



COMISIÓN NACIONAL DE PRÉSTAMOS PARA EDUCACIÓN

CONTRALORÍA DE SERVICIOS DE CONAPE

**MANUAL DE LINEAMIENTOS PARA
LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

Mayo, 2025

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Lista de responsables y roles

Rol	Nombre	Puesto	Firma
Elaboró	Erick Artavia	Contralor de Servicios	
Revisó	Jean Carlos Barrientos Karen Herrera	Comisión Mejora Regulatoria	
Aprobó	Efrain Miranda	Secretario Ejecutivo	
Autorizó publicación	Karen Herrera	Gestora de Procesos	

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Contenido

Lista de responsables y roles	2
Contenido.....	3
Definiciones	5
CAPITULO I. DISPOSICIONES GENERALES	6
Artículo 1: Propósito	6
Artículo 2: Acatamiento obligatorio	6
Artículo 3: Objetivo general y objetivos específicos.	7
Artículo 4: Responsabilidades.....	7
Artículo 5: Misión y Visión de CONAPE.....	7
Artículo 6: Valores.	7
CAPITULO II. EXPERIENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE	8
Artículo 7: Enfoque del servicio al cliente.	8
Artículo 8: Tipos de cliente	8
Artículo 9: Principios generales en la atención al cliente	9
Artículo 10: Actitudes.....	10
Artículo 11: Producto enfocado a las necesidades del cliente	10
Artículo 12: Optimización de Procesos para mejorar el servicio	11
Artículo 13: Infraestructura	12
Artículo 14: Información.....	13
Artículo 15: Mejora continua en la atención y servicios.....	15
CAPITULO III. COMUNICACIÓN	16
Artículo 16: Elementos de la comunicación verbal	16
Artículo 17: Lo que debemos evitar en la comunicación verbal	16
Artículo 18: Técnica de preguntas	17
Artículo 19: Comunicación no verbal	18
CAPÍTULO IV. IMAGEN.....	19
Artículo 20: Imagen Institucional	19
Artículo 21: Primera impresión	19
Artículo 22: Apariencia e higiene personal	20
Artículo 23: Vestimenta	20
CAPÍTULO V RELACIONES HUMANAS	21
Artículo 24: Concepto Relaciones Humanas	21
Artículo 25: Factores claves en las relaciones humana para una experiencia satisfactoria del Cliente.....	21
Artículo 26: Factores negativos de las relaciones humanas.	21
CAPÍTULO VI LINEAMIENTOS PARA LA ATENCION AL CLIENTE	23
Artículo 27: Canales de Atención	23
Artículo 28: Reglas de cortesía	23
Artículo 29: Actitudes en la atención de un cliente	24

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Artículo 30: Protocolos para la atención de clientes	25
a. Protocolo para la atención presencial.....	25
b. Protocolo para la atención telefónica.....	26
c. Protocolo para la atención telefónica en la central telefónica	27
d. Protocolo para la atención presencial de clientes con discapacidad.....	28
e. Protocolo Atención Personas Adulto Mayor	30
f. Protocolo Atención con Niños(as) en la Institución	30
g. Protocolo en atención de un cliente “difícil”	30
h. Protocolo para la atención de clientes por correo electrónico.	31
CAPÍTULO VII CONTINUIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE	33
Artículo 31: Ausencia de funcionarios(as).	33
Artículo 32: Tiempo de respuesta y agilidad.....	33
Artículo 33: Atención por Recepcionista	33
Artículo 34: Atención por Oficiales de seguridad	34
CAPÍTULO VIII. ATENCIÓN INCONFORMIDADES EN EL SERVICIO	34
Artículo 35: Presentación de Inconformidades	34
CAPITULO IX. TRABAJO EN EQUIPO	35
Artículo 36: Trabajo en equipo	35
Artículo 37: Principios del trabajo en equipo.	35
Artículo 38: Supervisión en el trabajo	37
Artículo 39: Papel de la persona que supervisa (jefe(a))	37
CAPITULO X REGIMEN DISCIPLINARIO.....	38
Artículo 40 Responsabilidad disciplinaria.	38
CAPITULO XI DISPOSICIONES FINALES	39
Artículo 41: Aplicación y capacitación del Manual.....	39
Artículo 42: Vigencia.....	39

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Definiciones

Para los efectos de este Manual se entenderá por:

Actitud: Disposición de ánimo de la persona que se refleja en el comportamiento externamente.

CONAPE: Comisión Nacional de Préstamos para Educación.

Contraloría de Servicios: Mecanismo de participación ciudadana que facilita la comunicación entre las personas usuarias y la institución encargada de ofrecer los servicios públicos, con el propósito de garantizar la calidad de los servicios, la satisfacción de la persona usuaria y la utilización eficiente de los recursos públicos.

Cliente Externo o Usuario: Persona física o jurídica, que busca los servicios a CONAPE para realizar sus solicitudes según la naturaleza de la institución.

Imagen: Percepción cognitiva que el cliente forma acerca de la institución y del servicio proporcionado.

Productos: Resultado de alguna acción.

Proceso: Método adoptado para llegar a un determinado fin.

Servicio: Cualquier actividad dirigida a satisfacer las necesidades o un interés de una persona, grupo de personas o una entidad pública o privada.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPITULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Un manual de experiencia al cliente es una guía detallada que proporciona las pautas y procedimientos necesarios para ofrecer un servicio excepcional y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Este manual debe funcionar de guía y recordatorio constante del comportamiento esperado de los funcionarios de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE), mediante el fomento los valores y prácticas que reflejan profesionalismo y respeto hacia nuestros clientes.

Se presenta como una herramienta que ayuda a los funcionarios a adquirir conocimientos teórico-prácticos de manera activa, para una experiencia satisfactoria del cliente.

Artículo 1: Propósito

Este manual de lineamientos para la atención y servicio al cliente tiene como propósitos:

1. Desarrollar un documento de fácil acceso para la consulta de los funcionarios, que les permita comprender cómo manejar cada interacción con el cliente.
2. Estandarizar la atención al cliente externo e interno en todas nuestras oficinas.
3. Motivar a los funcionarios para que valoren las relaciones con los clientes, las faciliten y actúen independientemente.
4. Busca que tanto clientes internos como externos reciban una excelente atención.
5. Contribuir al proceso de inducción de nuevos funcionarios en la cultura de atención y Servicio al cliente de CONAPE.
6. Capacitar para mejorar las habilidades de relación interpersonal de nuestros funcionarios. Y aumentar sus competencias en el ámbito del servicio al cliente.
7. Pretende mejorar la evaluación del servicio al cliente y la comprensión por parte de los funcionarios de la importancia de un servicio excelente para el cumplimiento de la misión de la institución

Artículo 2: Acatamiento obligatorio

Los lineamientos que se detallan a continuación conforman un código de conducta y protocolo para la adecuada prestación del servicio al cliente en la Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE) .

Su cumplimiento es obligatorio para todo el personal vinculado a la institución, tanto funcionarios permanentes, como personal de apoyo Outsourcing.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Artículo 3: Objetivo general y objetivos específicos.

El objetivo general de este manual es establecer lineamientos para la prestación de servicios de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE), tanto para el cliente interno como externo.

Los objetivos específicos de este manual incluyen:

1. Fortalecer la calidad del servicio mediante la estandarización de prácticas y protocolos que garanticen una atención eficiente, ágil y centrada en el cliente.
2. Optimizar los procesos de atención, para que las interacciones con el cliente sean claras, respetuosas y satisfactorias y efectivas, con tiempos de respuesta ágiles.
3. Asegurar la coherencia institucional, de modo que cada funcionario, sin importar su rol o ubicación, ofrezca un servicio alineado con los valores y estándares de calidad de CONAPE.
4. Fomentar la cultura de mejora continua, promoviendo el desarrollo constante de las habilidades de los funcionarios así como su capacidad para adaptarse a las expectativas y necesidades cambiantes de los clientes

Artículo 4: Responsabilidades

Corresponde a cada funcionario cumplir las disposiciones establecidas en este manual y a las jefaturas velar por el cumplimiento integral en el personal a su cargo.

Artículo 5: Misión y Visión de CONAPE

Misión Institucional

“Brindamos servicios accesibles de préstamos para educación a estudiantes que requieran apoyo económico para contribuir al desarrollo del país”.

Visión Institucional

“Al 2028 brindar un servicio de préstamo educativo con las mejores condiciones será una experiencia satisfactoria para el cliente”.

Artículo 6: Valores.

Los funcionarios de CONAPE deben practicar y promover una serie de valores esenciales que guiarán su comportamiento y desempeño, fortaleciendo tanto la calidad del servicio al cliente como el desarrollo institucional.

Estos valores no solo forman la base de una cultura organizacional sólida, sino que también permiten crear un ambiente de trabajo colaborativo, ético y orientado al éxito colectivo.

1. **Transparencia:** En CONAPE efectuamos las acciones de forma tal, que puedan ser exhibidas, supervisadas o evaluadas, en cumplimiento de la normativa ética, técnica y legal que nos regula, tanto a nivel interno como externo.
2. **Experiencia al cliente:** En CONAPE trabajamos para comprender las necesidades y expectativas de nuestros usuarios y brindarles una experiencia segura y ágil en el proceso crediticio.
3. **Solidaridad:** En CONAPE brindamos condiciones crediticias accesibles, prioritariamente a los usuarios de los sectores más vulnerables del país.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPITULO II. EXPERIENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE

Artículo 7: Enfoque del servicio al cliente.

Los funcionarios en CONAPE deben:

- Adoptar una actitud cortés y orientada a ayudar al cliente, situándolo como el centro de su actividad.
- Estar capacitados para brindar una atención y servicio excelente al cliente con el objetivo de comprender las necesidades y tratar de satisfacerlas de la mejor manera posible, teniendo en cuenta que el cliente interno es tan importante como el cliente externo.

El enfoque del servicio al cliente implica dos elementos fundamentales: la atención y el servicio proporcionado.

La atención al cliente requiere cortesía disposición para ayudar, entusiasmo, empatía, puntualidad. Para mostrar un trato al cliente, que refleje que es la persona más importante y la razón de ser del trabajo de la institución.

Por otro lado **el servicio** en si demanda una mejora continua de los procesos internos que involucren al cliente. No se logra nada si la atención al cliente es excelente, pero los procesos no lo son.

Una atención y un servicio excelente, es indispensable en el mercado actual y constituyen una ventaja competitiva.

En CONAPE la excelencia en el servicio al cliente implica que el servicio brindado por los funcionarios supere las expectativas de los clientes.

El valor agregado más importante es la calidad de las relaciones humanas que establecen los funcionarios, es decir, la excelencia del personal.

El valor agregado en servicio al cliente consiste en todo aquello que el cliente percibe como un beneficio sin costo directo, como lo es la atención personalizada y el servicio brindado.

Asimismo incluye la conveniencia que se ofrece a través de factores como los horarios de atención ,la disponibilidad de parqueo, y la ubicación de las oficinas.

Artículo 8: Tipos de cliente

En CONAPE, el término cliente abarca tanto aquellos usuarios que utilizan nuestros servicios externamente como a los funcionarios internos que participan en la presentación de dichos servicios.

Tipos de cliente:

Cliente Externo

- Interesado
- Solicitante

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

- Prestatario
- Deudor
- Participantes : Fiadores, Encargados Legales , Dueños de Propiedad

Cliente Interno

- Funcionarios
- Call Center

Artículo 9: Principios generales en la atención al cliente

En función de atender los requerimientos de los clientes se debe prestar los servicios según los principios sobre el cual gira el actuar de cada uno de los funcionarios de CONAPE.

Excelencia en el trato y atención: Ofrecer un trato con amabilidad y atención dedicada, para que el cliente perciba que él es lo más importante.

Capacidad de respuesta: En las interacciones con el cliente, se debe actuar con seriedad, seguridad y rapidez ante los requerimientos de su cliente. El cliente valora el servicio ágil y oportuno, considerando que el tiempo es su recurso más valioso por lo tanto no debe hacerle esperar.

Confiabilidad de la información: Los clientes valoran la honestidad, incluso cuando la expectativa no se cumple plenamente. Se debe evitar mentir, ya que esto puede tener repercusiones negativas tanto para el individuo como para la institución y el cliente.

Trabajo en equipo: Cuando forma parte de un equipo es fundamental mostrar solidaridad con los compañeros y trabajar en colaboración para ofrecer al cliente el mejor servicio posible.

Es crucial garantizar la continuidad del servicio. Durante los periodos de descanso, como el almuerzo y café, se debe procurar que el servicio no se detenga ni baje en calidad.

Seguimiento: Son esenciales para proporcionar una experiencia satisfactoria al cliente. La institución se compromete a dar seguimiento a los requerimientos de los clientes y a cumplir con sus promesas siempre buscando la mejor manera de satisfacer sus necesidades.

Apertura a la retroalimentación: Mantener una actitud positiva ante los resultados o sugerencias de los clientes es fundamental, para buscar constantemente la excelencia en el desempeño. Además, se considera la retroalimentación como una oportunidad para mejorar continuamente la calidad del servicio al cliente.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Artículo 10: Actitudes

Las actitudes del personal están influenciadas por sus motivaciones y por la manera en que se relacionan tanto entre ellos como los clientes. Estas motivaciones se dividen en dos tipos:

1. **Motivación positiva:** Se trata de cuando las personas realizan acciones convencidas de que es lo correcto, tanto para su propio beneficio como para lo demás. Desean causar una buena impresión.
2. **Motivación negativa:** Es cuando las personas hacen las cosas por temor.

Actitudes adecuadas en atención al cliente

1. **Compromiso con la excelencia:** Los altos estándares empiezan con uno mismo. Siempre hay que dar más de lo que se espera. Demuestra iniciativa y compromiso en sus actividades.
2. **Adaptación al cambio:** En lugar de resistirse para lograr grandes cosas, se debe empezar por pequeñas acciones y adaptarse a las condiciones. Es creativo e innovador para buscar nuevas formas de realizar tareas. Tiene el deseo de innovar y mejorar lo que ya existe.
3. **Autoconfianza.** La preparación reduce la presión, ya que construye seguridad. Se preocupa por adquirir un conocimiento más profundo de su trabajo, Estudia y se prepara continuamente, mostrando interés por el servicio al cliente y las técnicas de atención.
4. **Motivación por brindar servicio al cliente :** Tiene deseos de ayudar y muestra empatía hacia los demás. Valora y facilita relaciones sociales.
5. **Confidencialidad:** Es fundamental salvaguardar el secreto profesional en todo momento. Toda información relacionada con el cliente, debe ser protegida y no divulgada bajo ninguna circunstancia .

Artículo 11: Producto enfocado a las necesidades del cliente

Los clientes que visitan la institución buscan satisfacer necesidades concretas para acceder a la educación. El principal producto que CONAPE ofrece es el Crédito Educativo, un producto que se adapta respondiendo a las expectativas y aspiraciones de los clientes.

Cuando el producto esta diseñado y ajustado a las necesidades de los clientes no solo garantiza su aceptación, sino que también fomenta la lealtad y satisfacción del cliente a largo plazo, por lo que se continúa accediendo al crédito educativo en la cadena generacional.

Para asegurar que el Crédito Educativo cumpla con los más altos estándares de calidad y competitividad, es fundamental considerar los siguientes aspectos:

1. **Adecuación a las necesidades del cliente:** El préstamo para estudios debe estar alineado con las expectativas financieras

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

- de los clientes, ofreciéndoles soluciones flexibles, accesibles y adaptadas a su situación particular.
- Transparencia y claridad:** Las condiciones del crédito, como tasas de interés, plazos y requisitos, deben comunicarse de manera clara y transparente.
- Innovación continua:** En un entorno cambiante, es crucial revisar y ajustar constantemente los productos para que sigan siendo competitivos. Esto puede incluir mejoras en las condiciones del crédito o la introducción de nuevas facilidades que beneficien a los clientes.
- Calidad en la atención y el servicio:** La experiencia del cliente no solo depende del producto en sí, sino también de cómo se entrega el servicio. La amabilidad, el profesionalismo y el conocimiento del personal que atiende son determinantes en la percepción del cliente sobre la calidad del producto.

El crédito educativo de alta calidad, junto con un servicio eficiente y orientado al cliente, asegura que la Institución no solo cumpla con su misión, sino que lo haga de una manera que supere las expectativas de los clientes, creando relaciones duraderas basadas en la confianza y la satisfacción.

Artículo 12: Optimización de Procesos para mejorar el servicio

La forma en que se brindan los servicios es uno de los factores que más impacta la opinión del cliente, de manera que eficiencia en la prestación del servicio es clave para la percepción que los clientes. Por lo tanto, es imperativo agilizar y reducir los tiempos de respuesta en los procesos, asegurando que estos sean fluidos, rápidos y sencillos, sin comprometer la calidad.

Agilidad en los Procesos: En el entorno actual, las organizaciones se encuentran en una carrera contra el tiempo, en la que la agilidad y la simplicidad de los procesos se han convertido en una ventaja competitiva. Los clientes, tanto internos como externos, buscan soluciones rápidas, eficientes y sin complicaciones. Para satisfacer estas expectativas, es fundamental revisar y optimizar constantemente los procesos, eliminando pasos innecesarios y simplificando los trámites, de manera que el servicio sea expedito y efectivo. La "tramitología" debe transformarse en un proceso más ágil, asegurando siempre que la calidad de la atención individual no se vea comprometida.

La relación entre procesos internos y satisfacción del cliente: La calidad del servicio que una organización ofrece a sus clientes está intrínsecamente ligada a la calidad de las relaciones internas entre sus colaboradores. Un equipo de trabajo motivado, bien coordinado y que opera en un ambiente laboral saludable es más eficiente y como resultado, brinda un mejor servicio. Implementar procesos internos claros, normas adecuadas y procedimientos ágiles contribuye a crear este entorno productivo, lo cual se refleja directamente en la satisfacción del cliente final.

Mejora de la productividad y la calidad del servicio: Al establecer relaciones internas armoniosas y mejorar los procesos, los(as) funcionarios(as) se sentirán más comprometidos con sus tareas y serán más productivos. Esto, a su vez, impactará positivamente en la calidad del servicio al cliente. Un servicio más eficiente, ágil y personalizado incrementa no solo la satisfacción del cliente, sino también su lealtad a la organización. De esta manera, la optimización de los procesos no solo beneficia a los colaboradores, sino que refuerza la relación con el cliente y mejora la imagen general de la organización.

Compromiso con la mejora continua: En CONAPE se ha adoptado un enfoque de mejora continua, revisando y ajustando sus procesos regularmente. Las necesidades de los clientes evolucionan, y los procesos deben adaptarse para mantenerse al día con estas demandas. Solo a través de la constante innovación y optimización de los procedimientos es posible mantener un servicio al

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

cliente de alta calidad, que cumpla con las expectativas de rapidez, simplicidad y eficacia.

Artículo 13: Infraestructura

La percepción del cliente sobre el servicio recibido no solo se basa en la atención directa, sino también en el entorno físico en el que es atendido. El ambiente, los equipos y la infraestructura influyen significativamente en su experiencia. Cada detalle, desde los colores y la rotulación hasta la limpieza y el estado del mobiliario, contribuye a formar una impresión global de la empresa.

Los edificios e instalaciones no son simplemente espacios funcionales; representan la imagen y los valores de la institución. La infraestructura, junto con el estado de los equipos y la apariencia general, comunican al cliente la calidad del servicio y el nivel de profesionalismo de la organización. Así como la primera impresión del personal que lo atiende es crucial, el estado físico del entorno en el que se encuentran también condiciona su percepción.

Elementos clave que influyen en la percepción del cliente:

Ambiente general: El entorno debe generar una sensación de orden y bienestar. Esto incluye:

- **Oficinas ordenadas:** El espacio de trabajo debe estar bien organizado, evitando desorden y acumulación de papeles o elementos innecesarios.
- **Limpieza de oficinas y baños:** Un ambiente limpio y bien mantenido genera confianza y comodidad en los clientes.

Decoración: La decoración debe ser sobria y coherente con la imagen institucional, evitando excesos o distracciones innecesarias.

- **Libre de basuras:** Las áreas comunes, salas de espera y pasillos deben mantenerse limpios, sin basura ni objetos fuera de lugar.
- **Ventilación e iluminación adecuadas:** El ambiente debe ser confortable, bien ventilado e iluminado para asegurar el bienestar tanto de los clientes como del personal.
- **Información y folletos actualizados:** Los folletos, formularios y demás materiales de información deben estar organizados y accesibles, garantizando que toda la información sea clara y relevante.
- **Ausencia de elementos ajenos a la institución:** Solo deben mostrarse elementos institucionales que refuercen la identidad de la empresa, evitando señales externas que puedan distraer o confundir al cliente.

Infraestructura y equipos: El estado de los equipos y la infraestructura es un reflejo de la calidad del servicio. Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Equipos limpios y en buen estado:** Computadoras, impresoras, teléfonos y cualquier otro equipo utilizado deben estar limpios y funcionar correctamente.
- **Mobiliario en orden:** Archivos, escritorios y otros muebles deben mantenerse organizados, sin sobrecarga de objetos o documentos.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

- **Rotulación interna:** Los rótulos y letreros deben estar actualizados, ser visibles y limpios, facilitando la orientación del cliente.
- **Estado de las instalaciones:** La pintura, vidrios, techos y pisos deben estar en buenas condiciones, transmitiendo una imagen de cuidado y mantenimiento continuo.
- **Baños en buen estado:** Los servicios sanitarios deben estar bien provistos (con jabón, papel higiénico, etc.) y sus instalaciones deben funcionar adecuadamente.
- **Televisores y medios visuales:** Solo se debe permitir la reproducción de contenido institucional, educativo o de interés general, evitando distracciones innecesarias.

Servicios electrónicos y tecnológicos

El uso adecuado de la tecnología también influye en la percepción del cliente:

1. **Computadoras para los clientes:** Los equipos dispuestos para el uso del público deben estar en perfecto estado, limpios y con las funciones operativas necesarias.
2. **Puertas y accesorios:** Las puertas automáticas o convencionales deben funcionar sin inconvenientes, garantizando accesibilidad y comodidad para los clientes.

Seguridad adecuada: Las medidas de seguridad deben estar visibles y ser funcionales, brindando confianza y protegiendo tanto al personal como a los clientes.

3. **Legibilidad de letreros y avisos:** Toda la señalización debe ser clara, fácilmente legible y estar bien colocada para facilitar la orientación y la comprensión de los clientes.

Para mantener un alto estándar de calidad en el servicio, es fundamental que la infraestructura y los equipos sean revisados de manera periódica. La supervisión constante garantiza que los espacios se mantengan en las mejores condiciones posibles, lo que a su vez impacta positivamente en la satisfacción del cliente.

Cada interacción que el cliente tenga con el entorno físico de la institución debe ser una oportunidad para fortalecer la imagen institucional y generar confianza.

Artículo 14: Información

La percepción del cliente comienza mucho antes de que exista un contacto directo. La información que el cliente recibe sobre la institución influye significativamente en su experiencia y expectativas sobre el servicio. Por ello, es fundamental mantener una comunicación clara, precisa y accesible, utilizando diversos canales de mercado y publicidad. La integración de esta comunicación es clave para construir y consolidar una imagen institucional positiva.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Factores que influyen en la percepción del cliente sobre CONAPE:

- **La reputación de CONAPE:** La opinión pública y los comentarios en medios tienen un impacto significativo en la imagen de CONAPE.
- **La imagen institucional:** La percepción de la identidad y valores de CONAPE por parte de los clientes y la comunidad en general es fundamental para su posicionamiento.
- **Publicidad:** Los mensajes y campañas publicitarias deben comunicar los servicios y productos de la institución de manera clara y coherente con sus valores institucionales.
- **Presencia en Internet:** El sitio web de CONAPE y redes sociales es una puerta de entrada clave para los clientes. Estos deben ser accesibles y contener información actualizada y relevante.
- **Información de boca en boca o medios informales:** La información que circula de manera informal, como referencias de terceros o comentarios en medios no oficiales influyen en la confianza del cliente.
- **Interacción con los(as) funcionarios(as):** La calidad de la información proporcionada por el personal en cada contacto afecta directamente en la percepción del servicio.
- **Atención telefónica:** Las llamadas de los clientes que buscan información deben ser gestionadas de manera eficiente, garantizando respuestas claras, amables y oportunas para mejorar la experiencia la cliente.
- **Folletos y materiales impresos:** La información distribuida, como folletos, panfletos o trípticos, debe estar bien diseñada, ser clara y de calidad, reflejando la imagen profesional de CONAPE .Es fundamental contar con materia impreso que explique de manera detallada los productos y servicios ofrecidos.
En este tema es recomendable lo siguiente:
 - **Material informativo adecuado y accesible:** Es esencial disponer de material impreso de calidad, que explique de forma detallada los productos y servicios de CONAPE. Este material debe estar siempre actualizado.
 - **Accesibilidad de la información:** El material informativo debe ubicarse en lugares visibles y accesibles para los clientes, facilitando el autoservicio a través de dispensadores o expositores.
 - **Ubicación estratégica de los materiales:** Se debe evitar la colocación de objetos como basureros cerca de los dispensadores o puntos de información, para no interferir en la presentación ni en la percepción de limpieza.
 - **Calidad visual y diseño:** Aunque el formato puede ser sencillo, el diseño y presentación del material deben ser profesionales, utilizando colores atractivos y un lenguaje fácil de comprender.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Artículo 15: Mejora continua en la atención y servicios

CONAPE se encuentra en un proceso constante de búsqueda y perfeccionamiento de factores que nos diferencian de otras entidades. Su objetivo es posicionarse como la opción más confiable y eficiente en el otorgamiento de crédito educativo, a través de la mejora continua de sus servicios. Entre las ventajas competitivas que ofrece se destacan:

1. **Atención esmerada y personalizada:** La institución se esfuerza por brindar una atención cercana y profesional, entendiendo que cada cliente es único y tiene necesidades específicas. La calidad en la atención es un pilar fundamental para generar confianza y asegurar la satisfacción de nuestros usuarios.
2. **Optimización de tiempos de respuesta:** La institución está comprometida a reducir los tiempos de espera y agilizar los procesos de crédito. Su meta es no solo cumplir, sino superar las expectativas de los clientes, brindando respuestas rápidas y efectivas sin comprometer la calidad del servicio.
3. **Comprensión y atención de las necesidades del cliente:** La institución escucha activamente a sus clientes para identificar y entender sus necesidades financieras y académicas. A través de esta comprensión, ofrece soluciones adecuadas y personalizadas, buscando facilitar su acceso a la educación superior.
4. **Innovación en procesos y tecnología:** La institución implementa constantemente mejoras tecnológicas en sus sistemas y plataformas para ofrecer un servicio más eficiente, accesible y fácil de utilizar. Esto incluye la digitalización de trámites, facilitando el acceso a la información y mejorando la experiencia del cliente.
5. **Compromiso con la excelencia operativa:** La mejora continua es un proceso en el que todos los miembros de la organización están involucrados. Se realizan auditorías y revisiones periódicas de los procesos para identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias que aumenten la eficiencia y la satisfacción del cliente.
6. **Responsabilidad social y ética :** Como institución pública, CONAPE se guía por principios de transparencia, equidad y responsabilidad en todas sus operaciones. Se asegura de actuar siempre en el mejor interés de sus clientes, con un compromiso ético que fomenta su bienestar académico y profesional.

La búsqueda de mejora continua de CONAPE no tiene fin. El éxito de la institución depende de su capacidad para adaptarse a los cambios, anticipar las necesidades de los clientes y ofrecer un servicio que no solo cumple con los estándares del mercado, sino que los supere. Este compromiso con la calidad y la innovación es lo que permitirá a CONAPE diferenciarse en el mercado y mantener la confianza de sus clientes.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPITULO III. COMUNICACIÓN

Artículo 16: Elementos de la comunicación verbal

La comunicación verbal se lleva a cabo a través del habla cuando una persona expresa sus ideas verbalmente. Algunos elementos importantes de la comunicación verbal son:

- a. **Confianza:** Es fundamental establecer un ambiente de confianza cuando se conversa o se está explicando a un cliente.
- b. **Respiración:** Respire en forma natural, con tranquilidad. Aprenda a respirar profundamente para reducir la ansiedad.
- c. **Sonría:** Transmita confianza y amabilidad con una sonrisa.
- d. **Sea breve y simple:** Hable con términos y vocablos simples. Evitando complicaciones innecesarias.
- e. **Orden:** Hable ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un final.
- f. **Convicción:** Su actitud corporal y tono de voz deben ser convincentes, identificándose con el cliente.

Artículo 17: Lo que debemos evitar en la comunicación verbal.

Aspectos que impiden la buena comunicación

1. Falta de habilidad interpretativa o narrativa, se refiere a incapacidad de comprender o desarrollar el mensaje lo puede generar malentendidos.
2. No sea prepotente, sea modesto al presentar sus ideas y paciente mientras escucha.
3. No sea egocéntrico (mi Sección, o es que yo, porque yo, yo he pensado...).
4. Recriminar al interlocutor(a) (está equivocado(a), no me ha entendido...).
5. Espere resistencia, en lugar de resentirse.
6. Diferencias de lenguaje, se refiere a las barreras que surgen cuando las personas no comparten el mismo idioma o cuando utilizan terminologías técnicas que no son comprendidas por todos.
7. Creer en diferencias por la profesión, estatus o condición social.
8. Sentimientos, estados de ánimo.
9. 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).
- 10.

Se debe tener cuidado de usar frases negativas o descuidadas, ante un cliente .
Evite el uso de estas frases:

- ¿Entiende? - - .

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

- ¿Pero es que no ha leído el contrato,
- ¿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.
- Está ocupado(a) resolviendo un asunto importante. -Recuerde, nada es más importante que el cliente.
- 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 cliente 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
- Ya le contesté eso.

Además, es importante evitar la familiaridad excesiva con los clientes y mantener siempre un trato profesional se recomienda evitar el uso de frases como las siguientes:

- ¡Si corazón, yo le dejo el mensaje!
- ¡Idiay, cómo estás! o ¡Mae 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?

Artículo 18: Técnica de preguntas

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

- **Preguntas Abierta:** Son preguntas que invitan hablar y brindan confianza permitiendo información detallada.

Pregunta con pregunta: Este tipo de preguntas evita discusiones, aclara conceptos y mantiene el control de la conversación. Sin embargo, es importante usarla con cuidado ya que muchas personas no les gusta que les devuelvan preguntas con otra pregunta. Ejemplos: ¿Cuál es el plazo de ese crédito? R/ ¿Cuánto plazo necesita?

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

- **Directa o cerrada:** Estas preguntas tienden a acercar al interlocutor a áreas de mutuo acuerdo, le ayuda a convencerle de ciertos objetivos. Por lo general la respuesta es SÍ o NO. ¿Me lo envía? o ¿A qué hora le llamo?

Artículo 19: Comunicación no verbal

La comunicación no verbal también conocida como lenguaje corporal es fundamental en la interacción humana.

A continuación se detallan los principales elementos:

- **Naturalidad:** Actúe con naturalidad y autenticidad en su comportamiento.
- **Contacto visual:** Mantenga contacto visual con la persona con quien esta interactuando. El contacto visual directo transmite confianza, sinceridad y determinación.
- **Expresión de los labios:** Evite morderse los labios o humedecerlos con la lengua, ya que estas acciones pueden revelar timidez, inseguridad o indecisión, Mantenga los labios cerrados para transmitir calma y seguridad en sí mismo.
- **Postura al Sentarse:** Evite cruzar las piernas y mantenga ambos pies en el suelo, coloque las manos sobre las rodillas o escritorio e inclínese ligeramente hacia adelante para proyectar seguridad y atención. Los movimientos constantes y abruptos denotan nerviosismo e inquietud.
- **Tono de voz:** Utilice un tono moderado y uniforme, sin titubear para expresar seguridad y confianza. Evite tonos de voz vacilante demasiado bajos o demasiado altos ya que pueden transmitir inseguridad, agresividad o falta de educación.
- **Habilidades de escucha:** Escuchar de manera activa y atenta es fundamental en la comunicación no verbal. No interrumpa ni se distraiga mientras la otra persona habla. Demuestre interés inclinándose hacia la persona que habla, haciendo preguntas pertinentes y manteniendo el enfoque en el tema discutido.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPÍTULO IV. IMAGEN

Artículo 20: Imagen Institucional

La imagen institucional Es el conjunto de elementos que conforman la identidad y carácter distintivo de la institución, se construye sobre la base de relaciones personales y la entrega de productos y servicios de calidad que satisfacen las necesidades del cliente y otorgan una experiencia satisfactoria. Cada vez que un funcionario interactúa con un cliente, representa la imagen de CONAPE.

El impacto que se genere en el cliente puede marcar la diferencia entre una percepción de calidad, en la experiencia al cliente y una experiencia de servicio deficiente.

Los clientes formaran sus primeras impresiones basándose en aspectos externos, como la higiene personal, la apariencia, la presentación, los modales, la postura, la sonrisa y hasta el modo en que se saluda al cliente. Estos detalles influyen significativamente en la percepción inicial del cliente.

Artículo 21: Primera impresión

La primera impresión es un instante crucial en el cual una persona percibe a otra y ocurre en cuestión de segundos.

Los componentes de la primera impresión son:

¿Qué apariencia tiene? (lo que ven)	La apariencia está vinculada con los rasgos físicos, la presentación personal, las expresiones faciales, tacto y los movimientos corporales
¿Cómo habla? La voz.	En cualquier contacto, la persona se convierte en la fuente de información, sea consciente de como habla: • Rapidez. • Calidad o timbre. • Volumen: tono de voz • Articulación o dicción.
¿Qué dice? Las palabras.	¿Cómo enfoco los asuntos? ¿Qué pienso y cómo lo expongo? • En negativo: estilo y actitud restrictiva, uso de términos, expresiones, léxico, entre otros. • En 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 escuchas?	• Evitar interrumpir al cliente mientras habla. • Es importante mostrar señales claras de que está recibiendo su retroalimentación, escuchando y comprendiendo su mensaje. • Se debe emplear el lenguaje que utiliza el cliente de manera adecuada. • Se debe mostrar interés solicitando aclaraciones sobre lo que ha escuchado.
Entorno y organización personal.	• Se debe mantener el área de trabajo limpia y ordenada en

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

	todo momento. • Es fundamental demostrar orden y organización tanto en la presentación personal como en la ejecución de las tareas. • Asegúrese de tener fácil acceso a todo lo necesario para llevar a cabo su trabajo de manera eficiente.
--	--

Artículo 22: Apariencia e higiene personal

Es fundamental mantener una higiene personal, impecable incluyendo el cuidado del cabello, la barba (en caso de los hombres) y el uso de maquillaje discreto (en el caso de las mujeres). Es importante que los colores y cortes de cabello sean igualmente discretos.

En la atención de clientes es crucial cuidar las manos y uñas. Dado el tipo de trabajo que realiza, las manos, dedos y uñas, deben lucir limpias y cuidadas.

Se debe cuidar especialmente el aliento ya que un descuido en esa área puede resultar incómodo para le interlocutor

Es necesario mantener una expresión facial apropiada y un aspecto personal impecable en todo momento.

Artículo 23: Vestimenta

En el contexto de atención al cliente, la presentación personal es clave para proyectar confianza, profesionalismo y respeto hacia los clientes. Un atuendo apropiado refuerza la imagen de la institución y contribuye a crear una atmósfera de seriedad y cordialidad, elementos esenciales para una experiencia de servicio positiva.

Por lo tanto, todos los funcionarios de CONAPE deben observar las siguientes normas:

1. **Vestimenta adecuada:** Es fundamental que el personal elija prendas que sean apropiadas para el entorno laboral, evitando estilos demasiado informales o llamativos . Según la normativa de vestimenta institucional.
2. **Limpieza e higiene:** La ropa debe estar siempre limpia, planchada y en buen estado. Asimismo, el aseo personal es esencial para proyectar una imagen positiva y profesional.
3. **Accesorios y complementos:** Se recomienda moderación en el uso de accesorios y complementos, priorizando aquellos que complementan el atuendo sin desviar la atención o resultar excesivos.
4. **Uniformes institucionales:** Estos deben usarse de acuerdo con las directrices establecidas por la institución, acorde al código de vestimenta.

La Secretaría Ejecutiva y la Sección de Recursos Humanos serán responsable de emitir los lineamientos específicos relacionados con la vestimenta, tomando en cuenta la naturaleza de las funciones y las expectativas de los clientes. Estos lineamientos deberán ser revisados periódicamente para asegurar que estén alineados con las tendencias de profesionalismo y respeto en la atención al público.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPÍTULO V RELACIONES HUMANAS

Artículo 24: Concepto Relaciones Humanas

Las relaciones humanas comprenden un conjunto de reglas y normas del ser humano en la sociedad y en su trabajo. Este concepto estudia como los individuos pueden trabajar eficazmente en grupos para satisfacer tanto los objetivos de la organización como sus necesidades personales.

Artículo 25: Factores claves en las relaciones humana para una experiencia satisfactoria del Cliente.

Los factores claves que contribuyen positivamente a las relaciones humanas y favorecen a una experiencia óptima para el cliente , incluyen :

1. **Apertura:** Es esencial reconocer y respetar las diferencias de perspectiva que puedan surgir entre las personas ya sea por edad , género, educación, cultura o valores. Mantener una actitud abierta permite expresar la propia opinión de manera respetuosa, evitando herir sensibilidad del otro, lo cual es vital en la interacción de los clientes.
2. **Sensibilidad:** La capacidad de comprender tanto el contenido lógico como el componente emocional de las ideas y opiniones ajenas es crucial. En el ámbito de atención al cliente ser sensible a las preocupaciones y sentimientos del otro fortalece la relación y genera confianza.
3. **Sociabilidad:** Entender y aceptar la naturaleza y la estructura de la sociedad a la que se pertenece favorece una interacción fluida y respetuosa. Al integrarse de manera adecuada en el entorno social del cliente se promueve una comunicación efectiva y armoniosa.
4. **Respeto a la Autoridad:** Reconocer y respetar la jerarquía, responsabilidades y roles dentro de la organización es fundamental. Este respeto asegura que las interacciones, tanto internas como con el cliente, se mantienen dentro del marco de profesionalismo.
5. **Adaptación:** La capacidad de anticiparse y respaldar las decisiones en determinadas situaciones refuerza la confianza en la institución. La flexibilidad y adaptación a las políticas y procedimientos son esenciales para garantizar la satisfacción del cliente.
6. **Objetividad:** Establecer relaciones humanas positivas no significa necesariamente satisfacer a todos en todo momento. Es importante mantener una perspectiva objetiva reconociendo un enfoque equilibrado puede beneficiar a largo plazo, incluso si no cumple con todas las expectativas individuales.

Artículo 26: Factores negativos de las relaciones humanas.

Para brindar una experiencia al cliente de calidad, es fundamental identificar y evitar los factores que puedan deteriorar las relaciones humanas. Entre los factores negativos más comunes se encuentran los siguientes:

Falta de control de emociones desagradables: Manifestar emociones negativas como el mal humor, odio o frustración puede dañar seriamente las interacciones con los clientes y compañeros de trabajo. El manejo adecuado de las emociones es clave para mantener

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

una actitud profesional y generar un ambiente positivo.

1. **Agresión:** Atacar u ofender a través palabras, gestos o actitudes es una manifestación de frustración y en el ámbito del servicio al cliente puede afectar gravemente la confianza y el respeto. Es vital manejar los conflictos de manera calmada y constructiva.
2. **Fijación:** Resistirse al cambio y aferrarse a las practicas del pasado puede limitar el crecimiento personal y el desarrollo de la Institución. La flexibilidad y la disposición para adaptarse son esenciales para mantenerse competitivo y mejorar la experiencia al cliente.
3. **Terquedad:** Negarse aceptar las opiniones de los demás y rechazar los propios errores pueden ser perjudiciales en las relaciones con los clientes. La flexibilidad y la disposición para reconsiderar nuestro juicio o ideas son esenciales para crear un ambiente de confianza y colaboración. En el servicio al cliente, escuchar y adaptarse a las necesidades del cliente es clave para brindar una atención efectiva.
4. **Aislamiento:** Evitar la interacción con los demás ya sea con clientes o compañeros de trabajo crea una barrera que dificulta la comunicación y resolución de problemas. Es importante fomentar una interacción abierta y proactiva para construir relaciones fuertes y resolver cualquier inquietud de manera oportuna.
5. **Fantasías:** Creer que los deseos o expectativas se cumplirán sin esfuerzo ni colaboración esperando resultados genera frustración tanto para el cliente como para el equipo de trabajo. En la atención al cliente, es fundamental ser realista y consistente de que los logros dependen de acciones concretas, esfuerzo y trabajo conjunto para alcanzar los objetivos.
6. **Sentimiento de superioridad o inferioridad:** Tanto el sentirse superior como subvalorarse pueden ser perjudiciales en las interacciones con los clientes. Sentirse mejor que los demás puede generar actitudes de condescendencia o falta de empatía lo que afecta negativamente la calidad del servicio y la percepción del cliente. En la atención del cliente es crucial mantener un equilibrio saludable, reconociendo el valor de cada persona y promoviendo una comunicación respetuosa y equitativa.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPÍTULO VI LINEAMIENTOS PARA LA ATENCION AL CLIENTE

Los siguientes aspectos constituyen una guía general de actuación que permitirá mejorar la calidad en la prestación de los servicios en CONAPE.

Artículo 27: Canales de Atención

- a) **Canal Presencial:** Corresponde a los puntos de atención presencial donde la persona usuaria puede solicitar información de los servicios, o bien, realizar diferentes trámites.
- b) **Canal Telefónico:** Medio mediate llamada telefónica fija para solicitar información de los servicios.
- c) **Canal Electrónico:** Este canal utiliza tecnologías de la información y comunicación (TIC) para facilitar el acceso a la persona usuaria a información de los servicios, o bien, realizar diferentes trámites. En este se encuentra el correo electrónico y las redes sociales.

Artículo 28: Reglas de cortesía

La calidad en el servicio empieza desde el primer contacto. Para garantizar una experiencia positiva, es esencial aplicar técnicas que demuestren profesionalismo, empatía y cortesía.

A continuación se presentan algunas de las reglas más importantes recibir y atender a los clientes en cualquier canal por que se atienda:

1. **Salude al cliente:** Desde el primer contacto tome la iniciativa y salude al cliente con una sonrisa. Dependiendo del momento del día utilice expresiones como: "Buenos días", "Buenas tardes". Este gesto inicial es clave para crear una imagen positiva.
2. **Identifíquese:** Después de saludo preséntese claramente diciendo su nombre, especialmente si el cliente no lo conoce, esto genera confianza y facilidad de interacción.
3. **Ofrecer ayuda:** El funcionario debe ofrecer su ayuda utilizando expresiones como: "¿En qué le puedo servir?" o "¿En qué le puedo servir hoy?". Estas expresiones no solo demuestran disposición, sino que también sugieren que el cliente es reconocido haciéndolo sentir valorado.
4. **Usar el nombre del cliente:** Si el funcionario ha identificado al cliente por medio de su documento de identidad, debe usar su nombre a lo largo de la conversación. Mencionarlo de manera natural, sin abusar, refuerza la cercanía y personaliza la experiencia.
5. **Usar frases demuestran cortesía y despídase agradeciendo:** Incorporar frases como "con mucho gusto", "es un placer", o "no hay de que" muestra profesionalismo y respeto. Al finalizar la interacción, el funcionario debe despedirse con una expresión de agradecimiento, asegurando que el cliente se sienta bien atendido.
6. **El uso de teléfonos celulares no debe ser utilizados frente de los clientes:** El uso de teléfonos celulares u otros dispositivos electrónicos personales, se prohíbe, por política institucional, a menos que sea estrictamente

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

necesario y con la autorización de su jefatura.

7. **Mantener una actitud despierta y atenta:** mostrar somnolencia o aburrimiento es una falta de respeto hacia el cliente. Mantenga disposición y voluntad de ayudar.

Artículo 29: Actitudes en la atención de un cliente

A continuación se presentan actitudes y comportamientos esenciales que deben adoptarse para ofrecer una experiencia de calidad en el servicio.

1. Ser amable y amigable al presentarse.
2. Hacer que cada cliente se sienta bienvenido
3. Demostrar entusiasmo en el trabajo y en la manera en que se comunica.
4. Proyectar sinceridad en las palabras y acciones
5. No mostrar impaciencia o molestia mientras se espera o atiende a un cliente.
6. Demostrar credibilidad cumpliendo siempre con lo que ofrece.
7. Practicar la escucha activa.
8. Desarrollar empatía para comprender mejor las necesidades del cliente.
9. Ser consciente del estado de ánimo, ya que esto impacta en la experiencia del cliente.
10. Utilice un tono de voz adecuado que transmita respeto y profesionalismo.
11. Valorar el tacto y la discreción en el trato.
12. Manejar las preguntas con amabilidad y en el momento adecuado.
13. Mantenga siempre una apariencia formal e impecable.
14. Nunca llamar a una persona silbándole, ya que es irrespetuoso
15. No asumir lo que el cliente necesita, pregunte siempre con cortesía.
16. Si es interrumpido, ofrecer una disculpa al cliente, en caso de tener que contestar el teléfono pedir permiso para hacerlo.
17. Aceptar críticas e inconformidades pues brinda oportunidades para mejorar, ofreciendo disculpas sinceras cuando sea necesario.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Artículo 30: Protocolos para la atención de clientes

a. Protocolo para la atención presencial

Debe estar preparado para recibir al cliente	Es esencial estar completamente preparado(a) para atender al cliente sin realizar otras tareas internas. Cualquier preparación debe completarse antes de la apertura del puesto de servicio, ya que el cliente espera atención inmediata, lo que refuerza la confianza y satisfacción desde el primer contacto. Evite masticar chicle, beber de una botella o consumir alimentos delante de los clientes ya que se considera de mal gusto
Mantener contacto visual con el cliente	El contacto visual es clave para que los seres humanos perciban el nivel de atención u empatía durante una interacción. La naturalidad es fundamental, un contacto visual sincero y relajado transmite confianza y refuerza una buena experiencia al cliente. No se trata de mantener una mirada fija e incómoda, ya que esto podría generar interpretaciones equivocadas.
Enfoque en la atención al cliente	Enfocar la atención en el cliente atendido, Evitar la mala costumbre de fijar la mirada en personas que pasan o situaciones en el lugar
Mostrar buena actitud y postura corporal	La sonrisa es una de las señales más valoradas por los clientes ya que genera una conexión positiva y transmite confianza. Una expresión amigable crea una experiencia agradable, mientras que en un rostro serio puede causar incomodidad o rechazo. Sonreír no solo es un gesto de cortesía si no una herramienta clave para mejorar la percepción del servicio y fomentar un ambiente de confianza. Cuide su postura corporal, ya que con ella puede transmitir al cliente acogida o rechazo, interés o desdén, seguridad o inseguridad. Para ello, evite tener los brazos cruzados, el tórax encogido, la cabeza agachada, los brazos entre las piernas, las manos ocultas
Indicar lugar donde puede sentarse	En la medida de lo posible ofrecer a la persona usuaria un lugar donde sentarse junto al escritorio.
Saludar, identificarse y presentarse	La persona usuaria debe saber con quién está hablando en cada momento. Todo funcionario debe estar identificado de manera visible con el gafete o carne que proporciona la institución Puede emplear frases como la siguiente: “buenos días/ buenas tardes, mi nombre es_____, ¿en qué puedo servirle o ayudarle?”.
Solicitar la identificación del cliente	Solicite la cédula de identidad, para conocer el nombre del cliente y poder dirigirse de manera personalizada.
Permitir hablar a la persona usuaria	Escuche activamente a la persona usuaria, es decir, demostrando interés y respeto
Usar el nombre del cliente	El nombre de una persona es uno de los elementos más importantes para captar su atención. Usarlo correctamente en la interacción mejora la calidad del servicio. Intente utilizar el nombre del cliente en cuanto lo identifique, ya sea por memoria o por su documento de identidad, pero asegúrese de hacerlo de manera natural y auténtica, evitando que suene forzado.
Hablar con lenguaje adaptado al cliente	Hable en un tono moderado, audible y vocalice bien, hable en positivo, Sea claro y conciso el exceso de información dificulta la comunicación. • No mezclar otros temas, enfocarse en lo que requiere el cliente.
Antes de finalizar la atención	Preguntar a la persona usuaria si nos ha entendido, si le quedan dudas, si quiere saber algo más.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

b. Protocolo para la atención telefónica

Es importante estandarizar las respuestas telefónicas, para que el cliente siempre reconozca ese estilo en todos los departamentos y secciones de la institución y ofrecer a través del teléfono una imagen profesional, eficaz, y con una alta calidad en el trato personal.

Atención de la llamada	Atender el teléfono en forma rápida, en el primer o segundo timbrazo. La atención telefónica nunca debe verse como una interrupción o una carga de trabajo adicional, sino como parte de las funciones que corresponde atender.
Tenga la información necesaria	Al realizar una llamada es fundamental tener a mano los documentos necesarios y disponer de algo para tomar nota.
Saludo Inicial	No debe de contestarse con palabras tales como: "¿Aló?", "¿Bueno?", "¿Sí?", entre otras. Estas son palabras que desconciertan al que llama, pues no se le indica si ha llamado o no a la persona o número correcto. Se debe de contestar de la siguiente manera: "Buenos días/Buenas tardes, Nombre del Área, le atiende: Nombre completo del funcionario o funcionaria" Sonría, Vocalice y Hable lentamente
Tono de voz	Use un tono agradable, amistoso, cordial y servicial, que demuestre interés en la persona que llama. Hablar con nitidez, con una buena articulación y vocalización para que la persona usuaria comprenda el mensaje.
Escuchar en forma atenta	Cuando la otra persona este hablando es fundamental demostrar que está escuchando utilizando respuestas como "sí" o "entiendo" Tomar nota ayudara a recordar la información importante y evitara la necesidad de volver a llamar.
En caso de no escuchar	"Disculpe, tengo mala recepción". ¿Podría repetirlo por favor?
Atender llamada de forma exclusiva	Dar una atención completa y exclusiva durante el tiempo de la comunicación telefónica, por tanto, evite atender conversaciones con compañeros u otras personas usuarias al momento de la atención de la llamada
Abstenerse de comer durante la atención de la llamada	No debe comer, beber agua embotellada, consumir dulces, o masticar chicle, ya que estas acciones pueden afectar de la locución.
Si debe poner en espera la llamada	Solicitar permiso antes de hacerlo y explicar brevemente la razón. Es fundamental que el(la) funcionario(a), evite dejar en espera al cliente por más de dos minutos seguidos sin una explicación. Si es necesario prolongar la espera, se debe regresar al cliente y solicitar unos minutos más continuando con este procedimiento hasta que se finalice la espera. Esto demuestra respeto y consideración hacia el cliente y le permite a éste, decidir si desea o no seguir esperando.
Devolución de llamada	Si se indica volver a llamar hacerlo a la hora convenida.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Despedida	“Le agradezco su llamada. Que tenga un buen día”. “Le agradezco su tiempo. Que tenga un buen día”.
Para dejar un mensaje, debe recopilar los siguientes datos	Destinatario “Es un mensaje para...” Quién llama “(Nombre)” El motivo 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 Aclara quien de los dos (remitente o el destinatario) llamara al otro. Dónde, cuándo: Indica cuándo volverás a llamar y a qué número

c. Protocolo para la atención telefónica en la central telefónica

Es importante estandarizar las respuestas telefónicas, para que el cliente siempre reconozca ese estilo en todos los departamentos y secciones de la institución y ofrecer a través del teléfono una imagen profesional, eficaz, y con una alta calidad en el trato personal.

Recepción de llamadas	Buenos días/tardes/, le atiende [diga su nombre)” .A continuación se debe mencionar CONAPE ¿En qué le puedo ayudar? (Cliente) Con la extensión 689 o con la Contraloría de Servicios La respuesta debe ser cortés y amable: ¡Con mucho gusto! , Se le comunicara de inmediato Si es para consultar sobre información o del trámite se le brinda la información a la que se tiene acceso.
Traslado de la llamada	Si debe trasladar necesariamente la llamada a otro compañero(a) primero explique al cliente lo que hará.
Si la extensión está ocupada	La extensión está ocupada en este monumento ¿Desea hablar con alguna otra persona, o dejar algún mensaje? (Cliente) Puede ser con cualquier persona. Con mucho gusto, le comunico de inmediato.
Si nadie contesta	No debe decir “No contesta” o “no hay nadie” En su lugar se debe utilizar la siguiente expresión : “La extensión que solicito está ocupada en este momento o está fuera de servicio ” Se puede transferir la llamada explicando la situación a la persona a la persona que va a retomar la

	llamada Si la persona no está, en forma positiva explicar brevemente su ausencia. No es recomendable indicar que se encuentra desayunando, tomando café o similares. Es recomendable utilizar una expresión como por ejemplo: "En este momento no puede atenderlo, ¿Podría ayudarle en algo?".
A un cliente que espera en línea	Se le pide disculpas por la demora. La extensión solicitada ya está disponible. Se le comunicara de inmediato
Asegurar que el cliente atiende su necesidad	Preguntar de manera natural , si se ha logrado responder adecuadamente a la consulta, y si hay algo más en lo que se pueda servirle.
Terminando la llamada telefónica,	Despídase con alguna de estas frases 1. Muchas gracias por llamarnos. 2. Estamos aquí para servirle. 3. Muchas gracias por preferir a CONAPE 4. Gracias por su paciencia esperamos poder servirle. En caso que el cliente haya estado en espera.

d. Protocolo para la atención presencial de clientes con discapacidad.

Ofrecer un servicio especializado y adaptado a las personas es fundamental para fomentar la experiencia inclusiva y equitativa. CONAPE debe proporcionar a las personas con discapacidad el acceso y la igualdad de condiciones con respecto a las demás personas usuarias.

Estas medidas pretenden eliminar todo tipo de barreras que dichas personas usuarias puedan encontrar dentro de la institución y en el acceso a los servicios prestados. Para lo cual es fundamental aplicar lo estipulado en la Ley 7600 "Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad"

Dentro de las personas usuarias que merecen un servicio preferencial, se encuentran las personas con alguna discapacidad, ya sea auditiva, física o motora, visual, entre otras.

A continuación, se destacan algunos grupos de clientes que se les debe brindar una atención preferencial y personalizada, siguiendo el mismo protocolo de atención presencial pero adaptada a sus necesidades.

Recuerde siempre que dirigirse directamente a la persona usuaria, aunque venga acompañado(a).

Personas con discapacidad física o motora	Tienen ciertas limitaciones para desplazarse, pueden usar sillas de ruedas, bastón, andaderas u otras técnicas	El funcionario debe asegurarse de proporcionar accesibilidad adecuada, asistencia en la comunicación y soporte físico si es necesario. Se deben utilizar herramientas y tecnología asistenciales cuando sea apropiado y manteniendo una actitud respetuosa y paciente. Si rechaza su ayuda No se moleste, ya que las personas usuarias con discapacidad poseen autonomía.
Personas con discapacidad cognitivas o psicosocial	Esta deficiencia puede ser leve, moderada o profunda, y puede ocasionarle a la persona dificultades para aprender, comunicarse y relacionarse con otras personas	Es importante ajustar el ritmo de la comunicación y utilizar un lenguaje claro y sencillo. El funcionario debe mostrar paciencia y estar dispuesto a repetir la información si es necesario. Debe velar por satisfacer las necesidades individuales permitiendo tiempo adicional para que comprendan y procesen la información.
Personas con discapacidad auditiva	Pueden serlo total o parcialmente, puede que no hablen o que se expresen con dificultad.	Este tipo de usuarios(as) se comunican a través de: lenguaje por señas, por escrito u oralmente (acento y volumen pueden sonar diferentes). Hablar de frente, cara a cara, gesticular más las palabras, Hablar despacio y con claridad, para que a la persona no oyente le sea más sencillo leer sus labios. • No gritarle.
Personas con discapacidad visual	Tienen dificultad para ver o no ven del todo	Expresarse verbalmente de forma clara y evitar utilizar lenguaje corporal. Utilizar términos concretos • No gritarle.
Personas con dificultad de comunicación	Si el cliente tiene dificultades para comunicarse, el funcionario debe utilizar métodos alternativos	Como escribir o utilizar dispositivos de comunicación asistida. Es fundamental mantener una actitud comprensiva y estar dispuesto a adaptar su enfoque para facilitar la interacción.

También se debe brindar especial atención a:

- Señoras en evidente estado de embarazo.
- Padres de familia con hijos pequeños (bebés en brazos)
- Adultos Mayores

e. Protocolo Atención Personas Adulto Mayor

Personas Mayores	El funcionario debe ofrecer asistencia adicional, como en la lectura de documentos o en la explicación de procesos complejos. Es fundamental mostrar paciencia, respeto y considerar la posibilidad de ajustar el entorno para facilitar su comodidad y accesibilidad, para que sean adecuados a sus condiciones y proporcione la asistencia necesaria para garantizar su bienestar. Si le va entregar algún documento o material, explicarle en detalle de qué se trata y sobre su contenido. Consultarle si requiere ayuda para la firma de documentos, en caso afirmativo, utilizar las ayudas técnicas disponibles.
-------------------------	---

f. Protocolo Atención con Niños(as) en la Institución

Personas Mayores	El funcionario debe atender en servicio preferencial a los clientes que están con niños y niñas, deben ser tratados con atención y amabilidad. Cuando tratamos bien a los hijos de nuestros clientes generamos una conexión emocional positiva, ya que los padres tienden a reaccionar con empatía a quienes brindan un trato cálido y respetuoso a sus hijos.
-------------------------	--

g. Protocolo en atención de un cliente “difícil”.

En ocasiones se da la situación de atender un cliente que se encuentre disgustado(a) o que por una situación personal pueda considerarse difícil de tratar. En estos casos es esencial mantener una actitud profesional y empática. A continuación, se presentan algunas normas para gestionar este tipo de interacciones.

Mantener la calma	No debe tomar la situación como algo personal. Es importante permitir que el cliente se desahogue, pero asegúrese de prestarle atención.
No asumir que el malestar es hacia usted	El cliente podría haber llegado ya molesto por factores externos. Es fundamental demostrar profesionalismo manteniéndose calmado(a) y tranquilo(o).
Escuchar al cliente	Dejar que el cliente exprese su descontento sin interrupciones. Escuchar de esta manera ayuda a reducir la tensión inicial.
Entender la causa del problema	Es esencial concentrarse en identificar el motivo principal que provocó el disgusto. Escuchar con empatía es clave para ofrecer una solución adecuada
Evitar culpar a terceros o al proceso	No se debe argumentar desconocimiento o culpa a compañeros o procesos internos. Aunque no sea directamente responsable su objetivo es calmar la situación sin que el cliente se sienta culpable.

Utilizar frases empáticas	Expresiones como “Le comprendo”, “Lamento mucho esta situación” o “Claro que sí, vamos a solucionarlo” transmiten que entiende el malestar del cliente y está dispuesto (a) a Ayudar.
Enfocarse en la satisfacción del cliente	Se debe priorizar que el cliente siempre salga satisfecho(a) independientemente de la situación inicial. Incluso si llego molesto un trato adecuado y empático puede transformar su experiencia en algo positivo. Un cliente bien atendido, pese a su malestar, apreciará el esfuerzo por resolver su problema y tendrá una percepción favorable del servicio recibido.
Transición fluida si es necesario	Si es necesario escalar el caso a otro compañero(a), o a un superior, para ello se debe explicar todos los detalles para que el cliente no tenga que repetir su historia, lo que podría aumentar su frustración.
Ser cauteloso al hacer una promesa:	No se debe garantizar que una situación no volverá a ocurrir a menos que esté completamente seguro(a) de que puede cumplirlo. Es preferible ser transparente y gestionar las expectativas.

Cuando se atiende un cliente molesto o considerado difícil la comunicación no verbal es tan crucial como las palabras que se utilizan

Acciones para manejar de manera efectiva la comunicación no verbal:

1. **Mantener el contacto visual:** No establecer contacto visual puede generar en el cliente la percepción de que no se le está prestando atención, que está siendo ignorado o que su inconformidad no es importante.
2. **Cuidar el tono de voz:** Es importante recordar que muchas veces no cuenta tanto lo que dice, sino como se dice. Se debe proyectar siempre un tono respetuoso.
3. **Si el cliente eleva la voz bajar la propia:** Se necesitan dos para discutir por lo tanto mantener un tono bajo puede ayudar a des escalar la situación.
4. **No intentar ganar una discusión, sino de satisfacer al cliente:** Una discusión ganada es en realidad una oportunidad perdida. Se debe enfocar los esfuerzos en resolver el problema, no en demostrar que se tiene razón.

En caso de no alcanzar llegar a una negociación con la persona empleando las recomendaciones descritas en el aparte anterior, deberá recurrir a la jefatura inmediata con el objetivo de garantizar que se brinde el servicio requerido.

h. Protocolo para la atención de clientes por correo electrónico.

Estructura del mensaje	El correo electrónico constará de las siguientes partes: Saludo, encabezado, contenido y despedirse al final. Escribir por párrafos para que el mensaje quede mejor estructurado, y separarlos con líneas en blanco.
Ortografía y redacción	Revisar mayúsculas, puntuación, ortografía, redacción, extensión de la información (No muy densa). Lenguaje directo, sencillo. Es importante el uso de palabras correctas, que no se presten para confusión, no cometer faltas de ortografía, ni de gramática. Antes de enviar un mensaje, asegúrese de que está escrito con claridad y que se trata de comunicación escrita.
Tipo de letra	Se deberá emplear la tipografía dispuesta en el Manual de Marca Institucional. – Arial Narrow tamaño 12.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Asunto del correo	Utilizar siempre el campo "asunto": el destinatario puede decidir si leer o no un mensaje basándose solo en el encabezamiento.
Énfasis en el texto	No escribir en mayúscula sostenida. Escribir en mayúsculas en Internet equivale a gritar, se puede utilizar las comillas, los asteriscos y guiones bajos para <i>*enfaticar*</i> y subrayar
Archivos adjuntos	Evitar el envío de archivos adjuntos demasiado pesados. Enviarlos solo cuando sea necesarios y advertir sobre su contenido al remitente en el cuerpo del mensaje.
Firma del funcionario que remite	Todo mensaje enviado por correo electrónico, como parte final deberá incorporar la firma institucional de la persona funcionaria que lo remite

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPÍTULO VII CONTINUIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Artículo 31: Ausencia de funcionarios(as).

A los clientes no les agrada que les informen que el funcionario(a) no está disponible por motivos personales, como está desayunando, almorzando o está en una reunión. Esto puede generar molestias, especialmente si se les da la misma respuesta en repetidas ocasiones, los clientes buscan una solución.

La técnica recomendada es decir:

- ***Disculpe, el (la) compañero(a) está con un cliente en este momento y no lo puede atender, si desea puede dejar un mensaje o explicarme de que se trata para poder ayudarlo.***

Si el funcionario (a) no está en la oficina por razones de vacaciones o incapacidad, la respuesta adecuada es:

- ***Disculpe el (la) compañero(a) no le puede atender, si lo desea puede dejarle un mensaje o explicarme de que se trata para poder ayudar.***

Para el puesto a nivel de jefatura, cuando sea necesario ausentarse ya sea por vacaciones, incapacidad o motivos de fuerza mayor debe asegurarse que quien quede de sustituto pueda atender y coordinar el servicio, con las mismas responsabilidades que el titular.

Artículo 32: Tiempo de respuesta y agilidad.

El tiempo de respuesta es uno de los factores más apreciados en la actualidad por los clientes, quienes deben de realizar muchas actividades en su día a día. La rapidez con la que reciben los productos o servicios es crucial ya que contribuye directamente a la experiencia de cliente satisfactoria. Por ello ofrecer una atención eficiente y oportuna no solo es importante si no esencial para generar confianza y lealtad.

El personal de atención al cliente debe ser ágil y eficiente, la percepción en tiempo de espera puede mejorar si se ofrece un entretenimiento o una conversación agradable, lo que convierte una posible frustración en una experiencia más positiva y aumenta la satisfacción del cliente.

Artículo 33: Atención por Recepcionista

El puesto de Recepcionista es crucial ya que es el punto de convergencia para muchas situaciones en las que se puede ofrecer un servicio excepcional a los clientes. El personal de este rol representa el rostro de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación y crean la primera impresión que los clientes experimentan, por tanto, deben aplicar sus responsabilidades de la mejor manera.

Recepcionista: Tener un (a) recepcionista es crucial cuando hay un número alto de visitas. Esta estrategia permite que los oficiales de seguridad se enfoquen en mantener seguridad. Un recepcionista capacitado puede gestionar interacciones y atender las consultas de los visitantes lo que contribuye a mejorar la experiencia de los clientes.

Función del recepcionista en la atención al cliente: Recibir al cliente con una cordial bienvenida al ingresar a las instalaciones de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación. Además, colaborar para identificar el lugar específico al que se dirige, asegurando una experiencia fluida y agradable. El recepcionista debe proyectar dinamismo, modernización, cordialidad y un excelente servicio ante los clientes.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Artículo 34: Atención por Oficiales de seguridad

Los oficiales de seguridad no solo son responsables de proteger la institución, los funcionarios y los clientes si no también desempeñan un papel clave en la experiencia general de los clientes. Para ofrecer un excelente servicio deben seguir las siguientes pautas:

1. **Actitud amable y profesional:** Es esencial que los oficiales mantengan una actitud respetuosa amable y profesional en todo momento. Los clientes deben sentir que se encuentran en un entorno seguro y acogedor.
2. **Cortesía en las interacciones:** Cada interacción con los clientes debe ser cortés y empática. Saludar con una sonrisa y un tono de voz adecuado y tratar de manera respetuosa a todos los clientes contribuye a una experiencia positiva.
3. **Atención a las personas vulnerables:** Es crucial prestar especial atención a menores de edad, personas mayores o aquellos que puedan ser sensibles a la presencia de arma o uniformes de seguridad. Evitar aptitudes que puedan generar miedo o incomodidad es parte de su responsabilidad.
4. **Colaboración y orientación:** Los oficiales deben estar preparados para ofrecer orientación clara precisa sobre las instalaciones o procedimientos, siempre que sea necesario. Ayudar a los clientes a encontrar su destino dentro de la institución refuerza la confianza en el servicio.
5. **Apertura de puertas y bienvenida:** Cuando corresponda los oficiales deben de abrir la puerta al cliente y hacerlo sentirse Bienvenido(a). Este pequeño gesto ayuda a generar una primera impresión positiva y de cercanía.
6. **Manejo de situaciones difíciles:** En situaciones difíciles los oficiales deben de mantener la calma y actuar de manera profesional. La actitud positiva y resolutiva es fundamental para gestionar problemas si comprometer la seguridad ni la experiencia al cliente.

CAPÍTULO VIII. ATENCIÓN INCONFORMIDADES EN EL SERVICIO

Artículo 35: Presentación de Inconformidades

Cuando una persona usuaria insatisfecha, se dirige a nosotros para efectuar un reclamo, está colaborando con la institución, ya que nos permite identificar problemas y efectuar propuestas de mejora de un servicio.

Es fundamental que la institución ofrezca canales adecuados y accesibles para que los clientes puedan comunicar sus inconformidades de manera ágil y efectiva. La correcta gestión y sistematización de estas inquietudes no solo ayuda a mejorar el servicio sino que también representa una fuente valiosa de información para identificar áreas de mejora y optimizar la experiencia al cliente.

Para que cada cliente se sienta escuchado y atendido se establece el siguiente proceso:

1. **Presentación de la inconformidad en la oficina de atención:** El Cliente puede expresar su inconformidad directamente en la oficina que no fue atendido. El personal de atención tiene la responsabilidad de escuchar atentamente, mostrar empatía y ofrecer una solución dentro de sus capacidades. Se espera que el trato sea respetuoso y que las respuestas proporcionadas sean claras y orientadas a la resolución del problema.
2. **Escalamiento de la inconformidad:** Si la solución brindada no satisface al cliente, este tiene el derecho de escalar

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

su caso. En esta instancia, la inconformidad debe ser remitida a la Contraloría de Servicios. Para facilitar este proceso la institución pone a disposición del cliente varios medios de contacto:

- a) Vía presencial: El cliente puede acudir personalmente a la Contraloría de Servicios para presentar su caso de manera formal
 - b) Vía Telefónica: Se habilita una línea directa para que los clientes puedan comunicar sus inquietudes sin necesidad de desplazarse.
 - c) Vía digital: Los clientes pueden enviar su inconformidad a través de un formulario en línea o mediante correo electrónico, lo que permite una mayor flexibilidad y accesibilidad.
3. **Análisis de las inconformidades:** Todas las inconformidades deben ser registradas para dar el seguimiento adecuado. Esta información es clave para evaluar la calidad del servicio y aplicar mejoras continuas, ayudando a la institución a tomar decisiones y desarrollar estrategias que mejoren la experiencia al cliente.

CAPITULO IX. TRABAJO EN EQUIPO

Artículo 36: Trabajo en equipo

Un equipo de trabajo está compuesto por personas con diferentes antecedentes, habilidades y talentos que colaboran para alcanzar un propósito en común. Aunque cada integrante aporta perspectivas únicas todos comparten un compromiso con la comunicación efectiva y trabajan hacia una meta definida guiada por la dirección de un coordinador.

Artículo 37: Principios del trabajo en equipo.

Cooperación: La fortaleza de un equipo radica en la diversidad de sus miembros y en su capacidad para trabajar hacia un objetivo en común. En el contexto de la experiencia al cliente, la cooperación es clave ya que todos ganan cuando se logran los objetivos que mejoran la satisfacción del cliente.

Para fomentar esta colaboración es crucial reconocer y recompensar los logros, no solo por la antigüedad o el cargo, sino por la contribución efectiva al equipo y a la mejora de la experiencia al cliente.

Contribución: Cada miembro del equipo debe participar activamente ya que la falta de aportación no solo frena el progreso, sino también afecta la moral del grupo. En la mejora de la experiencia al cliente, la contribución de cada funcionario es vital para garantizar un servicio eficiente y orientado al cliente. La falta de participación puede generar descontento tanto entre el equipo como entre los clientes.

Comunicación: La información debe circular de forma rápida y clara entre todos los miembros del equipo. En un entorno donde la experiencia del cliente es prioritaria, una comunicación fluida asegura que las necesidades del cliente sean atendidas de manera eficiente. La velocidad con que se transmite la información impacta directamente en la calidad de servicio, por lo que eliminar barreras de comunicación dentro del equipo es crucial.

Compromiso: El compromiso con los objetivos del equipo y la experiencia del cliente se obtiene cuando cada funcionario los asume como propios. Esta propiedad psicológica se desarrolla cuando los miembros de cada equipo están involucrados en las decisiones y sienten que su voz es escuchada y valorada. Es esencial que todos compartan tanto los recursos como las responsabilidades, asegurando que cada uno esté alineado con la meta de ofrecer una experiencia excepcional al cliente.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Búsqueda de apoyo: Si no conoce una respuesta a la consulta de un cliente es mejor buscar la ayuda de un compañero de trabajo que dar una respuesta incorrecta. Evite decir “No sé”. En su lugar se puede responder “Actualmente no tengo la información pero permita verificar o buscar alguien que pueda ayudarlo.”

Unidad frente al cliente: No contradecir a un compañero frente a un cliente. Si se nota un error, es recomendable con él en privado para corregirlo. El apoyo mutuo refleja profesionalismo y evita desconfianza en el servicio.

Coordinación: Cuando dos o más compañeros atienden a un cliente, Se debe asegurar que todos estén alineados en sus roles y funciones para evitar contradicciones o confusión lo cual podrá dar una imagen de falta de organización o profesionalismo.

Respeto por los compañeros: No se debe hablar mal del compañero frente a un cliente, esto no solo afecta la percepción de su propio profesionalismo, sino también la imagen del equipo y de la institución.

Comunicación y clara efectividad: Las comunicaciones son el motor que impulsa el trabajo en equipo. La claridad en los mensajes y la rapidez con que se transmite la información facilitan la colaboración y malos entendidos.

Excelencia en el desempeño: Cada miembro del equipo debe aspirar a ser mejor en lo que hace. Aporta talento y esfuerzo individual mejora el rendimiento, lo que refleja en un servicio al cliente más eficiente y satisfecho.

Responsabilidad en el rol: Es fundamental que cada miembro entienda y respete su papel dentro del equipo, cumpliendo con sus responsabilidades y alineando su trabajo con las expectativas del grupo y del cliente.

Valoración de la diversidad: Los equipos de enriquecen con perspectivas diferentes. Las decisiones se vuelven más robustas y efectivas cuando se consideran diversos puntos de vista, lo que impacta positivamente en la resolución de problemas y atención al cliente.

Apoyo mutuo: Un equipo que se apoya mutuamente logra superar cualquier obstáculo, Ayudar a los compañeros, compartir conocimientos y entrenar a otros genera un entorno colaborativo y mejora la calidad del servicio.

Facilitar la integración: Los nuevos miembros necesitan orientación y apoyo para integrarse. Mostrar paciencia y ayudarles a adaptarse rápidamente asegura que contribuirá al éxito y a una mejor atención.

Reconocimiento y humildad: Es crucial reconocer los logros de los demás. Celebrar el buen trabajo de los compañeros fomenta un ambiente positivo, lo que mejora la motivación del equipo y en consecuencia la satisfacción del cliente.

Fomentar la disciplina: Los equipos de alto rendimiento se distinguen por su autodisciplina. Mantener altos estándares de ética y moral crea confianza y refuerza la capacidad para ofrecer un servicio al cliente de calidad.

Innovación continua: Siempre hay una mejor manera de hacer las cosas. Mantener una actitud proactiva y buscar constantemente mejoras en los procesos asegura que el equipo siempre este un paso adelante en el servicio al cliente.

Confianza y respeto: Crear un clima de confianza y respeto mutuo es fundamental, ya que fortalece el trabajo en conjunto y mejora el servicio brindado a los clientes.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Apoyo al liderazgo: El éxito del equipo depende del apoyo al líder. Comprometerse con los objetivos y respaldar al líder asegura que el equipo este alineado hacia la mejora continua y la excelencia en el servicio al cliente.

Artículo 38: Supervisión en el trabajo

Una supervisión efectiva es clave para garantizar que un equipo funcione de manera coordinada y eficiente, lo que a su vez impacta positivamente en la satisfacción del cliente. Cuando un grupo de funcionarios(as) desempeña tareas operativas bajo una buena supervisión, se fomenta un entorno en el que:

- **Colaboración constante:** Los miembros del equipo trabajan en conjunto, compartiendo conocimientos y recursos, lo que garantiza una mayor eficiencia en la ejecución de las tareas. Esta cooperación es vital para ofrecer un servicio al cliente coherente y de calidad.
- **Comunicación fluida:** La supervisión adecuada promueve la comunicación abierta entre los miembros del equipo, permitiendo que se resuelvan dudas o problemas de forma rápida. Esta transparencia mejora la capacidad del equipo para adaptarse a los cambios y responder a las necesidades del cliente.
- **Compromiso y responsabilidad:** Un equipo supervisado de manera efectiva está más comprometido con sus responsabilidades. Cada miembro entiende su rol y cómo su trabajo contribuye al éxito global del equipo, lo que incrementa la motivación y la calidad del servicio.
- **Coordinación eficiente:** La acción coordinada bajo una supervisión clara asegura que las tareas se realicen de manera organizada, evitando errores o duplicación de esfuerzos. Esto se traduce en una experiencia más fluida para el cliente, sin demoras ni confusiones.
- **Mejora del clima laboral:** El trabajo en equipo, facilitado por una supervisión eficaz, no solo simplifica las tareas, sino que también crea un ambiente laboral más positivo. Los empleados se sienten más satisfechos y apoyados, lo que se refleja en un mejor trato hacia los clientes.

Artículo 39: Papel de la persona que supervisa (jefe(a))

El rol de un jefe(a) es clave para el éxito de un equipo y la experiencia de los clientes. Su liderazgo y gestión influyen directamente en la eficiencia operativa y en la satisfacción de los clientes. A continuación, se describen los aspectos esenciales que un buen líder debe procurar:

Crear un ambiente de apoyo: Es fundamental generar un entorno donde prime la colaboración, confianza y respeto entre los miembros del equipo. Un ambiente positivo y de apoyo no solo favorece la productividad, sino que también mejora el clima laboral y, por fin, el servicio al cliente.

Claridad del rol de cada miembro: Un equipo solo puede funcionar como tal cuando sus integrantes comprenden claramente lo que se espera de ello. El supervisor(a) debe definir de forma precisa las responsabilidades de cada miembro, por ejemplo, en procesos clave como la formalización de un crédito. La claridad en los roles elimina ambigüedades y facilita la cooperación.

Claridad en las metas y objetivos: Todos los miembros del equipo deben estar al tanto de las metas de la unidad y las reglas bajo las cuales serán evaluados(as). Un equipo alineado con los objetivos comunes es más eficiente y está más motivado para lograr resultados.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

Liderazgo efectivo: Un buen líder no solo dirige, sino que también motiva y guía al equipo para evitar la inercia y el estancamiento. A medida que los equipos se consolidan, pueden volverse rígidos en sus enfoques. El (la) supervisor(a) debe fomentar nuevas formas de análisis y resolución de problemas, asegurándose de que la productividad se mantenga alta y constante.

Beneficios de una buena supervisión: Los equipos con una supervisión eficiente se destacan por su dinamismo y alto rendimiento. Comparten valores y responsabilidades comunes, están motivados por sus logros y experimentan un fuerte sentido de pertenencia. Este tipo de equipo no solo cumple con sus tareas, sino que supera las expectativas, lo cual se traduce en una excelente experiencia para el cliente.

Estilo de supervisión con sentido humano: Un buen supervisor(a) utiliza su posición no para controlar de manera excesiva, sino para involucrarse y motivar al equipo hacia el logro de resultados concretos. Se trata de ser exigente sin perder el enfoque humano, apoyando a los funcionarios(as), fomentando la participación y evitando mecanismos represivos. La motivación es clave para lograr una mejora continua.

Actualización de la información para los clientes: La información que se proporciona a los clientes debe estar actualizada a diario. Esto incluye formularios, tasas de interés, requisitos para trámites, entre otros. Un buen supervisor(a) se asegura de que esta información sea clara, precisa y accesible, lo que contribuye a una mejor atención al cliente.

Supervisión de la plataforma de servicios: El jefe de sección debe estar atento a la plataforma de servicios, garantizando que se brinde un servicio de calidad en todo momento. Esto incluye la rotación adecuada del personal según sea necesario, asegurando que siempre se cuente con el equipo más adecuado para atender a los clientes.

Una supervisión efectiva no solo mejora el rendimiento del equipo, sino que también asegura que los clientes reciban un servicio de calidad, lo cual es esencial para mantener la confianza y satisfacción de los clientes

CAPITULO X REGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 40 Responsabilidad disciplinaria.

La responsabilidad disciplinaria es fundamental para mantener la integridad y el compromiso con los estándares de calidad establecidos en este manual. Cualquier incumplimiento de los deberes y normas aquí detallados, por parte de cualquier funcionario, estará sujeto a sanciones.

Dichas sanciones se impondrán conforme a lo dispuesto en el Reglamento Autónomo de Trabajo de CONAPE, el Código de Trabajo, y otras normativas supletorias y aplicables.

	Comisión Nacional de Préstamos para Educación	Código: M-01 Atención Cliente
	Manual de lineamientos de atención al cliente	Versión: v2

CAPITULO XI DISPOSICIONES FINALES

Artículo 41: Aplicación y capacitación del Manual.

La Sección de Recursos Humanos y la Contraloría de Servicios son las áreas responsables de la capacitación continua de los funcionarios en el conocimiento y la aplicación efectiva del presente Manual de Experiencia del Cliente. Este proceso de formación es fundamental para asegurar que todos los miembros del equipo comprendan y adopten las directrices, valores y estándares de servicio establecidos.

Objetivos de la Capacitación

1. Proporcionar a los funcionarios una profunda comprensión de los lineamientos contenidos en el manual, asegurando que se convertirán en parte integral de su trabajo diario.
2. Fomentar habilidades específicas relacionadas con la atención al cliente, la resolución de problemas y la gestión de situaciones difíciles, incluyendo técnicas de comunicación efectiva, empatía y escucha activa.
3. Velar por que todos los funcionarios se alineen con los valores y la misión de la Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE), promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo y centrado en el cliente.

Artículo 42: Vigencia.

Este manual rige a partir de la aprobación por parte del Equipo Gerencial de la Comisión Nacional de préstamos para Educación.