojos y sonría.

▮ **Proyecte energía y calidez.**

Al dar la mano, la presión (muchacha, normal o poca) que ejerza, le dirá a su interlocutor si es tímido o extrovertido, inseguro o dominante. También le dirá cuán cálido es. No puede decirse aquí cuánta presión proyectar, pero use su sentido común.

▮ **No retire la mano demasiado pronto.**

Tampoco se puede indicar, con cronómetro en mano, cuánto debe durar un saludo en el mundo de los negocios. Sin embargo, una mano que se retira muy rápido, proyecta inseguridad o desgano. Una mano que se queda mucho tiempo estrechada, también puede ser malinterpretada. Nuevamente, su sentido común, le marca el tiempo en este importante rito del mundo del servicio al usuario.

C. Apréndase y use el nombre del usuario.

Para cualquier persona, la palabra que más le llama la atención es su nombre. Así de importante es la relación emocional del ser humano con su nombre. Y esa información es muy útil a la hora de proyectar ante el usuario esa calidad de servicio que queremos ofrecer.

Intente emplear el nombre del usuario, tan pronto logre identificarle, ya sea porque recordó a la persona o con la ayuda del documento de identidad. Pero tenga cuidado de emplear el nombre normal y correctamente, sin que esa acción pueda escucharse fingida.

Cómo aprenderse el nombre del usuario:

- ▮ Concéntrese cuando el usuario le diga el nombre. Escúchelo bien. Si es un nombre “enredado” o poco usual, pídale al usuario que lo repita o lo deletree. El usuario no se molestará; más bien se sentirá bien de que se interese genuinamente en él. Si es posible, y apropiado, escriba el nombre.
- ▮ Cuando le presenten a un usuario, repita el nombre de inmediato. Ello ayuda a que se le grabe más profundamente. Diga, por ejemplo, “Mucho gusto, don Fernando”.

- Intente repetir el nombre del usuario en los primeros minutos de la entrevista. La mente humana procesa la información “de primera impresión”, según los expertos, justamente en esos primeros minutos.
- Si tiende a olvidarse de los nombres, intente relacionarlo con el de algún amigo(a) que se llame igual, y vea al nuevo conocido realizando alguna acción propia de la otra persona.

D. Mantenga contacto visual con el usuario.

El contacto visual es la forma en la que los seres humanos determinamos qué tanta atención nos pone una persona y qué tanta empatía tenemos. Tampoco significa quedarse con la mirada fija en él(ella), porque se presta para interpretaciones erróneas, de manera que la naturalidad es el mejor consejo.

Si no hace contacto visual con el usuario, él(ella) puede pensar cosas tales como:

- 1) No me está poniendo atención.
- 2) No le interesa lo que estoy diciendo.
- 3) Es tímido(a) e inseguro(a).
- 4) Está molesto(a) conmigo.
- 5) Es descortés.
- 6) Se da aires de superioridad.
- 7) Me está mintiendo y no quiere que se lo vea en los ojos.
- 8) Está asustado(a).

Consejos:

- No mire continuamente. Haga contacto visual mientras habla, en aproximadamente un 70% del tiempo, y desvíe levemente la mirada un 30%.
- No fije su mirada en el usuario sin parpadear o gesto serio. Esto puede ser interpretado como agresividad.
- Ver a los ojos del usuario es especialmente importante cuando éste está explicando alguna situación anormal, o está expresando alguna inconformidad.
- Mire a los ojos, no a la boca ni a las áreas cercanas al pecho.

E. Esté preparado(a) para recibir al usuario.

En el momento de abrir la oficina al público, se debe estar completamente preparado(a) para atender al usuario. No es permitido estar manipulando documentos, ni preparándose para iniciar el trabajo.

Artículo 33: Ausencia de funcionarios(as)

A los usuarios, en general, no les gusta que les digan que el funcionario(a) no está, por la razón que sea, y se molestan más cuando le dicen que está almorzando o tomando café, que está en el Seguro Social o en una reunión, o cualquiera otra justificación.

Los usuarios se molestan y se molestan mucho, si llaman más de una vez y se les da alguno de los mensajes expuestos, simplemente, al usuario no le interesa que el(la) funcionario(a) almuerce o se enferme o tome café, él quiere una respuesta a su problema.

La técnica a utilizar cuando está en la oficina, pero se encuentra almorzando, tomando café, en el baño o en una reunión, o en cualquier otro lugar, es indicar al usuario:

Disculpe: El (La) compañero(a) está con un usuario en este momento y no lo puede atender. Si desea puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

Ahora, si **NO** está en la oficina y está ausente por vacaciones, matrimonio, enfermedad, lactancia, muerte de familiar o alguna otra razón, nunca lo explique, la mejor respuesta es:

Disculpe: El (la) compañero(a) no le puede atender. Si desea, puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

Artículo 34: Tiempo de respuesta y agilidad.

El tiempo de respuesta, es cada día más valorada por los usuarios, ante la inmensa cantidad de actividades que tienen que desarrollar las personas en la actualidad. Lo que implica que los usuarios valoran, cada vez más, la rapidez con la que se les entregan o brindan los productos o servicios.

Es importante indicar que el(la) funcionario(a) de atención al usuario, debe ser expedito y ágil. El tiempo de espera es, muchas veces, un asunto de percepción. Si estamos entretenidos hablando con alguien o viendo televisión, se nos hace más corta la espera.

Técnicas para manejar la percepción del usuario que espera:

- ▯ La primera sensación de agilidad proviene del funcionario(a) que atiende al usuario, cómo se mueve, cómo habla, se sienta, camina o ejecuta su trabajo.
- ▯ Procure verse dinámico(a), activo(a), energético(a). Si está sentado(a), hágalo recto y con los hombros erguidos. Si tiene que ponerse de pie y caminar, procure hacerlo de nuevo con energía, moviéndose dinámicamente. Quienes arrastran los pies y caminan lento, deteniéndose a hablar de temas sin importancia con los compañeros(as) que encuentran a su paso, proyectan una imagen de poca agilidad.
- ▯ Si le es posible, y trabaja en atención a usuarios que están en fila, haga contacto visual con las personas que esperan en la fila, especialmente con los primeros, sonría y diga: “en un momento lo estaré atendiendo”. Esto hace que el usuario se sienta importante (“Ya me vieron”) y, a partir de entonces, el tiempo que debe pasar en fila le parecerá más corto.

Artículo 35: Recepcionistas o Guías de servicio

Si hay un puesto en el que, convergen la mayor cantidad de situaciones por las que se puede brindar un servicio de primera a los usuarios, ese es el de Recepcionista o Guía de Servicio, cuando lo hay.

Por lo anterior, es fundamental que el(la) Recepcionista o Guía de Servicio mantenga siempre en mente cuál es la misión de su puesto. La mayoría de las técnicas expuestas en este Código serán oportunas y aplicables a su diario quehacer, como “rostro” de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación, o “primera impresión” ante los usuarios.

Recepcionista

Se debe tener recepcionista cuando el número de visitas o usuarios es muy numeroso, ya que es peligroso distraer a los oficiales de seguridad de su principal función, que es precisamente la seguridad.

Misión del recepcionista:

Darle una cordial bienvenida al usuario que ingresa en las instalaciones de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación y colaborar ágilmente en la identificación del lugar específico al cual se dirige.

- ▯ El(La) recepcionista es el “rostro” de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación, ante los usuarios que llegan a las oficinas. En ese sentido debe garantizarse una presentación apropiada de quien ocupe el cargo.
- ▯ Sus conocimientos, su presentación personal, sus modales y su habilidad para la comunicación verbal y corporal, son características claves para su desenvolvimiento profesional.
- ▯ Debe saludar y hacer sentir al usuario que es bien recibido(a). Pasarlo adelante y ubicarlo o guiarlo en su visita a la oficina.
- ▯ El (La) recepcionista o guía de servicio debe tener como hábito una actitud positiva en todas las funciones de su trabajo.
- ▯ Debe saber que su papel es clave para que la Comisión Nacional de Préstamos para Educación proyecte dinamismo, modernización, cordialidad y un excelente servicio ante los usuarios.

Artículo 36: Oficiales de seguridad

El oficial de seguridad debe tener siempre en mente que la misión de su puesto es la seguridad de la Institución, los funcionarios(as) y usuarios.

Deben tener presente:

- ▯ Ser amable con los usuarios.
- ▯ Mostrarse cortés y respetuoso con los usuarios.
- ▯ Mirar en forma natural a los usuarios.
- ▯ No asustar a menores de edad o a personas sensibles a las armas.
- ▯ Abrir la puerta cuando corresponda y hacer sentir al usuario que es bien recibido(a) y pasarlo adelante.
- ▯ Debe tener una actitud positiva en todas las funciones de su trabajo, incluyendo las “situaciones difíciles”.

Artículo 37: Inconformidades

La Institución debe ofrecer medios adecuados para que los usuarios comuniquen sus inconformidades. La sistematización de las inquietudes representa una fuente importante de información para evaluar el servicio.

El usuario puede presentar su inconformidad en la oficina donde lo atienden. Si la solución que le brinda la oficina respectiva aún no le complace, entonces debe remitirla a la Contraloría de Servicios, mediante los siguientes medios:

Teléfono:	2527-8689
Correo electrónico:	cservicios@conape.go.cr
Buzón de inconformidades y sugerencias	Ubicado en cada oficina de atención al público

Artículo 38: Cómo comportarse con un usuario “difícil”

Puede pasar, que tenga la oportunidad de atender un usuario que esté disgustado(a) o que, por alguna condición personal, podría considerarse “difícil”. A continuación, algunos consejos prácticos:

1. En primer lugar, mantenga la calma. No lo tome como algo “personal”, deje que el usuario se desahogue, pero póngale atención y muéstrese interesado(a).
2. El Usuario podría haber llegado ya disgustado(a) por alguna otra razón. Demuestre su profesionalismo, manténgase calmado(a) y tranquilo(a) ante esta situación.
3. Escuche al usuario. Déjelo que se exprese. No lo interrumpa. Al dejarlo hablar, él(ella) generalmente se calma, es como una “válvula de escape”.
4. Escúchelo y trate de comprender bien cuál es el problema. Concéntrese en entender cuál es la causa que provocó el disgusto.
5. No argumente desconocimiento, algún compañero(a) o proceso, aunque no sea totalmente culpa nuestra el malestar que el usuario exhibe. Es más conveniente intentar calmarlo(a), sin provocar que él o ella se sienta “culpable”.
6. Use frases como “le comprendo”, “qué pena”, “claro que sí”. Esas frases calman a la persona, pues demuestra que está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.

7. Procure que el usuario salga satisfecho(a). Recuerde que es preferible perder una venta, que perder a un usuario. Ese usuario que hoy está disgustado(a), si lo trata bien, puede volver mañana. Ofrezca la mejor solución que puede dar.
8. No intente ganar una discusión: intente ganar un usuario. Recuerde que una “discusión” ganada a un usuario es, de todos modos, una “discusión perdida”.
9. Si tiene que pasar el caso a otro compañero(a) o al jefe, procure explicarles todo el detalle, porque es aún más molesto para el usuario, tener que explicar dos veces una situación tensa.
10. Nunca asegure que no volverá a suceder, a menos que esté completamente seguro de que así será.

Artículo 39: Comunicación no verbal con usuarios “difíciles”

Al atender a un usuario disgustado(a) o “difícil”, lo que diga con su cuerpo es tan importante como lo que exprese verbalmente. Algunos consejos para manejar adecuadamente la comunicación no verbal en esos casos “especiales”:

- ▯ Mire al usuario a los ojos. Lo peor que puede hacer es evitar su mirada, pues el usuario puede pensar que no le está poniendo atención, que lo está ignorando o que simplemente, su inconformidad no interesa.
- ▯ Si puede, acérquese un poco más al usuario, trate de inclinar su cuerpo un poco hacia delante. Con esto, también demuestra interés, en lo que él(ella) está diciendo.
- ▯ No cruce los brazos sobre su pecho: Porque está demostrando, al menos subconscientemente, que está en desacuerdo con la persona que habla.
- ▯ Si es posible, no se coloque totalmente frente a frente con el usuario, prefiera ubicarse ligeramente de lado a él(ella), en ángulo. Debido a que es más fácil “discutir” con alguien que está de frente, que con alguien que está de lado.

- ▮ Cuide el tono de su voz. Recuerde que muchas veces no cuenta tanto lo que dice, sino cómo lo dice. Projete siempre un tono respetuoso.
- ▮ Y si el usuario eleva la voz, ¡baje la suya! Se necesitan dos para discutir.

TÍTULO VII TRABAJO EN EQUIPO

Artículo 40: Trabajo en equipo

Un equipo de trabajo es un grupo de personas que laboran juntas con un propósito y objetivos comunes, claramente identificados, con diferentes trasfondos, habilidades y aptitudes, pero altamente comunicativas, que buscan cumplir una determinada meta, bajo la conducción de un coordinador(a).

El Trabajo en Equipo se refiere a la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas.

Artículo 41: Requisitos del trabajo en equipo

Cooperación: La fortaleza de todo equipo está en la diversidad de elementos que lo componen, se basa en un sentido de misión compartida, y en visualizar que todos ganan si se logran los objetivos. Es decir, cuando se da una cooperación, se espera ganar algo con ello. Es necesario otorgar reconocimientos a la cooperación a través de incentivos y reconocimientos por logros, ya no sólo por antigüedad, o por la posición que ocupa el funcionario(a).

Contribución: El funcionario(a) debe contribuir voluntariamente o el grupo se lo exigirá. Si no contribuye, desmoraliza al equipo, por ello es vital

Comunicación: La información debe fluir, debe moverse rápidamente y sin tropiezos por todo el equipo. Es crucial la velocidad con que se transmite la información de un miembro a otro.

Compromiso: El compromiso se adquiere cuando se interiorizan los objetivos y se asumen como propios. Esto es conocido como la propiedad psicológica y se puede lograr si los miembros del equipo están involucrados en la toma de decisiones; participan y se les toma en cuenta, pero a la vez, todos

comparten los objetivos del grupo y se les persuade del por qué. Es importante que todos tengan acceso a los mismos recursos, premios y castigos.

Artículo 42: Trabajo en equipo y atención al usuario

Los usuarios perciben si en las organizaciones todos trabajan a un mismo ritmo, se comportan y actúan de la misma manera, por ello, la atención y el servicio al usuario es un asunto de trabajo en equipo. Algunas consideraciones que contribuyen a mejorar el trabajo en equipo:

- ▮ No se puede ser experto(a) en todo, se requiere que en todo equipo haya personas especializadas en una materia, distinta de otras.
- ▮ La filosofía del trabajo en equipo en el servicio al usuario incluye, apoyar y proteger la imagen y la dignidad de los compañeros(as) y, con ello, la imagen de la Institución.
- ▮ Si no conoce la respuesta ante una solicitud de un usuario, es preferible buscar la ayuda de un compañero(a). Recomendación: Nunca es bien visto decir “No sé”. Es mejor decir: “En este momento no cuento con suficiente información para responder su pregunta, pero permítame investigar o buscar a alguien que le pueda ayudar”. Esto es preferible a confundir al usuario y arriesgarse a perder el negocio.
- ▮ Nunca contradiga a un compañero(a) delante de un usuario, llámele aparte e indíquele el error. Procure apoyarlo y darle su lugar, pero no discuta nunca delante del usuario.
- ▮ Si tienen que salir a atender a un usuario juntos, póngase de acuerdo en cuál va a ser el papel de cada uno, para que nunca haya contradicciones o se proyecte una imagen de equipo poco profesional.
- ▮ Nunca hable mal de un compañero(a) ante un usuario. Si lo hace, estará deteriorando su propia imagen, la percepción de buen servicio y el de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación.

Artículo 43: Trabajando en equipo

A continuación se listan algunos elementos y características para trabajar en equipo:

1. Buenas comunicaciones: Las comunicaciones son la chispa que le dan vida al trabajo en equipo.
2. Sea bueno(a) en lo que hace: Los equipos necesitan talento, cuanto más pueda aportar, mejor será el rendimiento del equipo, motívese a dar lo mejor.
3. Respete su posición en el equipo: Cumpla con su papel. Esté claro(a) en qué es lo que se espera de usted como funcionario(a).
4. Respete la diversidad: Los grupos se enriquecen con personas con diferentes opiniones, valores y puntos de vista, porque conducen a decisiones de mejor calidad.
5. Respalde a los(as) que necesitan ayuda: No piense únicamente en sus necesidades, sino también en las del equipo. Entrene a otros, comparta conocimientos, desarrolle a sus compañeros.
6. Esté preparado(a) para sacrificarse por el equipo: Es necesario que prevalezca el interés del grupo por encima de su interés personal.
7. Ayude y facilite la entrada de nuevos miembros al equipo: Es normal que nuevos miembros tengan que pasar por un proceso de identificación con el grupo e inducción en el trabajo. Tenga paciencia y ayude cuando sea necesario.
8. No trate de ser el centro de atención: Reconozca el buen trabajo de un compañero(a), ayude a su equipo a creer en ellos mismos y en sus posibilidades de lograr las metas; motívelos. Es importante jugar limpio, se deben reconocer los méritos, destrezas y habilidades de otros.
9. Impulse la disciplina entre sus compañeros(as): Los equipos de alto rendimiento, se imponen así mismos altos niveles de disciplina y altos estándares de ética y moral. Esta autodisciplina es importante para generar confianza entre sus miembros.
10. Esté seguro(a) de hacer la diferencia: Los mejores miembros de un equipo no son necesariamente los mejor dotados, sino los más esforzados. Haga tanta diferencia como para que el equipo lo note.
11. Pase tiempo con sus compañeros(as): Dedique tiempo para conocer a sus compañeros(as) de equipo, sus gustos y preferencias, preocupaciones y necesidades. Apoye a los que tienen problemas personales o laborales con cariño y comprensión.
12. Siempre hay una mejor manera de hacer las cosas: No sea indiferente. Muestre interés por el trabajo y por cada uno de los miembros de su equipo.
13. Sea competitivo: La competitividad entre compañeros(as) es el aceite que acelera la eficiencia, innovación y productividad.

14. Ayude a crear un clima de confianza y respeto mutuo: Los equipos de alto rendimiento requieren que sus miembros se tengan fe entre sí, y la única forma de lograrlo es a través de la forma en que se comportan.
15. Fortaleza y apoye al líder o Gerente: Comprométase con los objetivos del grupo y apoye al jefe en su consecución. Ningún jefe será lo suficientemente bueno(a) sin buenos(as) funcionarios(as).

Artículo 44: Supervisión en el trabajo

Cuando un grupo de funcionarios(as) desempeña tareas operativas, funcionan como un equipo que colabora entre sí y que está en contacto y comprometido en una acción coordinada, cuyos miembros responden responsable y entusiastamente a la tarea. Esta clase de laborar en equipo facilita la tarea y generalmente incrementa la satisfacción en el trabajo.

Artículo 45: Papel de la persona que supervisa (supervisor(a), coordinador(a) o jefe(a))

El jefe, supervisor, coordinador debe procurar:

- ▯ **Ambiente de Apoyo:** Es necesario crear un ambiente propicio para que se dé un clima de colaboración y confianza.
- ▯ **Claridad del Papel:** Un grupo es capaz de trabajar como equipo, sólo hasta que haya comprendido lo que su supervisor(a) espera de cada uno de los integrantes. Como ejemplo: La formalización de un crédito.
- ▯ **Claridad en las metas:** Todos en el equipo de trabajo, deben conocer las metas u objetivos de su unidad, así como las reglas con las cuales serán supervisados(as).
- ▯ **Liderazgo adecuado:** Los miembros del equipo necesitan tiempo para conocerse, pero después se cierran a nuevas formas de analizar los problemas conforme se van aislando en su ambiente. El (La) líder debe guiar y motivar para que el trabajo no decaiga y la productividad siempre esté al máximo.
- ▯ **¿Qué sucede cuando hay buena supervisión?** Es realmente placentero observar a los equipos eficientes en acción. Sus integrantes comparten valores comunes, así como también la responsabilidad en la realización de su trabajo y en el logro de los objetivos. Están motivados con su trabajo y tienen un alto sentido de pertenencia y de logro.
- ▯ **Estilo de supervisión:** Es necesario que el jefe de Sección, use su posición para auto- involucrarse e involucrar a los demás hacia el logro de resultados concretos. Es necesario que trate de ayudar a los funcionarios(as) bajo su responsabilidad, motivarlos, participarlos,

estimularlos, sin utilizar mecanismos represivos, ni excesivos controles. Se trata de ser exigente, pero con sentido humano.

- ▯ **Información a los usuarios:** Debe supervisar diariamente, que la información expuesta a los usuarios esté actualizada. Por ejemplo: Formularios, tasas de interés y requisitos para trámites, entre otros.
- ▯ **Supervisión de la plataforma de servicios:** El jefe de sección debe estar vigilante de la Plataforma de Servicios, con el objetivo de brindar un servicio de calidad, haciendo rotación de personal en el momento oportuno.

TÍTULO VIII PRODUCTOS, PROCESOS, INFRAESTRUCTURA E INFORMACIÓN

Artículo 46: Producto

Los usuarios que nos visitan tienen necesidades financieras para tener acceso a la educación superior, la que buscan satisfacer con el producto y servicio que la Institución ofrece a través de un Crédito Educativo.

En el competitivo mundo globalizado de hoy, ofrecer productos o servicios de primera calidad puede hacer la diferencia entre la aceptación o el rechazo del usuario.

Artículo 47: Procesos

La forma en que se brinda el servicio, si se hace en forma ágil o lenta, es uno de los aspectos que más impacta la opinión del usuario en cuanto al servicio ofrecido. Se requiere agilizar y acortar los tiempos de los procesos.

Todos los procesos y trámites que van dirigidos al usuario externo e interno deben ser lo más ágiles y simples posibles. Las empresas están compitiendo contra el tiempo, acelerando sus procesos para que sean ágiles, sencillos y expeditos ante usuarios más exigentes y con menos tiempo. Los procedimientos (la tramitología) de servicio al usuario, requiere que sea más ágil, pero sin perder calidad en la atención individual.

La satisfacción del usuario surge de que existan relaciones internas de mayor calidad entre los(as) funcionarios(as), ya que con un adecuado ambiente de trabajo, procesos, procedimientos, normas adecuadas y ágiles, habrá una mayor satisfacción de los(as) funcionarios(as), quienes serán más

productivos. Lo anterior debe producir un servicio de mayor calidad para el usuario y en consecuencia un aumento en su satisfacción y lealtad.

Artículo 48: Infraestructura

El usuario con frecuencia reacciona positiva o negativamente por lo que percibe del ambiente físico donde es atendido, y de los equipos y sistemas. Esto incluye: colores, rotulación exterior e interior, mobiliario y equipo de oficina, servicios sanitarios, música ambiental, salas de espera, orden, limpieza y, en general, el estado de la infraestructura, las instalaciones físicas y los equipos.

Por lo que es de importancia:

Edificios: Los edificios e instalaciones representan la imagen de la empresa.

Equipos: La condición y apariencia de los equipos que se utilizan influyen en la percepción del usuario, lo mismo que el escritorio, cubículo o mostrador.

De la misma forma en que los usuarios se forman una primera impresión de la persona que lo atiende, también se da en cuanto a la calidad y el nivel de las instalaciones de la empresa, con sólo ver cómo se encuentra su infraestructura.

Los factores “limpieza” e “higiene” entran en juego como componentes complementarios del servicio al usuario. Otros factores que intervienen son los llamados “impactos sensoriales”, estos factores se pueden clasificar en tres grupos:

a. Ambiente general:

- Oficina ordenada.
- Limpieza de oficina y baños.
- La decoración.
- Libre de basuras.
- Ventilación adecuada.
- Iluminación adecuada.
- Que la información y folletos de los servicios de CONAPE estén ordenados.
- Que no existan signos externos ajenos a CONAPE.

b. Infraestructura y equipos:

- Equipos limpios y en buen estado.
- Archivos, escritorios y mobiliario ordenado.
- Rótulos y letreros internos, limpios, ordenados y actualizados.
- La pintura externa e interna del edificio en buen estado y con los colores institucionales.
- La limpieza de los vidrios.
- El estado de los cielos rasos.
- El estado de los pisos.
- Los baños: ¿Funcionan bien lavatorios e inodoros? - ¿Tienen jabón? - ¿Tienen papel higiénico?
- Televisores y videos.
- *Solo se permiten los videos y cintillos institucionales y oficiales de CONAPE, noticia, canales educativos y programas de interés nacional.*
- La música o el nivel de ruido que haya en el ambiente.

c. Servicios electrónicos:

- Computadoras al servicio de los usuarios, deben estar limpios y en perfecto estado de funcionamiento.
- Las puertas deben funcionar correctamente.
- La seguridad debe ser adecuada, según lo establecido.
- Los letreros y avisos deben ser legibles y bien colocados.

Artículo 49: Información

La información que el usuario tenga referente a la Comisión Nacional de Préstamos para Educación, antes de entrar directamente en contacto, influye en la percepción del servicio. De ahí la importancia de mantenerle permanentemente informado a través de la comunicación integrada de mercadeo, lo que incluye publicidad. Algunos factores que intervienen son:

1. Lo que se diga de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación.
2. La imagen de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación.
3. La publicidad.
4. El sitio en Internet.
5. La información que circula de boca a boca o correo de voz.

6. El contacto con funcionarios(as) y la información que suministran.
7. La atención telefónica de los usuarios que llaman pidiendo información.
8. Los folletos y la literatura en general.

Lo anterior hace necesario contar con material impreso con explicaciones de los productos y servicios. En este tema es recomendable lo siguiente:

- Tener suficiente información disponible acerca de CONAPE y sus servicios.
- Estar accesible a los usuarios. Una forma es utilizar dispensadores de autoservicio.
- No poner basureros cerca.
- Aunque puede ser un simple panfleto, plegadizo o no, tiene que ser de calidad y a colores.
- La literatura es una herramienta de mercadeo que sirve para sembrar, la cosecha viene después.

TÍTULO IX DEL USUARIO INTERNO

Artículo 50: El usuario interno

No importa si no atiende usuarios externos de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación directamente, ¡también está en servicio al usuario interno!

Se trata de una cadena de valor, por medio de la cual, al brindar el mejor servicio a sus compañeros(as) de trabajo, facilita que el eslabón final, el usuario externo, reciba un servicio de excelencia.

Cada funcionario(a) hace realidad la “Cadena del Valor” cuando:

- Se esfuerza por atender, en forma ágil y dinámica, un requerimiento de servicio de un compañero(a) o una unidad, sin importar el lugar donde se encuentre.
- Distribuye información necesaria para dinamizar el proceso, en forma oportuna y por los canales más adecuados.
- Lleva al día su trabajo, considerando que éste incide sobre el resultado final de los procesos de la cadena de valor.
- Se esfuerza por dejar una buena impresión en los usuarios externos con quienes se cruza en un pasillo, ayudándolos a ubicarse dentro de las instalaciones de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación, o simplemente, sonriéndoles.

- Hace esfuerzos por lograr una mayor camaradería y buenas relaciones interpersonales entre los departamentos, secciones, unidades y demás dependencias.
- Impulsa el trabajo en equipo y otorga la debida importancia al aporte de los compañeros(as).
- Propone ideas y soluciones a situaciones que ayudan a mejorar el servicio al usuario.
- Trata a sus compañeros(as) con amabilidad y cortesía.
- Recuerde cómo se tratan entre compañeros(as). De igual forma sucede con los usuarios. Debe tratarlos como si fueran sus visitas en la casa; con amabilidad, cortesía y ganas de ayudar.
- Siempre demuestre que está a gusto con la presencia de usuarios.

TÍTULO X RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 51°—Responsabilidad disciplinaria.

Las violación a los deberes impuestos por este Manual por cualquier funcionario incluyendo al Contralor de Servicios, serán sancionadas de conformidad con lo regulado en el Reglamento Autónomo de Trabajo de CONAPE, Código de Trabajo, y demás normas supletorias y concomitantes.

TÍTULO XI DISPOSICIONES FINALES

Artículo 52: Aplicación y capacitación del Manual.

La Sección de Recursos Humanos y la Contraloría de Servicios serán las instancias encargadas de capacitar a los funcionarios en el conocimiento y aplicación del presente Manual.

Artículo 53: Vigencia.

Este manual de servicio al usuario rige a partir de la aprobación por parte del Consejo Directivo de la Comisión Nacional de préstamos para Educación.

BIBLIOGRAFIA

- Plan Operativo Institucional, Comisión Nacional de Préstamos para Educación.
- Manual de Atención y Servicio al Cliente, Instituto de Desarrollo Agrario.
- Normas de Atención y Servicio a las personas usuarias, Dirección General de Aviación Civil.
- Manual de Servicio al Cliente, Municipalidad de Escazú.
- Normas de Atención y Servicio al Cliente, Banco Popular y de Desarrollo Comunal.