



GUÍA DE ATENCIÓN AL USUARIO DEL ICODER

Contraloría de Servicios



 Estadio Nacional, Cuarto Piso, Sector Oeste

 (506) 2549-0724

 (506) 2549-0725

El presente documento contiene algunas de las normas básicas de atención al usuario del Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER), las cuales buscan ante todo, tener una guía que permita valorar nuestro trabajo, compromiso y desarrollo en las relaciones interpersonales y en la excelencia en el servicio.

Para toda institución es fundamental capacitar a su personal en la atención al usuario, por cuanto, la imagen, proyección y motivación de quienes brindan un servicio y colocan un producto, hablan de la calidad que una organización presta al público.

Este manual contiene los elementos teórico-prácticos para lograr la calidad de atención y servicio que busca el ICODER, mediante normas claras, concisas y correctas.

TÍTULO I: DISPOSICIÓN GENERAL

Artículo 1: Acatamiento obligatorio

Las normas aquí descritas constituyen un Código de Calidad de Atención y Servicio al Usuario; y su descripción está bajo la modalidad de artículos, que son de acatamiento obligatorio para todo funcionario del INSTITUTO COSTARRICENSE DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN.

TÍTULO II: USUARIO

Artículo 2: Enfoque en el Usuario

El término usuario (externo o interno) se refiere a las personas (hombres y mujeres) que solicitan servicios.

El servicio comprende dos elementos: la atención y la satisfacción de necesidades, de los usuarios.

La atención al usuario implica cortesía, deseo de ayudar, entusiasmo, empatía, puntualidad. Se debe tratar al usuario como la persona más importante y la razón de ser de nuestro trabajo.

Entretanto, la satisfacción de las necesidades de los usuarios demanda una mejora de los procesos internos en los cuales se tiene contacto con los usuarios. Nada se gana si la atención es excelente pero los procesos no.

La visión de excelencia en el servicio busca que los funcionarios excedan las expectativas de los usuarios.

El valor agregado más importante es la calidad de las relaciones humanas de los funcionarios. En consecuencia, todos deben tener la actitud cortés de ayudar al usuario, como punto central de su actividad. Deben estar capacitados para dar atención y servicio excelente, y conocer sus necesidades y tratar de satisfacerlas de la mejor manera posible.

Artículo 3: Código de Calidad de Atención y Servicio al usuario

El Código de Atención y Servicio al Usuario pretende desarrollar una cultura organizacional de calidad enfocada a la satisfacción de las necesidades de los funcionarios y usuarios.

Tiene como propósitos, entre otros:

- ◆ Desarrollar un documento comprensivo y de fácil acceso para consulta.
- ◆ Homogenizar la atención al usuario externo e interno en todas las oficinas.
- ◆ Colaborar con el proceso de inducción de nuevos funcionarios o funcionarias.
- ◆ Mejorar las relaciones humanas de los funcionarios.
- ◆ Capacitar al personal en el tema de servicio al usuario.
- ◆ Proporcionar elementos para la evaluación del servicio al usuario.

Artículo 4: La necesidad de la diferenciación

Las instituciones del sector público son percibidas desde un mismo ángulo por parte de los usuarios, por lo que se hace necesario que el ICODER marque diferencia en cuanto a sus ventajas en el servicio:

- La personalización e individualización en la atención al usuario.
- La mejora en los tiempos de respuesta.

Para lograrlo, los funcionarios deben entender las necesidades básicas de los usuarios:

- Necesidad de ser comprendido: Interpretar bien lo que el cliente desea.
- Necesidad de ser bien recibido: No recibirlos como a extraños.
- Necesidad de sentirse importante: El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas.
- Necesidad de comodidad: Las personas necesitan comodidad física (lugar donde descansar, esperar, baños, entre otros) y psicológica (seguridad y confianza).
- Necesidad de ser respetados: No atender de manera simultánea a otro usuario, sea personalmente o vía telefónica.

TÍTULO III: COMUNICACIÓN

Artículo 5: Formas de Comunicación

La comunicación es un proceso dinámico donde los actores participan de manera activa en la búsqueda del entendimiento. Esta se manifiesta en diferentes ámbitos: verbal, escrita, gestual, y como tal, transmite significados de un referente a otro.

De ahí que es importante conceptualizar entre las dos grandes áreas de la comunicación como lo son la verbal y la no verbal.

Artículo 6: Condiciones de la Comunicación Verbal

La comunicación verbal es aquella que utiliza la voz como canal para transmitir el mensaje.

Es necesario crear un ambiente de empatía cuando se conversa o se está vendiendo una idea a un usuario, lo cual puede lograrse hablando sobre algún tema de interés común.

Algunos aspectos importantes que se deben considerar son los siguientes:

- Trate al usuario por su nombre.
- Hable directo y mirándole al rostro.
- No tutee ni vosee.
- Muéstrese comprensible.
- Sea simple, evite tecnicismos, legalidades y explicaciones complejas.
- No interrumpa, deje que el usuario hable primero.
- Escuche con cuidado, no se distraiga.
- Tome notas si fuera necesario.
- Respire en forma natural, con tranquilidad. Aprenda a respirar profundo y elimine la ansiedad.
- Sonría y con ello, transmita confianza.
- Emplee términos y vocablos simples, y hable solo lo necesario.
- Comuníquese ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un final.

- Utilice una actitud corporal adecuada y un tono de voz convincente.

Aspectos que impiden la buena comunicación

- ◆ La prepotencia (Sea modesto al presentar sus ideas).
- ◆ El egocentrismo (Evite el yoísmo).
- ◆ Recriminar al interlocutor (Es inconveniente usar frases como usted está equivocado o no me ha entendido).
- ◆ Falta de habilidad interpretativa o narrativa.

Artículo 7: Frases que Debemos Evitar en la Comunicación Verbal

Todo funcionario del ICODER debe evitar frases negativas o descuidadas, como las siguientes:

- ◆ ¿Entiende? (Connota que el cliente es poco inteligente).
- ◆ ¿Pero es que no ha leído el contrato, señor?
- ◆ ¿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.
- ◆ Él está ocupado resolviendo un asunto importante, ahora no lo puede atender.
- ◆ Es que en ese departamento nunca contestan.
- ◆ ¡Es que tenemos cada compañero!
- ◆ 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 en este momento.
- ◆ Explíquese bien, porque no lo entiendo.
- ◆ La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
- ◆ Mejor vuelva cuando tenga todo listo.
- ◆ No sea impaciente, por favor.
- ◆ No tengo idea, mejor pregúntele a otro compañero.
- ◆ Perdona, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderle.
- ◆ Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- ◆ Ya le contesté eso.

Además, evite la excesiva confianza con los usuarios. Deles siempre un trato profesional.

Nunca use frases como las siguientes:

- ◆ ¡Si corazón, yo le dejo el mensaje!
- ◆ ¡l diay, cómo estás! o ¡Maje cómo estás! (Aunque sea un conocido; en el trabajo debe actuar de manera profesional).
- ◆ ¡No, mi amor, eso era antes!
- ◆ ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!

Artículo 8: La Técnica de Preguntas

En muchas de las gestiones con los usuarios se debe recurrir a la técnica de preguntas y respuestas. Existen tres tipos de preguntas que podemos usar:

- ◆ **Abierta:** Preguntas fáciles que ponen a hablar. Dan confianza y se obtiene información.
¿Qué se le ofrece? o ¿Qué le parece la actividad?
- ◆ **Pregunta con Pregunta:** Evita discusiones, aclara conceptos y mantiene control. Debe usarse con cuidado; a muchas personas no les gusta que les devuelvan preguntas con otra pregunta. Ejemplos:
¿Cuál es el plazo de ese permiso? R/ ¿Para cuándo lo necesita?
- ◆ **Directa o Cerrada:** Lo acerca a áreas de mutuo acuerdo, le ayuda a convencerle de sus objetivos. Generalmente la respuesta es SÍ o NO. ¿Me lo envía?

Artículo 9: Comunicación No Verbal

Un campo importante en la comunicación no verbal es el lenguaje corporal, a través del cual también se transmiten mensajes, por lo que resulta necesario tomar en cuenta algunos aspectos como los siguientes:

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

Artículo 10: Comunicación Telefónica

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

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

Ejemplos de Frases y Guiones para Responder el Teléfono:

“Buenos días, ICODER. Departamento de Planificación. Le habla Elizabeth...”

“Buenos tardes, ICODER. Asesoría Legal. Le habla Eduardo...”

a. Reglas del lenguaje telefónico

Al realizar una llamada tenga delante todos los documentos que puede necesitar, sin olvidar con qué anotar.

Sonría

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

Vocalice

No ingiera alimentos, agua, confites ni goma de mascar porque perjudica la locución.

Hable lentamente

Dese todas las oportunidades para hacerse comprender debido a que al comunicarse por teléfono no puede ayudarse del lenguaje corporal.

Escuche

Cuando el otro habla, hágale saber que le escucha (utilice términos como “sí”, “claro”, “exacto”, entre otros).

Anote

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

Explique

Si debe poner en espera la llamada, solicite permiso antes de hacerlo y explique brevemente por qué debe de hacerlo. Es importante que el funcionario evite dejar en espera al usuario por más de dos minutos seguidos sin una explicación. Si es necesario mantener la espera, se debe retomar la llamada para solicitar un par de minutos más y así consecutivamente hasta que se termine la espera. Esto demuestra respeto y consideración y le permite al usuario decidir si desea seguir esperando o no.

Fórmulas de cortesía

Introducen “flexibilidad” en la conversación y mejoran el contacto humano. Salude, despídase y diga siempre por favor, gracias o muchas gracias.

Gane tiempo

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

b. Frases recomendadas para la atención telefónica

Para recibir:

“Buenos días, ICODER. Departamento Financiero. Le habla Guillermo. ¿En qué le puedo servir?”.

Hacer esperar:

“Le ruego esperar un momento”.

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

Cuando la espera es muy larga:

“En este momento no puedo atenderlo. Si gusta, me da su número de teléfono y lo llamo luego” Debe devolver la llamada según lo prometido.

Despedida

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

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

c. Para recibir un mensaje dirigido a otro funcionario, se deben recopilar siempre los siguientes datos:

Destinatario, quién llama, motivo de la llamada, seguimiento (cuál de los dos llamará al otro), número telefónico de referencia, fecha y hora.

d. Centrales telefónicas

Recepción de llamadas

Buenos días. Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación, le atiende Mariela. ¿En qué le puedo servir?

Si la extensión está ocupada o nadie contesta...

• La extensión que solicitó está ocupada en este momento ¿Desea hablar con alguna otra persona del departamento o dejar un mensaje? (Es inconveniente decir “No contesta” o “No hay nadie”).

A un usuario que espera en línea

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

e. Resto de Extensiones:

♦ Al Contestar: Levante el teléfono a más tardar al tercer timbrado, aunque no sea el suyo. No deje al usuario esperando porque podría perder la paciencia, ponerse de mal humor y generar una inconformidad.

♦ Cómo dirigirse al usuario

- Señor, señora.

- Título, si lo conoce (licenciado, doctora, ingeniero).

- El nombre de pila del usuario, sólo si ya se conocen y tienen cierto nivel de confianza. Siempre agregue Don o Doña. Use su sentido común. Nunca utilice apodos.

- Muestre ganas de ayudar y ¡ayude!

- Escuche con interés, concentrado.

- Evite discusiones o negativismos.

- Hable con calma y tono agradable.

- Verifique que le está entendiendo.

- No tutee al cliente.

- Si debe pasar necesariamente la llamada a otro compañero primero explique al usuario lo que hará. No

lo pase simplemente, sino que tenga la cortesía de decírselo.

Ejemplos: Don Roberto, voy a pasar la llamada con mi compañero Rafael, que conoce de ese tema, o Don Roberto, le voy a pasar la llamada al Departamento de Proveeduría, donde pueden atender mejor su consulta.

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

♦Frases de cierre: Recuerde despedirse agradeciendo al usuario la oportunidad de haberle servido.

Ejemplos:

- Muchas gracias por llamarnos.
- Estamos para servirle.

f. Uso de teléfonos en la institución por parte de los funcionarios:

♦Es una falta de los funcionarios utilizar los teléfonos, facsímiles, celulares o cualquier otro medio electrónico para atender asuntos personales, si con ello descuidan la atención de su puesto y limitan a un usuario poderse comunicar o si por ese motivo este no es atendido o es mal atendido.

TÍTULO IV: IMAGEN

Artículo 11: Imagen

La imagen de una persona, institución, empresa o producto se construye por medio de relaciones de largo plazo con todas las personas con que se relaciona, sean usuarios, beneficiarios, amigos, familiares, proveedores, compañeros, gobierno y diversos grupos de opinión y de presión. La imagen no sólo se trata de un logotipo y algunas actividades de relaciones públicas, sino que abarca también relaciones personales de atención y calidad en el servicio.

Artículo 12: Primera Impresión

La primera impresión es un proceso de percepción de una persona a otra, el cual transcurre en muy poco tiempo. Nunca se tiene una segunda oportunidad de dar una primera impresión.

Habitualmente no somos del todo conscientes de las informaciones que la configuran.

Los componentes de la primera impresión son:

Apariencia (lo que ven)

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

La voz (como hablo)

En cualquier contacto, la voz se convierte en la fuente de información con la que tratarán de cubrir las lagunas que aportaría lo visual. La rapidez, el volumen, el tono, la calidad del timbre, la articulación y la dicción son elementos que influyen en la imagen que se proyecta.

Las palabras

Son las que permiten determinar cómo enfoco los asuntos, lo que pienso y cómo lo expongo.

–Lo positivo: estilo directo y afirmativo; no restrictivo, simple.

–Lo negativo: estilo y actitud restrictiva, en términos y expresiones.

Escuchar

–No interrumpir.

–Responder.

–Utilizar los términos del interlocutor.

–Demostrar interés pidiendo aclaración a lo que oímos.

–Dar señales de entender el mensaje.

Mi entorno y organización personal

–Tenga el área de trabajo limpia y ordenada.

–Muéstrese ordenado y organizado.

–Tenga a mano lo que necesita para hacer su trabajo.

Artículo 13: Cómo Proyectarse Exitosamente

Es necesario comprender que debemos proyectarnos exitosamente hacia el usuario, para lo cual debemos considerar lo siguiente:

◆La imagen de los funcionarios forma parte de la imagen del Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación.

◆Al atender a un usuario se está vendiendo la imagen del ICODER.

◆El impacto que logre en el usuario puede significar la diferencia entre una percepción de calidad y una de servicio deficiente.

◆El usuario primero tendrá una impresión por lo que vea externamente, lo cual abarca higiene personal, apariencia, presentación personal, modales, forma de caminar, cómo sonríe e, incluso, cómo saluda.

◆Tenga especial cuidado con su rostro. El 80% de la atención del usuario se dirigirá a su rostro. Procure que su expresión facial y su arreglo personal sean correctos y oportunos.

◆Cuide sus manos y uñas. Dado el tipo de trabajo que realizamos, las manos, dedos y uñas, también deben lucir limpias y cuidadas.

◆Recuerde que el impacto que logra, no sólo le llega al usuario por sus ojos, sino por los otros sentidos. Sea consciente de ello.

◆Cuide mucho su aliento. Un descuido en esa área puede “poner a sufrir” a su interlocutor.

TÍTULO V: LA ACTITUD

El usuario dispone de una serie de “señales” muy claras que determinan, con absoluta precisión, cuáles

son las verdaderas actitudes del personal que lo atiende y con base en ellas mide la calidad del servicio que recibe.

Artículo 14: Las actitudes

Las actitudes están relacionadas con las motivaciones y la forma en que se relacionan los funcionarios entre si y éstos con el usuario. Existen dos tipos de motivaciones:

◆ **Motivación Positiva:** Es cuando las personas hacen las cosas convencidas de que deben hacerlas por su bien y el bien de los demás, y por lo tanto, desean quedar bien. Esta motivación requiere de dos componentes:

- **Estímulos:** Las personas hacen las cosas porque tienen algún estímulo, y lo dan todo.
- **Reconocimiento:** Las personas hacen las cosas porque saben que se les reconoce cuando las hacen bien y se les ayuda a superarlas cuando las hacen mal.

◆ **Motivación Negativa:** Es cuando las personas hacen las cosas por temor. Se presenta de dos maneras:

- **Intimidación:** Las personas hacen las cosas por temor a castigos y sólo harán lo que se les pida, aunque puedan dar o hacer más.
- **Manipulación:** Las personas hacen las cosas porque el que las pide les ofrece algo a cambio.

Artículo 15: Actitudes del Funcionario Exitoso

El funcionario exitoso mantiene las siguientes actitudes:

◆ **Emprendedor**

- Tiene iniciativa.
- Está comprometido.

◆ **Motivado por la gente**

- Tiene deseos de ayudar.
- Muestra empatía.
- Valora las relaciones sociales y las facilita.
- Comprende que el usuario interno o externo es la persona más importante.

◆ **Especializado**

- Se preocupa por conocer cada vez más de su trabajo.
- Estudia y se prepara.
- Le interesa el servicio al usuario, y el conocimiento de los programas o proyectos que se ejecutan.
- Muestra actitud positiva hacia el usuario y a la autoridad.
- Se esfuerza por la excelencia en su trabajo.

◆ **Innovador**

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

TÍTULO VI: RELACIONES HUMANAS

Artículo 16: Relaciones Humanas

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

Artículo 17: Los factores positivos de las Relaciones Humanas

Algunos factores positivos de la Relaciones Humanas son:

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

Artículo 18: Los factores negativos de las Relaciones Humanas

Algunos factores negativos de la Relaciones Humanas son:

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

g) Sentimiento de superioridad o inferioridad: Sentirse mejor que los demás en cualquier aspecto, o subvalorarse, sintiéndose inferior a los demás a causas de defectos o carencias reales o imaginarias.

Artículo 19: Reglas de Cortesía

Las principales reglas de cortesía que han regido el mundo de los negocios y el mundo social durante siglos:

◆ Salude al usuario

En el momento en que entre en contacto con un usuario debe llevar la iniciativa con el saludo.

◆ Identifíquese

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

◆ Ofrezca su ayuda de inmediato

Para hacerlo, puede usar alguna de estas frases “¿En qué le puedo servir?”, “¿En qué le puedo servir hoy?”, la cual deja la sensación de que reconoció al usuario y que él ya estuvo ahí antes.

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

◆ Use frases que demuestren su cortesía y despídase agradeciendo

El funcionario debe llevar la iniciativa al momento de despedirse. Para hacerlo, puede usar alguna de estas frases: “con mucho gusto”, “es un placer”, “no hay de qué”, y expresar “muchas gracias”.

Artículo 20: Manejo de usuario con necesidades especiales

Es necesario ofrecer un servicio especializado a las personas con capacidades especiales.

Entre las personas que merecen un servicio preferencial podemos citar:

◆ Personas con alguna discapacidad.

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

◆ Adultos Mayores

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

◆ Mujeres en estado de embarazo.

◆ Personas con niños pequeños en brazos.

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

Entendiendo a la persona con alguna discapacidad física

- ◆ La población con discapacidad es declarada de interés público, por lo tanto debe ser tratada en iguales condiciones de calidad, oportunidad y deberes que el resto de los habitantes
- ◆ Identifique la discapacidad del usuario y ayúdelo de acuerdo con su necesidad específica.

Artículo 21: Menores de Edad en la Institución

Menores de edad que ingresan solos a nuestras instalaciones o acompañados por un adulto, también deben ser objeto de nuestra atención y de nuestra amabilidad. Si el menor hace una pregunta, intente descender a su nivel y responda adecuadamente.

Artículo 22: Valores Institucionales.

Honestidad

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

Lealtad

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

Solidaridad

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

Justicia

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

Mística

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

Respeto

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

Pertenencia

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

Responsabilidad

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

Compromiso

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

Liderazgo

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

Trabajo en Equipo

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

Apertura al Cambio - Servicio al usuario

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

Artículo 23: Actitudes sociales de los Funcionarios

- ◆ Ajuste su personalidad al medio ambiente y tipo de personas.
- ◆ Atienda las críticas e inconformidades.
- ◆ Evite la arrogancia y mantenga su mente abierta.
- ◆ Mantenga un alto grado de formalidad y una apariencia impecable.
- ◆ No mastique chicle, no tome agua o ingiera cualquier otro alimento frente a un usuario, es de muy mal gusto.
- ◆ No atienda agentes vendedores delante de un usuario.
- ◆ Si es interrumpido cuando atiende a un usuario, ofrezca una disculpa. Si el teléfono suena, pídale al usuario permiso para contestarlo.
- ◆ No se distraiga con otra persona u otro trámite que no corresponda al usuario que atiende.

◆Cómo aprenderse el nombre del usuario:

- ◆ Concéntrese cuando el usuario le diga el nombre. Escúchelo bien. Si es un nombre “enredado” o poco usual, pídale al usuario que lo repita o lo deletree. El usuario no se molestará; más bien se sentirá bien que se interese genuinamente en él. Si es posible, y apropiado, escriba el nombre.
- ◆ Cuando le presenten a un usuario, repita el nombre de inmediato. Ello ayuda a que se le grabe más profundamente. Diga, por ejemplo, “Mucho gusto, don Fernando”.
- ◆ Intente repetir el nombre del usuario en los primeros minutos de la entrevista. La mente humana procesa la información “de primera impresión”.

Mantenga contacto visual con el usuario

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

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

- ◆ No me está poniendo atención.
- ◆ No le interesa lo que estoy diciendo.
- ◆ Es tímido e inseguro.
- ◆ Está molesto conmigo.
- ◆ Es descortés.
- ◆ Se da aires de superioridad.
- ◆ Me está mintiendo y no quiere que se lo vea en los ojos.
- ◆ Está asustado.

Esté preparado para recibir al usuario

En el momento de abrir la oficina al público se debe estar completamente preparado para atender al usuario.

Artículo 24: Ausencia de Funcionarios

Si un compañero o compañera se encuentra ausente o no puede atender al usuario, a este no le interesa, lo que desea es ser atendido o que se le responda su solicitud. Por lo tanto se le debe indicar al usuario:

Disculpe: El compañero o compañera no se encuentra en este momento o no lo puede atender. Si desea puede dejarle un mensaje, o como localizarlo o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

Artículo 25: Tiempo de respuesta

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

Es importante indicar que el funcionario de atención al usuario debe procurar ser expedito y ágil. El tiempo de espera es, muchas veces, un asunto de percepción.

Técnicas para manejar la percepción del usuario que espera:

- ◆ La primera sensación de agilidad proviene del funcionario que atiende al usuario: cómo se mueve, cómo habla, se sienta, camina o ejecuta su trabajo.
- ◆ Procure verse dinámico, activo, energético. Si está sentado, hágalo recto y con los hombros erguidos. Si tiene que ponerse de pie y caminar, procure hacerlo de nuevo con energía, moviéndose dinámicamente.

Artículo 26: Atención a usuarios “difíciles”

Tarde o temprano puede pasar, y tendrá que atender y dar satisfacción a un usuario que esté disgustado

o que, por alguna condición personal, podría considerarse “difícil”. A continuación, algunos consejos prácticos:

- ◆ En primer lugar, mantenga la calma. No lo tome como algo “personal”, deje que el usuario se desahogue, pero póngale atención y muéstrese interesado.
- ◆ El usuario podría haber llegado ya disgustado por alguna otra razón. Demuestre su profesionalismo, manténgase calmado y tranquilo ante esta situación.
- ◆ Escuche al usuario. Déjelo que se exprese. No lo interrumpa. Al dejarlo hablar, éste generalmente se calma.
- ◆ Escúchelo y trate de comprender bien cuál es el problema. Concéntrese en entender cuál es la causa que provocó el disgusto.
- ◆ No eche la culpa al desconocimiento, algún compañero o proceso, aunque no sea totalmente culpa nuestra el malestar que el usuario exhibe. Es más conveniente intentar calmarlo, sin provocar que él o ella se sienta “culpable”.
- ◆ Use frases como “le comprendo”, “qué pena”, “claro que sí”. Esas frases calman a la persona, pues demuestran que está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.
- ◆ Procure que el usuario salga satisfecho, busque la mejor solución que pueda darle, pero recuerde que no quiere decir que se le da la razón.
- ◆ Si tiene que pasar el caso a otro compañero o al jefe, procure explicarles todo el detalle, porque es aún más molesto para el usuario tener que explicar dos veces una situación tensa.

TÍTULO VII: TRABAJO EN EQUIPO

Artículo 28: Trabajo en equipo y Atención al usuario

Los usuarios perciben si en las organizaciones todos trabajan a un mismo ritmo, y se comportan y actúan de la misma manera. Por ello, la atención y el servicio al usuario es un asunto de trabajo en equipo. Nos necesitamos unos a otros, tanto dentro de la oficina como entre oficinas. A continuación, algunas consideraciones:

- ◆ No podemos ser expertos en todo, necesitamos que en todo equipo haya personas especializadas en una materia, distinta de otras.
- ◆ La filosofía del trabajo en equipo en el servicio al usuario incluye también apoyar y proteger la imagen y la dignidad de los compañeros y compañeras, y con ello, la imagen del ICODER.
- ◆ Si no conoce la respuesta ante una solicitud de un usuario, es preferible buscar la ayuda de un compañero. Recomendación: Nunca es bien visto decir “No sé”. Es mejor decir: “En este momento no cuento con suficiente información para responder su pregunta, pero permítame investigar o buscar a alguien que le pueda ayudar”. Esto es preferible a confundir al usuario y quizás arriesgarse a perder la credibilidad.

- ◆ Nunca contradiga a un compañero delante de un usuario, llámele aparte e indíquele el error. Procure apoyarlo y darle su lugar, pero no discuta nunca delante del usuario.
- ◆ Si tienen que salir a atender a un usuario juntos, póngase de acuerdo en cuál va a ser el papel de cada uno, para que nunca haya contradicciones o se proyecte una imagen de equipo poco profesional.
- ◆ Nunca hable mal de un compañero ante un usuario. Si lo hace, estará deteriorando su propia imagen, la percepción de buen servicio y del ICODER.

Artículo 29 Supervisión en el trabajo

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

El coordinador o jefe debe supervisar diariamente que la información expuesta por sus colaboradores a los usuarios esté actualizada y correcta, así como el trato que sea el más adecuado.

Artículo 30: Procesos

La forma en que brindemos el servicio, si lo hacemos en forma ágil o lenta, es uno de los aspectos que más impacta la opinión del usuario en cuanto al servicio que le brindamos. Por eso, se requiere agilizar y acortar los tiempos de los procesos.

Esto significa que todos los procesos y trámites que van dirigidos al usuario externo e interno deben ser lo más ágiles y simples posibles.

Todas las organizaciones están compitiendo contra el tiempo, acelerando sus procesos para que sean ágiles, sencillos y expeditos ante usuarios más exigentes y con menos tiempo. Por eso, los procedimientos (la tramitología) de servicio al usuario requieren más agilidad, pero sin perder calidad en la atención individual.

La satisfacción del usuario surge de que existan relaciones internas entre los funcionarios de mayor calidad, porque con un adecuado ambiente de trabajo y procesos, procedimientos, normas adecuadas y ágiles, habrá una mayor satisfacción de los funcionarios, quienes serán más productivos. Lo anterior redundará en un servicio excelente al usuario y en consecuencia un aumento en su satisfacción y lealtad.

Artículo 31: Infraestructura

El usuario se impacta por lo que perciba del ambiente físico donde es atendido, y de los equipos y sistemas. Esto por supuesto incluye colores, rotulación exterior e interior, mobiliario y equipo de oficina, servicios sanitarios, música ambiental, lugares de espera, orden, limpieza y, en general, el estado de la infraestructura, las instalaciones físicas y los equipos.

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

Equipos: La condición y apariencia de los equipos que utilizemos impactan al usuario o beneficiario, lo mismo que el escritorio, cubículo o mostrador.

Igual que la gente se forma una primera impresión de la persona que lo atiende, también se da en cuanto a la calidad y el nivel de las instalaciones de la Institución, con sólo ver cómo se encuentra su infraestructura.

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

a. Ambiente General:

- ◆ Oficina ordenada.
- ◆ Limpieza de oficina y baños.
- ◆ La decoración.
- ◆ Libre de basuras.
- ◆ Ventilación adecuada.
- ◆ Iluminación adecuada.
- ◆ Información y folletos de los servicios del Instituto ordenados.
- ◆ Que no existan signos externos ajenos al ICODER.
- ◆ La temperatura y los aires acondicionados deben mantenerse entre 22o C y 24o C (70o F y 75o F), según normativa internacional.

b. Infraestructura y equipos:

- ◆ Equipos limpios y en buen estado.
- ◆ Archivos, escritorios y mobiliario ordenados.
- ◆ Rótulos y letreros internos, limpios, ordenados y actualizados.
- ◆ La pintura externa e interna del edificio en buen estado y con los colores institucionales.
- ◆ La limpieza de los vidrios.
- ◆ El estado de los cielos rasos.
- ◆ El estado de los pisos.
- ◆ Los baños, lavatorios e inodoros en buen estado y acondicionados.
- ◆ Televisores y videos.
- ◆ La música o el nivel de ruido que haya en el ambiente.

Artículo 32: Información

Toda la información que el usuario tenga sobre el ICODER, antes de entrar directamente en contacto, impacta su percepción del servicio. De ahí la importancia de mantener permanentemente informado al público a través de la comunicación integrada de mercadeo, lo que incluye publicidad. Algunos factores que intervienen son:

- ◆ Lo que se diga del Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación.
- ◆ La imagen del Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación
- ◆ La publicidad.
- ◆ El sitio en Internet.
- ◆ La información que circula de boca a boca o correo de voz.
- ◆ El contacto con funcionarios y la información que suministran.

- ◆ La atención telefónica de los usuarios que solicitan información.
- ◆ Los folletos y la literatura en general.

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

- ◆ Se debe tener suficiente literatura disponible sobre el Instituto y sus productos.
- ◆ Debe estar accesible a los usuarios. Para esto utilice dispensadores de autoservicio.
- ◆ No colocar basureros cerca.
- ◆ Aunque puede ser un simple panfleto, plegadizo o no, tiene que ser de calidad.
- ◆ La literatura es una herramienta de mercadeo que sirve para sembrar; la cosecha viene después.

TÍTULO VIII: EL USUARIO INTERNO

Artículo 33: El usuario Interno

Todos estamos en atención y servicio al usuario. No importa si no atiende usuarios externos del ICODER directamente, ¡también está en servicio al usuario!

Se trata de una Cadena de Valor, por medio de la cual, al brindar el mejor servicio a sus compañeros de trabajo, facilita que el eslabón final, el usuario, reciba un servicio de excelencia.

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

- ◆ Se esfuerza por atender, en forma ágil y dinámica, un requerimiento de servicio de un compañero o una unidad, dondequiera que se encuentre.
- ◆ Distribuye información necesaria para dinamizar el proceso, en forma oportuna y por los canales más adecuados.
- ◆ Lleva al día su trabajo, considerando que éste incide sobre el resultado final de los procesos de la Cadena de Valor.
- ◆ Se esfuerza por dejar una buena impresión en los usuarios externos con quienes se cruza en un pasillo, ayudándolos a ubicarse dentro de las instalaciones del ICODER, o simplemente, sonriéndoles.
- ◆ Hace esfuerzos por lograr una mayor camaradería y buenas relaciones interpersonales entre todos los departamentos, oficinas, unidades y demás dependencias.
- ◆ Impulsa el trabajo en equipo y otorga la debida importancia al aporte de todos los compañeros.
- ◆ Propone ideas y soluciones a situaciones que ayudan a mejorar el servicio al usuario externo.
- ◆ Trata a todos sus compañeros con amabilidad y cortesía.
- ◆ Recuerde cómo se tratan entre compañeros. De igual forma sucede con el usuario. Debe tratarlos como si fueran sus visitas en la casa; con amabilidad, cortesía y ganas de ayudar.
- ◆ Siempre demuestre que está a gusto con la presencia de usuarios.

TÍTULO IX: CONCLUSION

Artículo 34: Conclusión

La Contraloría de Servicios ha realizado esta Guía para mejorar la capacidad de los funcionarios del ICODER, que les permita tener información para el mejor desempeño en la atención de los usuarios del

ICODER, sea de manera directa e indirecta, asimismo como herramienta de información y evaluación.

Como planteamos por medio de este documento, nada se haría con tener los mejores servicios, los trámites más ágiles y expeditos y las oficinas más agradables, si no se cuenta con el recurso humano motivado y capacitado.

Se plantean retos que requieren del esfuerzo y la atención del personal del Instituto para llevarlo hacia la excelencia y una mejor atención del usuario, por medio de nuestra mejor carta de presentación: los servicios y productos.

Usted que está en contacto diario con el usuario externo e interno del Instituto es quién puede poner en práctica todas las técnicas que aquí se presentan.

Recuerde que, en cualquier programa, el 85% del éxito depende de la actitud de las personas que lo ponen en práctica y solo el 15% se atribuye a otros factores, tales como conocimientos, equipos y recursos.

El Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación, cuenta con usted para que con su esfuerzo y entusiasmo se pueda hacer del ICODER una instancia pública con una excelente capacidad de servicio de calidad.

**APROBADO: Consejo Nacional del Deporte y la Recreación,
Sesión Ordinaria No. 964-2015, Acuerdo No. 13 del 19 de Noviembre del 2015.**



GUÍA DE ATENCIÓN AL USUARIO DEL ICODER
Contraloría de Servicios

