

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACION

CAPITULO I: DISPOSICIÓN GENERAL 4

Artículo 1: Acatamiento Obligatorio 4

CAPITULO II: EL USUARIO Y/O CLIENTE 4

Artículo 2: Enfoque en el Usuario y/o Cliente 4

Artículo 3: La Necesidad de cambiar el concepto e imagen de los servicios que prestan las entidades públicas 5

CAPITULO III: COMUNICACIÓN 5

Artículo 4: Formas de Comunicación 5

Artículo 5: Elementos de comunicación verbal 5

Artículo 6: Frases que se deben evitar en la comunicación verbal 6

Artículo 7: La técnica de preguntas 7

Artículo 8: Comunicación no verbal 8

Artículo 9: Comunicación telefónica 8

CAPITULO IV: IMAGEN 12

Artículo 10: Imagen 12

Artículo 11: Primera impresión 13

Artículo 12: ¿Cómo proyectarse exitosamente? 14

CAPÍTULO V: LA ACTITUD 14

Artículo 13: Las actitudes 14

Artículo 14: Actitudes Adecuadas en Atención al Usuario 14

Artículo 15: Actitudes del Funcionario Exitoso 15

CAPÍTULO VI: RELACIONES HUMANAS 15

Artículo 16: Relaciones Humanas 15

Artículo 17: Los factores positivos de las Relaciones Humanas 15

Artículo 18: Los factores negativos de las Relaciones Humanas 16

Artículo 19: Reglas de Cortesía 16

Artículo 20: Manejo de Usuarios y/o clientes con Necesidades Especiales 17

Artículo 21: Menores de Edad en la Institución 18

Artículo 22: Usos, Costumbres y Actitudes de los Funcionarios 18

Artículo 23: Técnicas Ganadoras en la Atención al Usuario y/o Cliente 19

Artículo 24: Ausencia de Funcionarios 21

Artículo 25: Tiempo de Respuesta y Agilidad 22

Artículo 26: Funcionario de la Unidad de Atención al Usuario	22
Artículo 27: Personal de Celaduría	23
Artículo 28: Manejo de Inconformidades	23

CAPÍTULO VII: TRABAJO EN EQUIPO 26

Artículo 29: Trabajo en Equipo	26
Artículo 30: Requisitos del trabajo en equipo	26
Artículo 31: Trabajo en equipo y Atención al Usuario	26
Artículo 32: Trabajando en Equipo	27
Artículo 33: Supervisión en el Trabajo	28

CAPÍTULO VIII: PRODUCTOS, PROCESOS, INFRAESTRUCTURA E INFORMACIÓN

Artículo 34: Productos	29
Artículo 35: Procesos	29
Artículo 36: Infraestructura	29
Artículo 37: Información	30

CAPÍTULO IX: EL USUARIO INTERNO 31

Artículo 38: El Usuario y/o cliente Interno	31
---	----

CAPITULO X: DERECHOS, DEBERES Y PROHIBICIONES DE LOS USUARIOS Y/O CLIENTES 32



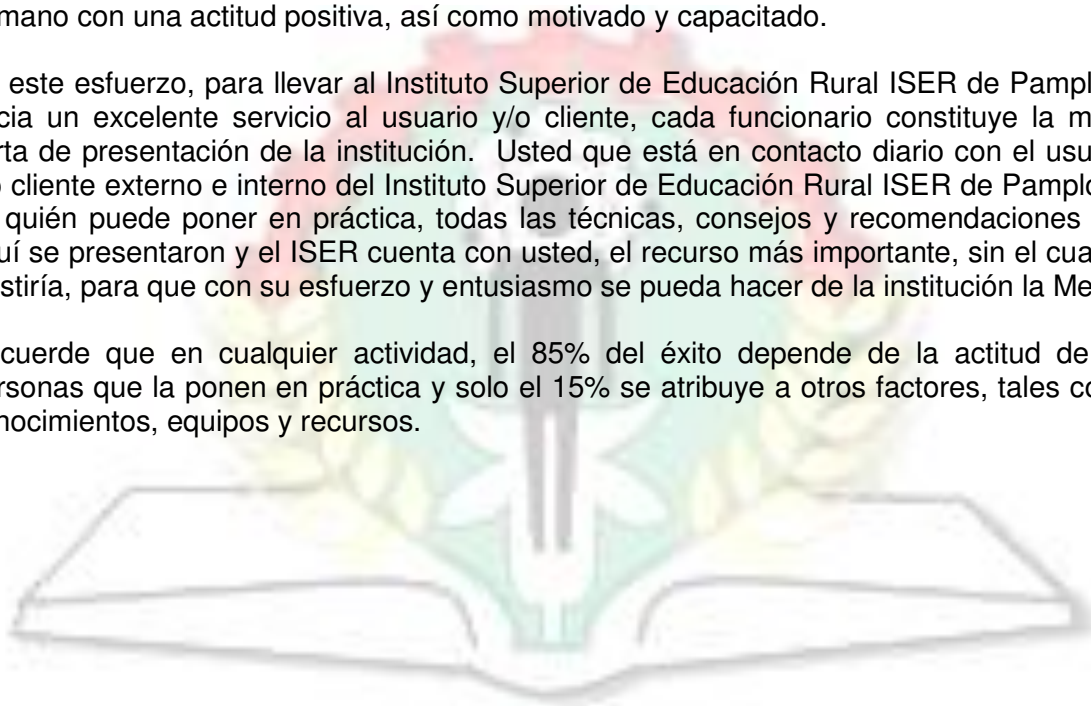
PRESENTACION

El presente Manual busca mejorar la capacidad de los funcionarios del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona en atención y servicio al usuario y/o cliente.

Como es sabido nada se haría con tener los mejores productos y servicios, los trámites más ágiles y expeditos, las oficinas más agradables, si no se cuenta con el mejor recurso humano con una actitud positiva, así como motivado y capacitado.

En este esfuerzo, para llevar al Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona hacia un excelente servicio al usuario y/o cliente, cada funcionario constituye la mejor carta de presentación de la institución. Usted que está en contacto diario con el usuario y/o cliente externo e interno del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, es quién puede poner en práctica, todas las técnicas, consejos y recomendaciones que aquí se presentaron y el ISER cuenta con usted, el recurso más importante, sin el cual no existiría, para que con su esfuerzo y entusiasmo se pueda hacer de la institución la Mejor.

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



CAPITULO I: DISPOSICIÓN GENERAL

Artículo 1: Acatamiento Obligatorio

Las normas que se describen a continuación forman un Manual de Atención y Servicio al Usuario, su descripción está bajo la modalidad de capítulos y artículos y son de acatamiento obligatorio para todos los funcionarios y funcionarias y contratistas del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, so pena de las responsabilidades por la omisión o incumplimiento de lo aquí prescrito a que haya lugar.

CAPITULO II: EL USUARIO Y/O CLIENTE

Artículo 2: Enfoque en el Usuario y/o Cliente

Definición: El término usuario y/o cliente se refiere a todas las personas que solicitan servicios en el Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona.

Tipos de usuarios y/o clientes: Pueden ser de dos tipos, externos e internos. Externos son las personas que no pertenecen a la Institución y los Internos son los funcionarios mismos de la institución.

Elementos de servicio al usuario y/o cliente: Comprende dos elementos, la atención y servicio que le brindamos al usuario y/o cliente. La atención al usuario y/o cliente demanda cortesía, deseo de ayudar, entusiasmo, empatía, puntualidad. Se debe tratar al usuario y/o cliente como la persona más importante y la razón de ser de nuestro trabajo. El servicio demanda una mejora de los procesos internos que hacen contacto con el usuario y/o cliente. Nada se gana si la atención al usuario y/o cliente es excelente, pero los procesos no lo son.

Visión de excelencia: La visión de excelencia en el servicio al usuario y/o cliente en una institución, es que todos los funcionarios comprendan que deben exceder las expectativas que tienen el usuario y/o cliente mismo. Porque una atención y un servicio al usuario y/o cliente excelente es un requisito indispensable para la buena imagen de la organización.

Valor agregado: El valor agregado más importante es la calidad de las relaciones humanas de los funcionarios, o sea, la excelencia del personal, ya que el valor agregado en el servicio al usuario y/o cliente consiste en todo aquello que el usuario y/o cliente percibe que no paga por ello y que mejora el servicio que recibe (buena atención, horarios, parqueadero, centros de atención, diversas modalidades de pago, servicio por internet, y otros).

Por tanto, se deduce que todos los funcionarios deben tener la actitud cortés de ayudar al usuario y/o cliente, como aspecto fundamental de su actividad. Todos y cada uno deben estar capacitados para dar atención y servicio excelente al usuario y/o cliente. Conocer e intuir sus necesidades para tratar de satisfacerlas de la mejor manera posible, teniendo en cuenta que el usuario y/o cliente interno es tan importante como el usuario y/o cliente externo.

Artículo 3: La Necesidad de cambiar el concepto e imagen de los servicios que prestan las entidades públicas

Los servicios que prestan las entidades públicas se han visto dañados en su concepto e imagen por muchos años en los cuales no se tenía la conciencia que los funcionarios públicos se debían a sus usuarios y/o clientes, aspecto que se comenzó a dar con el auge de las privatizaciones y la apertura de mercados.

Es por ello, que el contexto actual presiona a las entidades públicas a la necesidad de cambiar el concepto e imagen de los servicios que prestan, concientizando a los funcionarios su deber de la satisfacción del usuario por medio de los siguientes conceptos:

- La personalización e individualización del usuario y/o cliente, a través del diálogo personalizado y una atención esmerada con procesos de calidad.
- La mejora en los tiempos de respuesta.
- Entender las necesidades básicas de los usuarios y/o clientes:
 - Necesidad de ser comprendido: Interpretar bien lo que el usuario y/o cliente desea.
 - Necesidad de ser bien recibido: No recibir al usuario y/o cliente como extraño.
 - Necesidad de sentirse importante: El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas.
 - Necesidad de comodidad: Las personas necesitan armonía y comodidad física (lugar donde esperar, sanitarios aseados, oficinas limpias y ordenadas, etc.) y psicológica (seguridad y confianza).

CAPITULO III: COMUNICACIÓN

Artículo 4: Formas de Comunicación

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

Artículo 5: Elementos de comunicación verbal

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

- Confianza: Es necesario crear un ambiente de confianza cuando se está atendiendo al usuario y/o cliente, mostrando interés en darle un buen servicio y satisfacer sus necesidades. Para esto es necesario seguir las siguientes indicaciones:
 - Hable directo al usuario y/o cliente y mirándole el rostro.
 - Cuando se dirija hacia él háblele de usted.
 - Muéstrese humano y sensible.
 - Sea simple, evite tecnicismos, siglas que no sean comprensibles, y explicaciones complejas.

- No interrumpa, deje que el usuario y/o cliente hable primero.
- Escuche con cuidado, no se distraiga.
- Tome nota, si fuera necesario.
- Respiración: Respire en forma natural, con tranquilidad. Aprenda a respirar profundo y elimine la ansiedad.
- Sonría: Una sonrisa transmite confianza.
- Sencillez y brevedad: Hable con términos y vocablos simples. Hable lo necesario.
- Orden: Hable ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un final.
- Convicción: Su actitud corporal y tono de voz deben ser convincentes, identificándose con el usuario y/o cliente.

Aspectos que impiden la buena comunicación verbal.

- No sea prepotente, sea modesto al presentar sus ideas y paciente mientras escucha.
- No sea egocéntrico (es que yo...porque yo...yo he pensado...)
- Recriminar al interlocutor (está equivocado...no me ha entendido...).
- Lapsos o mente en blanco (eheee...sabe queee...esteee...).
- Falta de habilidad interpretativa o narrativa.
- Ser confrontativo.
- Diferencias de lenguaje.
- Timidez o indiferencia.
- Diferencias de profesión, estatus o condición social.
- Sentimientos, estados de ánimo.
- Escala de valores (lo que es poco para una persona, puede ser mucho para otra persona, o lo que es caro para una persona, puede ser barato para otra persona).

Artículo 6: Frases que se deben evitar en la comunicación verbal.

Se debe tener cuidado con frases negativas o descuidadas para no perder la confianza del usuario y/o cliente, tales como:

- ¿Entiende? –Connota que el usuario es poco inteligente-.
- ¿Pero es que no ha leído el documento, señor?
- ¿Y qué esperaba?
- A mí no me pregunte por qué. Eso es lo que dice el reglamento.
- Creo que anda en el baño o tomando café.
- El está ocupado resolviendo un asunto importante. Recuerde, nada es más importante que el usuario y/o cliente.
- Es que en esa dependencia nunca contestan.
- ¡Es que tenemos cada funcionario!.
- Es que yo no me encargo de eso. Lo siento.
- Eso era antes. Ahora lo hacemos diferente.
- Eso nada tiene que ver conmigo. Es en otro lado.
- Espere un momento. Tengo una llamada. El usuario presencial, es primero que el teléfono.
- Estoy muy ocupado en este momento.
- Explíquese bien, porque no lo entiendo.
- La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
- Mire señor, mejor vuelva cuando tenga todo listo.

- No sea impaciente, por favor.
- No tengo idea, mejor pregúntele a otro compañero.
- Perdón, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderlo.
- Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- Debió fijarse en eso antes de hacer el trámite.
- Ya le contesté eso.

Además, evite la excesiva confianza con los usuarios. Deles siempre un trato profesional. Nunca use frases como las siguientes:

- ¡Sí corazón, yo le dejo el mensaje!
- ¡Ey, cómo estás! o ¡oye cómo estás!, aunque sea un conocido en el trabajo se debe actuar de manera profesional.
- ¡No, mi amor, eso era antes!
- ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!
- ¿Cómo vas? No se tutea al usuario y/o cliente.

Artículo 7: La técnica de preguntas.

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

- Abierta: Preguntas fáciles que ponen a hablar. Dan confianza y se obtiene información. Ejemplos: ¿Qué se le ofrece? o ¿En qué le puedo ayudar? ¿Está contento cómo lo atendieron?
- 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. Ejemplo: ¿Cuándo puedo venir a recoger el trámite? R/ ¿Para cuándo lo necesita?
- Directa o Cerrada: Lo acerca a áreas de mutuo acuerdo, le ayuda a convencer al usuario de sus objetivos. Generalmente la respuesta es sí o no. Ejemplos: ¿Me envía el trámite? ¿Lo llamo a las 8 a.m.? ¿Firmamos el contrato?

Artículo 8: Comunicación no verbal.

La comunicación no verbal es conocida como lenguaje corporal, a continuación se mencionan los principales elementos:

- Naturalidad: Actúe con naturalidad, sin poses extrañas o que hagan sentir mal al usuario y/o cliente.
- 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, tensión, titubeo e indecisión. Mantenga la boca cerrada, ambos labios unidos. Esto denota calma y seguridad en sí mismo, en cambio, la boca abierta, la mandíbula caída, sugieren nerviosismo, asombro y sorpresa.
- Forma de 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. Esto demuestra seguridad en sí mismo. Una voz vacilante es sinónimo de inseguridad y timidez. Generalmente revela que la persona no domina el tema sobre el cual está hablando. Un tono moderado y uniforme, audible en todo momento, revela seguridad y dominio de lo expresado. Con ello se logra más impacto y firmeza. Un tono bajo sugiere timidez. Poca capacidad de decisión, inseguridad. Un tono alto demuestra agresividad, poca educación y rudeza.
- Las manos: Contrólelas en todo momento. Mantenga sus manos visibles, ocultarlas debajo de las piernas, detrás de un bolso, entre la bolsa o dentro del saco, sugiere timidez, falsedad y temor.
- Aprenda a escuchar: Una parte importante de la comunicación no verbal es la forma en que escucha. Para escuchar es importante hacer lo siguiente.
 - No interrumpa y no se distraiga.
 - Oiga con cuidado las principales ideas.
 - Observe a la otra persona cuando le habla.
 - Inclínese hacia la persona que le habla.
 - Demuestre que está profundamente interesado (a).
 - Haga preguntas.
 - Concrétese al tema que le plantea.

Artículo 9: 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 este estilo en todas las dependencias del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona.

Ejemplos de frases y guiones para responder el teléfono:

a. Reglas del lenguaje telefónico:

Documentos:

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

Sonría:

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

Vocalice:

Vocalice las palabras bien y moderadamente de manera que sea fácil de entender para el usuario y/o cliente. No ingiera ningún alimento, ni agua embotellada, ni confites, ni goma de mascar, porque perjudica la locución.

Hable lentamente:

Dese todas las oportunidades para hacerse comprender; porque al estar en el teléfono, no puede ayudarse del lenguaje corporal.

Escuche:

Cuando el otro habla, hágale saber que lo escucha (“sí”, “ya veo”, “de acuerdo”, “correcto”, etc.).

Anote:

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

Explique:

Si debe poner en espera la llamada, comuníquelo antes de hacerlo y explique brevemente por qué debe 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 regresar al usuario y/o cliente y solicitar un par de minutos más y así consecutivamente hasta que se termine la espera. Esto demuestra respeto y consideración con el usuario y/o cliente y le permite a éste, decidir si desea o no seguir esperando.

Utilice las fórmulas de cortesía:

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

Gane tiempo:

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

Identifíquese:

El identificarse personaliza la conversación y le da confianza al usuario y/o cliente. Por ejemplo: “buenos días, Talento Humano y Bienestar, le atiende...(dar nombre)”.

b. Algunas frases para:

Recibir:

“Buenos días”... (tardes o noches)

“¿En qué le puedo servir?”

Orientar:

“¿En qué le puedo ayudar?”

Hacer esperar:

“Le ruego esperar un momento”.

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

Cuando la espera es muy larga:

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

Hacer deletrear el nombre:

¿Me puede deletrear su nombre?

Hacer repetir:

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

Despedida:

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

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

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

Destinatario

“Es un mensaje para...”

Quién llama

Nombre de la persona que deja el mensaje

El objeto de la llamada

“Es con respecto a...”

La finalidad de la llamada

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

Seguimiento

Cuál de los dos llamará al otro.

Dónde y cuándo

Cuándo y a qué número volverá a llamar usted.

d. Centrales telefónicas:

• **Recepción de llamadas**

- Buenos días (tardes o noches), Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, le atiende... (nombre de la persona). ¿En qué le puedo servir? (Sonría cuando contesta el teléfono, quien llama lo notará en la voz).
- Si el usuario solicita que se le comunique con alguna extensión, se debe contestar cortésmente: ¡con mucho gusto!.

• **Si la extensión está ocupada**

- La extensión que solicitó está ocupada en este momento. ¿Desea hablar con alguna otra persona, o dejar algún mensaje?
- Si el usuario pide hablar con otra persona o dejar un mensaje, se debe responder en forma amable: si con mucho gusto le comunico de inmediato o con mucho gusto dígame su mensaje

• **Si nadie contesta**

- No diga “no contestan” o “no hay nadie”, diga: “la extensión que solicitó está fuera de servicio en este momento, o está ocupada. Puedo transferirle la llamada a la extensión “x”. Si es así, pase la llamada, explicando la situación a la persona que va a retomar la llamada.

- Si el usuario desea exclusivamente con una persona, se debe de agregar: Si desea me puede dejar su mensaje.
- **A un usuario y/o cliente 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 su teléfono. No deje al usuario esperando. Los usuarios pierden la paciencia y pueden ponerse de mal humor y generar inconformidad.
- **Frases de apertura:** Tan pronto lo levante inicie saludando en forma corta pero cortés: “Buenos días” (tardes o noches) y luego identifique de inmediato a su dependencia, agregue seguidamente “le atiende...(nombre de la persona), diga el nombre claramente para que su interlocutor pueda escucharlo y entenderlo bien, termine diciendo “¿en qué le puedo servir?”.
- **Ejemplo:** Un usuario llama a la Dependencia de Talento Humano y Bienestar del ISER, en horas de la mañana: Buenos días, Dependencia de Talento Humano y Bienestar, le atiende Yuly Carrillo, ¿en qué le puedo servir? Luego, escuchar con atención lo que el usuario o compañero (a) tenga que decir. Si es capaz de responder, hágalo con toda la información disponible. Después pregunte con naturalidad, si ha logrado responder adecuadamente a la consulta y si hay algo más en lo que pueda servirle.
- **Cómo dirigirse al usuario y/o cliente**
 - Señor, señora, señorita
 - El nombre del usuario usando primero el don o doña. Se usa solamente el nombre si ya se conocen y tienen cierto nivel de confianza. Use el sentido común. Nunca use apodos.
 - Muestre ganas de ayudar y ¡ayude!
 - Escuche con interés, concentrado.
 - Evite discusiones y negativismos.
 - Hable con calma y tono agradable.
 - Verifique que le está entendiendo.
 - No tutee al usuario.
- **Frases de cierre:** Recuerde despedirse agradeciendo al usuario la oportunidad de servirlo.
- **Ejemplos:** Terminando la llamada telefónica, algunas frases pueden ser:
 - Muchas gracias por llamarnos.
 - Estamos para servirle.
 - Fue un placer servirle
 - Gracias por su paciencia y esperamos poder servirle con más prontitud la próxima vez.

- **Usuario en espera:** En caso que el usuario haya estado en espera, 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.
- **Ejemplo:** Don Felipe, voy a pasarle la llamada con mi compañera Rosa María, que conoce de ese asunto o a la dependencia tal, donde pueden atender mejor su consulta. Si puede detalle el caso al compañero para que el usuario y/o cliente no tenga que explicar su consulta nuevamente.

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

- No deben usar los funcionarios los teléfonos, facsímiles, o cualquier otro medio de comunicación para atender asuntos personales, salvo en casos urgentes o indispensables. Lo anterior para no obstaculizar llamadas de posibles usuarios y/o clientes que necesiten comunicarse con el Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona.

CAPITULO IV: IMAGEN

Artículo 10: Imagen

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

Artículo 11: Primera impresión

La primera impresión es un proceso de percepción de una persona a otra, que 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:

- **¿Qué apariencia tengo? (lo que ven)**

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

- **¿Cómo hablo? La voz.**

En cualquier contacto, se convierte en la fuente de información, con la que se tratarán de cubrir las lagunas que aportaría lo visual. Las características más importantes son:

- Rapidez
- Volumen: tono
- Calidad o timbre
- Articulación o dicción

- **¿Qué digo?**

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

- Lo negativo: Estilo y actitud restrictiva, términos, expresiones, léxico, entre otros.
- Lo positivo: Estilo directo y afirmativo; no restrictivo, sin disculpas ni evasivas; simple, organizado, coloquial, conciso, animado, breve y puntual, incluso participativo.
- **¿Cómo escucho?**
 - No interrumpir
 - Dar señales de retroalimentación. Escuchamos y entendemos su mensaje.
 - Utilizar los términos del interlocutor(a). Responderle.
 - Demostrar interés pidiendo aclaración a lo que oímos.
- **Mi entorno y organización personal**
 - Tenga el área de trabajo limpia y ordenada, sin exceso de documentos en el escritorio, que den la impresión de trabajo atrasado o falta de archivo de los documentos.
 - Muéstrese ordenado y organizado.
 - Tenga a mano lo que necesita para hacer su trabajo.
- **Artículo 12: ¿Cómo proyectarse exitosamente?**

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

- Lenguaje de los signos: Es necesario utilizar símbolos, íconos, objetos, logotipos, marcas, entre otros. Este lenguaje tiene el objetivo de buscar elementos identificadores con grupos sociales y estatus.
- Tenemos un contenido, pero también poseemos una apariencia. Lo primero que ve la gente es nuestra apariencia.
- Si la apariencia no es aceptada, nuestro contenido no tendrá oportunidad de ser conocido.
- Al atender a un usuario se está proyectando la imagen del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona.
- El impacto que logre en el usuario puede significar la diferencia entre una percepción de calidad y una de servicio deficiente.
- Los usuarios y/o clientes primero tendrán una impresión por lo que vean externamente, lo cual abarca su higiene personal, su apariencia, su presentación personal, su forma de vestir, sus modales, su forma de caminar, cómo sonríe e incluso, entre otros aspectos, cómo da la mano.
- Tenga especial cuidado con su rostro. El 80% de la atención del usuario y/o clientes se dirigirá a su rostro. Procure que su expresión facial y su arreglo personal sean correctos y oportunos.
- Recuerde que el impacto que logra, no sólo le llega al usuario y/o clientes por sus ojos, sino por los otros sentidos. Sea consciente de ello.

- La imagen de los funcionarios y contratistas, se convierte en parte de la imagen del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, por tanto es importante tener en cuenta que:
 - La imagen es dinámica, evoluciona.
 - A mejor o mayor imagen, más poder de influencia.

CAPÍTULO V: LA ACTITUD

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

Artículo 13: Las actitudes

Las actitudes están relacionadas con las motivaciones y la forma en que se relacionan los funcionarios entre funcionarios y éstos con los usuarios y/o clientes. Existen dos tipos de motivaciones:

- **Motivación Positiva:** Es cuando las personas hacen las cosas convencidas que deben hacerlas por su bien y el bien de los demás, desean quedar bien. Esta motivación requiere de dos componentes:
 - Estímulos: Las personas que hacen las cosas porque tienen algún estímulo, 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 14: Actitudes Adecuadas en Atención al Usuario y/o Cliente

- **Mentalidad triunfadora:** El aspecto más importante en la psicología de la motivación está en la mentalidad con que se enfrenta la vida.
- **El poder de la actitud positiva:** Toda victoria es obtenida antes de que empiece la batalla.
- **Enfrente la adversidad:** Busque oportunidades en los obstáculos.
- **Tenga un propósito:** Trabaje pensando en la meta laboral y personal. Alcance sus sueños y metas, piense en ganar.
- **Haga sacrificios:** Para lograr algo, siempre hay algo que sacrificar.
- **Adáptese, no se resista al cambio:** No vea para atrás, porque lo alcanzan. Para lograr grandes cosas, debe empezar por hacer las pequeñas primero bien.
- **Nutra su imagen:** Cultive su auto-confianza. La preparación evita la presión, porque construye confianza. Tenga fe.

- **Comprométase con la excelencia:** Los altos estándares empiezan con uno mismo. En tiempos duros los estándares deben subir, no bajar. Dé más de lo que se espera.
- **Confidencialidad:** Debe salvaguardar en todo momento la discreción laboral, es decir, que toda información relacionada con el usuario y/o cliente interno o externo, no puede ser divulgada a ningún nivel.

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.
 - Valoran las relaciones sociales y las facilitan.
 - Comprenden que el usuario y/o cliente 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/o cliente, los productos y servicios que ofrece la institución.
 - Muestra actitud positiva hacia el usuario y/o cliente y a la autoridad.
 - Se esfuerzan por la excelencia en su trabajo.
- **Innovador**
 - Es creativo y busca nuevas formas de hacer las cosas.
 - Desea innovar y mejorar lo actual.

CAPÍTULO 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 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

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

- **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.

- **Sensibilidad:** Es la capacidad de entender el contenido lógico y emotivo de las ideas y opiniones de otros.
- **Sociabilidad:** Comprender y aceptar la naturaleza y estructura de la sociedad a la que pertenecemos.
- **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.
- **Adaptación:** Prever, aceptar y respaldar las medidas que toma el Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona ante determinadas situaciones.
- **Objetividad:** Comprender que establecer buenas relaciones humanas no necesariamente implica hacer feliz a todos.

Artículo 18: Los factores negativos de las Relaciones Humanas

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

- **Falta de control de emociones desagradables:** Cuando mostramos mal humor, resentimiento, rencor, entre otros.
- **Agresión:** Cuando atacamos u ofendemos con palabras, gestos o actitudes. La agresión es una manifestación de frustración.
- **Fijación:** Negarse a aceptar los cambios, permaneciendo atados al pasado.
- **Terquedad:** Negarse a aceptar las opiniones ajenas y rechazar nuestras equivocaciones en nuestro juicio o ideas.
- **Aislamiento:** Apartarse o rechazar el trato con los demás por cualquier causa.
- **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.
- **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 no han variado o lo han hecho muy poco, a continuación, las más importantes:

- **Salude al usuario y/o cliente**

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

- **Identifíquese**

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

- **Ofrezca su ayuda de inmediato**

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

- **Use el nombre del usuario y/o cliente**

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

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

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

Artículo 20: Manejo de Usuarios y/o clientes con Necesidades Especiales

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

- Dentro de las personas que merecen un servicio preferencial podemos citar: **Personas con alguna discapacidad (en sillas de ruedas, no videntes, sordomudos, entre otros), Adultos Mayores.**

También debemos brindar especial atención a:

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

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

Entendiendo a la persona con alguna discapacidad física:

La discapacidad física, generalmente, no significa discapacidad mental. Entre las personas con alguna discapacidad física hay profesionales, empresarios y personas que, independientemente de su situación física, llevan una vida normal.

Así que no les trate como si fueran impedidos mentales. Atiéndalos con cortesía, pero no los haga sentir inútiles. Generalmente, ellos pueden desenvolverse muy bien en el mundo

de los no discapacitados. Identifique la discapacidad del usuario y ayúdelo de acuerdo con su necesidad específica.

Artículo 21: Menores de Edad en la Institución

Menores de edad que ingresan a nuestras instalaciones, acompañados por sus padres u otro adulto, también deben ser objeto de nuestra atención y de nuestra amabilidad. Indudablemente, cuando se trata bien a los hijos, los padres reaccionan con sentimientos de empatía hacia quien prodiga ese cariño. Por eso, siempre que el tiempo y la situación se lo permitan, entre en contacto emocional con ellos.

Recuerde pueden ser los usuarios del futuro de nuestras servicios educativos.

A continuación lo que se debe hacer ante la presencia de un menor de edad:

- Exprese una palabra halagüeña sobre el menor.
- Pregúntele el nombre.
- Si el menor hace una pregunta, intente descender a su nivel y responda adecuadamente.
- Al final, no olvide despedirse también del menor.

Artículo 22: Usos, Costumbres y Actitudes de los Funcionarios

A continuación se enumeran un conjunto de actos comúnmente aceptados como estilos de vida, costumbres, usos y actitudes sociales, que el Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona quiere promover entre sus funcionarios(as):

- Ajuste su personalidad al medio ambiente y tipo de personas.
- Atienda las críticas e inconformidades, son mejores que las alabanzas. Además ofrezca sinceras disculpas cuando reciba una crítica.
- Cuando atienda a alguien no se muestre somnoliento(a) ni aburrido, eso es faltarle el respeto.
- Dé las gracias cada vez que pueda y con sinceridad.
- De nada sirven sonrisas o cortesía si su servicio no es lo que el usuario desea y espera.
- Demuestre credibilidad, cumpla lo que ofrece.
- Demuestre siempre ganas de ayudar.
- Es muy mala costumbre fijar la mirada en las personas que pasan.
- Escuche activamente.
- Establezca empatía (póngase en los zapatos de la otra persona).
- Esté consciente de su estado de ánimo.
- Evite la arrogancia y mantenga su mente abierta.
- Hable en tono adecuado.
- Haga comparaciones positivas.
- Haga sentir a las personas que las está esperando y son sus invitados.
- Las personas valoran el tacto y la discreción.
- Maneje las preguntas conforme se presenten.
- Mantenga un alto grado de formalidad y una apariencia impecable.

- Masticar goma de mascar, tomar agua en botella o ingerir cualquier otro alimento frente a un usuario y/o cliente es de muy mal gusto.
- Muéstrese amigable al presentarse.
- Muéstrese entusiasta con lo que hace y dice.
- No demuestre perturbación cuando esté esperando.
- No llame a nadie silbándole.
- No trate de adivinar qué quieren otras personas, pregúnteles, hágalo con cortesía.
- Nunca insulte la inteligencia de sus usuarios.
- Prometa menos, dé más.
- Proyecte sinceridad.
- No atienda agentes vendedores delante de un usuario.
- Utilice el nombre del usuario en algún momento durante la atención.
- Salude y haga sentir al usuario que está en un ambiente agradable.
- Establezca contacto visual. Mírelo a los ojos.
- Despidase con una sonrisa y una frase de cortesía.
- Si es interrumpido cuando atiende a un usuario y/o cliente, ofrezca una disculpa. Si el teléfono suena, pídale al usuario y/o cliente permiso para contestarle.
- No se distraiga con otra persona u otro trámite que no corresponda al usuario y/o cliente que atiende.

Artículo 23: Técnicas Ganadoras en la Atención al Usuario y/o Cliente

Estas son algunas técnicas de cómo recibir y atender a los usuarios y/o clientes.

Sonría: Demuestre al usuario que es un gusto servirle.

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

Sonría primero.

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

Dé la Mano con Seguridad y Calidez.

No es en toda ocasión cuando podemos saludar dándole la mano al usuario. Sin embargo, para muchos funcionarios es usual poder saludar dando la mano para proyectarse como una persona cálida y segura de sí misma. A continuación, instrucciones de cómo se debe realizar ese acto, que aunque parezca tan sencillo, es tan importante en la atención al usuario.

- **Ofrezca la mano.**

No tiene que esperar a que sea el usuario y/o cliente quien lleve la iniciativa. Debe proyectarse como un funcionario cálido, y ofrecer la mano al usuario y/o cliente, lo cual denota seguridad.

- **Dé la mano a hombres y mujeres.**

Sea hombre o mujer, ofrezca su mano a usuarios y/o clientes de uno u otro sexo. Si hay mujeres y hombres, salude primero a las mujeres y luego en orden de edad, primero a los de mayor edad.

- **Mire a los ojos.**

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

- **Proyecte energía y calidez.**

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

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

Tampoco se puede indicar, con cronómetro en mano, cuánto debe durar un saludo. Sin embargo, una mano que se retira muy rápido, proyecta inseguridad o desgano. Una mano que se queda mucho tiempo estrechada, también puede ser malinterpretada. Nuevamente, su sentido común, le marcará el tiempo.

Apréndase y use el Nombre del Usuario y/o cliente.

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

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

Cómo aprenderse el Nombre del Usuario y/o cliente.

- Concéntrese cuando el usuario y/o cliente le diga el nombre. Escúchelo bien. Si es un nombre “enredado” o poco usual, pídale al usuario y/o cliente que lo repita o lo deletree. El usuario y/o cliente 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 y/o cliente, 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 y/o cliente en los primeros minutos de la entrevista. La mente humana procesa la información “de primera impresión”, según los expertos, justamente en esos primeros minutos.
- Si tiende a olvidarse de los nombres, intente relacionarlo con el de algún amigo que se llame igual, y vea al nuevo conocido realizando alguna acción propia de la otra persona.

Mantenga Contacto visual con el Usuario y/o cliente.

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 ella, porque se presta para interpretaciones erróneas, de manera que la naturalidad es el mejor consejo.

Si no hace contacto visual con el usuario y/o cliente, él 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.

Consejos:

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

Esté preparado para recibir al Usuario y/o Cliente.

En el momento de estar y abrir la oficina al público, se debe estar completamente preparado y en disposición para atender al usuario y/o cliente.

Artículo 24: Ausencia de Funcionarios.

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

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

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

- Disculpe: El funcionario está con un usuario y/o cliente u ocupado en este momento y no lo puede atender. Si desea puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

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

- Disculpe: es que el compañero tomó unas merecidas vacaciones y vuelve hasta tal fecha. Si desea, puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

Artículo 25: Tiempo de Respuesta y Agilidad.

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

Es importante indicar que el funcionario que atiende un usuario y/o cliente, debe procurar ser expedito y ágil.

Técnicas para Manejar la Percepción del Usuario y/o Cliente que espera:

El tiempo de espera es, muchas veces, un asunto de percepción. Si estamos entretenidos hablando con alguien, por ejemplo, se nos hace más corta la espera. Por esto son importantes las siguientes técnicas para la percepción del usuario:

- La primera sensación de agilidad proviene del funcionario que atienda al usuario y/o cliente, 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. Quienes arrastran los pies y caminan lento, deteniéndose a hablar de temas sin importancia con los compañeros que encuentran a su paso, proyectan una imagen de poca agilidad.
- Si le es posible, y trabaja en atención a usuarios y/o clientes que están en fila, haga contacto visual con las personas que esperan en la fila, especialmente con los primeros, sonría y diga: “en un momento lo estaré atendiendo”. Esto hace que el usuario y/o cliente se sienta importante (“ya me vieron”) y, a partir de entonces, el tiempo que debe pasar en fila le parecerá más corto.

Artículo 26: Funcionario de la Unidad de Atención al Usuario

Si hay un puesto en el que, por excelencia, convergen todas las situaciones por las que se puede brindar un servicio de primera a los usuarios y/o clientes, ese es el del funcionario encargado de la Unidad de Atención al Usuario.

Por lo anterior, es fundamental que el Funcionario de la Unidad de Atención al Usuario mantenga siempre en mente cuál es la misión de su puesto. La mayoría de las técnicas expuestas en este Manual serán obligatorias, oportunas y aplicables a su diario quehacer, como “rostro” del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona o “primera impresión” ante los usuarios y/o clientes.

Misión del Funcionario de la Unidad de Atención al Usuario:

Darle una cordial bienvenida a cualquier usuario que ingresa en las instalaciones de la institución y colaborar ágilmente en la identificación del lugar específico al cual se dirige, por tanto:

- El funcionario de la Unidad de Atención al Usuario es el “rostro” de la institución, ante los usuarios y/o clientes que llegan a nuestras oficinas y por lo tanto debe tener una magnífica “apariencia” y un excelente trato en las relaciones humanas.
- Por ello: sus conocimientos especialmente el manejo Institucional, su presentación personal, sus modales y su habilidad para la comunicación verbal y corporal, son características claves para su desenvolvimiento profesional.
- Debe saludar y hacer sentir al usuario que es bien recibido(a). Pasarlo adelante y ubicarlo o guiarlo en su visita a la oficina.
- Debe tener como hábito una saludable actitud positiva en todas las funciones de su trabajo.
- Debe saber que su papel es clave para que la institución proyecte dinamismo, modernización, cordialidad y un excelente servicio ante los usuarios y/o clientes.
- Debe presentar al Jefe Inmediato un informe estadístico mensual y trimestral consolidado, sobre la atención al usuario y/o cliente recibida telefónica, física, electrónica o por otros medios.

Artículo 27: Personal de Celaduría

Es fundamental que el Personal de Celaduría mantenga siempre en mente que la misión de su puesto es precisamente la seguridad de la institución, sus funcionarios y usuarios y/o clientes.

Las principales funciones que además de la seguridad debe realizar son:

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

Artículo 28: Manejo de Inconformidades

Las PQRS, que se presentan por inconformidades en el servicio, permiten evaluar la calidad del servicio, por lo tanto, es necesario facilitarlas, ya que en realidad son una oportunidad de mejorar.

Es necesario comprender que cuando un usuario y/o cliente presenta una Petición Queja, Reclamo o Sugerencia, lo que desea es una satisfacción, de manera que hay que tratar de dársela y solucionarle la situación de fondo. El verdadero problema se presenta cuando un usuario que recibe un mal servicio no presenta la inconformidad y en cambio, decide no solucionar su mala experiencia o servicio en la institución y que se le dé una respuesta satisfactoria.

El usuario y/o cliente puede presentar su inconformidad utilizando los medios electrónicos y físicos con los que cuenta la entidad.

Los diferentes medios que el Instituto Superior de Educación Rural ISER pone a disposición de los ciudadanos y ciudadanas para el ejercicio y garantía de sus derechos son los siguientes:

- De lunes a viernes, atención personal en todas sus oficinas en horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m. Calle 8 N° 8-155 Barrio Chapinero, Pamplona, Norte de Santander.
- De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m. y sábados de 9:00 a 12:00 m atención personal en la Unidad de Estudios Virtuales y a Distancia, Bloque IB, calle 8 N° 8-155 Barrio Chapinero, Pamplona, Norte de Santander.
- De lunes a viernes atención telefónica en el horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m. a través de las líneas 5682597 y 5682578.
- De lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m. y sábados de 9:00 a 12:00 m atención telefónica en la Unidad de Estudios Virtuales y a Distancia a través de la línea 5684828.
- De lunes a viernes recepción de documentos en el horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m. en la Unidad de Atención al Usuario, ubicada en el Edificio Isabel Celis de la Calle 8 No. 8-155, Pamplona.
- De lunes a viernes recepción de documentos vía fax en el horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m. a través de la línea 5681736.
- De lunes a domingo recepción de peticiones, quejas, reclamos y/o sugerencias a través de la página Institucional www.iser.edu.co, link peticiones, quejas y reclamos. Éstas también pueden ser recibidas en forma verbal o escrita de manera presencial en el horario de atención al público establecido.

Cómo comportarse con un usuario y/o cliente “difícil”

Aunque no se quiera, tarde o temprano, puede pasar, y se tendrá que atender y dar satisfacción a un usuario y/o cliente 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 y/o cliente se desahogue, pero póngale atención y muéstrese interesado.
- El usuario y/o cliente podría haber llegado ya disgustado por alguna otra razón. Demuestre su profesionalismo, manténgase calmado y tranquilo ante esta situación.
- Escuche al usuario y/o cliente. Déjelo que se exprese. No lo interrumpa. Al dejarlo hablar, generalmente se calma, es como una “válvula de escape”.
- 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 de la institución el malestar que el usuario y/o cliente exhibe. Es más conveniente intentar calmarlo, sin provocar que se sienta “culpable”.
- Use frases como “lo comprendo”, “qué pena”, “claro que sí”, “disculpe”. Esas frases calman a la persona, pues demuestran que está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.
- Procure que el usuario y/o cliente salga satisfecho. Recuerde que lo que se prefiere es no perder a un usuario y/o cliente. Ese usuario y/o cliente que hoy está disgustado, si lo trata bien, puede volver mañana. Por eso, busque la mejor solución que pueda darle y dásela.
- No intente ganar una discusión: intente ganar un usuario y/o cliente. Recuerde que una “discusión” ganada a un usuario y/o cliente es, de todos modos, una “discusión perdida”. Si se quiere “ganar” la discusión, no se meta en ella.
- 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 y/o cliente, tener que explicar dos veces una situación tensa.
- Nunca asegure que no volverá a suceder, a menos que esté completamente seguro de que así será.

Manejando inconformidades

Al atender a un usuario y/o cliente disgustado o “difícil”, lo que diga con su cuerpo es tan importante como lo que exprese verbalmente. Le presentamos algunos consejos para manejar adecuadamente su comunicación no verbal en esos casos “especiales”.

- Mire al usuario y/o cliente a los ojos. Lo peor que podemos hacer es evitar su mirada, pues el usuario y/o cliente puede pensar que no le estamos poniendo atención, que lo estamos ignorando o que simplemente, su inconformidad no nos interesa.
- Si puede, acérquese un poco más al usuario y/o cliente, trate de inclinar su cuerpo un poco hacia delante. Con esto, también demuestra interés, en lo que está diciendo.
- No cruce los brazos sobre su pecho: porque está demostrando, al menos subconscientemente, que está en desacuerdo con la persona que habla.
- Si es posible, no se coloque totalmente frente a frente con el usuario y/o cliente, prefiera ubicarse ligeramente de lado, en ángulo. Debido a que es más fácil “discutir” con alguien que está de frente, que con alguien que está de lado.
- Cuide el tono de su voz. Recuerde que muchas veces no cuenta tanto lo que decimos, sino cómo lo decimos. Proyecte siempre un tono respetuoso.
- Y si el usuario y/o cliente eleva la voz, ¡baje la suya! Se necesitan dos para discutir.

CAPÍTULO VII: TRABAJO EN EQUIPO

Artículo 29: Trabajo en Equipo

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

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

Artículo 30: Requisitos del trabajo en equipo

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

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

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

Compromiso: El compromiso se adquiere cuando interiorizamos los objetivos y los hacemos nuestros. Esto es conocido como una propiedad psicológica y se puede lograr si todos los miembros del equipo están involucrados en la toma de decisiones, participan y se les toma en cuenta; pero a la vez, todos comparten los objetivos del grupo y se les persuade del por qué. Es importante que todos tengan acceso a los mismos recursos, premios y castigos.

Artículo 31: Trabajo en equipo y Atención al Usuario y/o cliente

Los usuarios y/o clientes perciben si en las organizaciones todos trabajan a un mismo ritmo, se comportan y actúan de la misma manera, por ello, la atención y el servicio al usuario y/o cliente es un asunto de trabajo en equipo. Nos necesitamos unos a otros, tanto dentro de la oficina, como entre oficinas. Nos apoyamos y así nos proyectamos a los usuarios. A continuación ciertas 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 y/o cliente incluye también, apoyar y proteger la imagen y la dignidad de los compañeros y, con ello, la imagen de la institución.

- Si no conoce la respuesta ante una solicitud de un usuario y/o cliente, 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/o cliente.
- Nunca contradiga a un compañero delante de un usuario y/o cliente, llámele aparte e indíquele el error. Procure apoyarlo y darle su lugar, pero no discuta nunca delante del usuario y/o cliente.
- Si tienen que salir a atender a un usuario y/o cliente 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 de la institución.

Artículo 32: Trabajando en Equipo

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

- Buenas comunicaciones: Las comunicaciones son el elemento principal que le dan vida al trabajo en equipo.
- Sea bueno en lo que hace: Los equipos necesitan talento, cuanto más pueda aportar, mejor será el rendimiento del equipo, motive a dar lo mejor.
- Respete su posición en el equipo: Cumpla con su papel. Esté claro qué es lo que se espera de usted como funcionario.
- Respete la diversidad: Los grupos se enriquecen con personas con diferentes opiniones, valores y puntos de vista, porque conducen a decisiones de mejor calidad.
- Respalde a los que necesitan ayuda: No piense únicamente en sus necesidades, sino también en las del equipo. Entrene a otros, comparta conocimientos, desarrolle a sus compañeros.
- Esté preparado para sacrificarse por el equipo: Es necesario que prevalezca el interés del grupo por encima de su interés personal.
- Ayude y facilite la entrada de nuevos miembros al equipo: Es normal que nuevos miembros tengan que pasar por un proceso de identificación con el grupo e inducción en el trabajo. Tenga paciencia y ayude cuando sea necesario.
- No trate de ser el centro de atención: Alabe el buen trabajo de un compañero, ayude a su equipo a creer en ellos mismos y en sus posibilidades de lograr las metas; motive. Es importante jugar limpio, se deben reconocer los méritos, destrezas y habilidades de otros.
- Impulse la disciplina entre sus compañeros: Los equipos de alto rendimiento, se imponen así mismos altos niveles de disciplina y altos estándares de ética y moral. Esta autodisciplina es importante para generar confianza entre sus miembros.
- Esté seguro de hacer la diferencia: Los mejores miembros de un equipo no son necesariamente los mejor dotados, sino los más esforzados. Haga tanta diferencia para que el equipo la sienta.
- Pase tiempo con sus compañeros: Tómese el tiempo de conocer a sus compañeros de equipo, sus gustos y preferencias, preocupaciones y necesidades. Trate de

socializar cada vez que pueda, apoye a los que tienen problemas personales o laborales con cariño y comprensión.

- Siempre hay una mejor manera de hacer las cosas: No sea indiferente. Preocúpese por el trabajo y por cada uno de los miembros de su equipo.
- Sea competitivo: La competitividad entre compañeros es el aceite que acelera la eficiencia, innovación y productividad.
- Ayude a crear un clima de confianza y respeto mutuo: Los equipos de alto rendimiento requieren que sus miembros se tengan fe entre sí, y la única forma de lograrlo es a través de la forma en que se comportan.
- Fortalezca y apoye al líder o gerente: Comprométase con los objetivos del grupo y apoye al jefe en su consecución. Ningún jefe será lo suficientemente bueno sin buenos funcionarios.

Artículo 33: 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.

Papel Director

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

- **Información a los usuarios:** El líder debe supervisar diariamente, que la información expuesta a los usuarios esté actualizada.

CAPÍTULO VIII: PRODUCTOS, PROCESOS, INFRAESTRUCTURA E INFORMACIÓN

Artículo 34: Productos

Los usuarios y/o clientes de la institución tienen necesidades culturales, las que buscan satisfacer con los productos y servicios que le ofrece el Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona. Es por esto que éstos deben responder a necesidades reales de usuarios y/o clientes que los quieran de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Artículo 35: 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 y/o cliente 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 y/o cliente externo e interno deben ser lo más ágiles y simples posibles.

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

La satisfacción del usuario y/o cliente surge de la existencia de relaciones internas entre los funcionarios de mayor calidad, porque con un adecuado ambiente de trabajo y procesos ágiles, habrá una mayor satisfacción de éstos, quienes serán más productivos. Lo anterior redundará en un servicio excelente al usuario y/o cliente y en consecuencia un aumento en su satisfacción.

Artículo 36: Infraestructura

El usuario y/o cliente 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, salas 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 empresa pública o privada.

Equipos: La condición y apariencia de los equipos que utilizemos impactan al usuario, 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”, estos factores se pueden clasificar en tres grupos:

a. Ambiente General:

- Oficina ordenada.
- Limpieza de oficina y baños.
- La decoración.
- Libre de basuras.
- Ventilación adecuada.
- Iluminación adecuada.

b. Infraestructura y equipos:

- Equipos limpios y en buen estado.
- Archivos, escritorios y mobiliario ordenado.
- Rótulos y letreros internos, limpios, ordenados y actualizados.
- La pintura externa e interna del edificio en buen estado.
- La limpieza de los vidrios.
- El estado de los cielos rasos.
- El estado de los pisos.
- Los baños: ¿Funcionan bien? - ¿Tienen jabón? - ¿Tienen papel higiénico?
- La música o el nivel de ruido que haya en el ambiente.

c. Servicios de Seguridad:

- La seguridad interna debe ser adecuada, según lo establecido.
- Los letreros y avisos de seguridad dentro de la infraestructura de la institución deben ser legibles y bien colocados.

Artículo 37: Información

Toda la información que el usuario y/o cliente tenga sobre el Instituto Superior de Educación rural ISER de Pamplona, antes de entrar directamente en contacto, impacta su percepción del servicio. De ahí la importancia de mantenerle permanentemente informado a través de una estrategia de comunicación integrada de mercadeo, lo que incluye publicidad y relaciones públicas, entre otros aspectos relevantes. Algunos factores que intervienen son:

- Lo que se diga del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona
- La imagen del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona
- La publicidad.
- La página web en internet.
- La información que circula de persona a persona o por internet.
- El contacto con funcionarios y la información que suministran.
- La atención telefónica a los usuarios que llaman pidiendo información.
- Los folletos y la propaganda 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 material disponible sobre el Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona y sus Extensiones.
- Debe estar accesible a los usuarios.
- No poner basureros cerca.
- Aunque puede ser un simple boletín, plegadizo o no, tiene que ser de calidad y a colores.
- La publicidad es una herramienta de mercadeo que sirve para sembrar, la cosecha viene después.

CAPÍTULO IX: EL USUARIO Y/O CLIENTE INTERNO

Artículo 38: El Usuario y/o cliente Interno

Todos estamos en atención y servicio al usuario y/o cliente. No importa si no atiende usuarios y/o clientes externos de la institución directamente, también está en servicio al usuario y/o cliente. 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 dependencia, donde quiera 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 y/o clientes externos con quienes se cruza en un pasillo, ayudándolos a ubicarse dentro de las instalaciones de la institución, o simplemente, sonriéndoles.
- Hace esfuerzos por lograr una mayor compañerismo y buenas relaciones interpersonales entre todas las dependencias del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona
- 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 y/o cliente.
- Trata a todos sus compañeros de trabajo con amabilidad y cortesía.
- Trata a los usuarios y/o clientes de igual forma que a los compañeros de trabajo. 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 y/o clientes.

CAPITULO X: DERECHOS, DEBERES Y PROHIBICIONES DE LOS USUARIOS Y/O CLIENTES

Artículo 39. Los usuarios y/o clientes del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, tienen derecho:

- Presentar peticiones en cualquiera de sus modalidades, verbalmente, o por escrito, o por cualquier otro medio idóneo y sin necesidad de apoderado, así como a obtener información y orientación acerca de los requisitos que las disposiciones vigentes exijan para tal efecto.
- Las anteriores actuaciones podrán ser adelantadas o promovidas por cualquier medio tecnológico o electrónico disponible en la entidad, aún por fuera de las horas de atención al público.
- Conocer, salvo expresa reserva legal, el estado de cualquier actuación o trámite y obtener copias, a su costa, de los respectivos documentos.
- Salvo reserva legal, obtener información que repose en los registros y archivos públicos en los términos previstos por la Constitución y las leyes.
- Obtener respuesta oportuna y eficaz a sus peticiones en los plazos establecidos para el efecto.
- Ser tratado con el respeto y la consideración debida a la dignidad de la persona humana.
- Recibir atención especial y preferente si se trata de personas en situación de discapacidad, niños, niñas, adolescentes, mujeres gestantes o adultos mayores, y en general de personas en estado de indefensión o de debilidad manifiesta de conformidad con el artículo 13 de la Constitución Política.
- Exigir el cumplimiento de las responsabilidades de los servidores públicos y de los particulares que cumplan funciones administrativas.
- A formular alegaciones y aportar documentos u otros elementos de prueba en cualquier actuación administrativa en la cual tenga interés, a que dichos documentos sean valorados y tenidos en cuenta por las autoridades al momento de decidir y a que estas le informen al interviniente cuál ha sido el resultado de su participación en el procedimiento correspondiente.
- Contar con espacios idóneos para la consulta de expedientes y documentos, así como para su atención cómoda y ordenada.
- Cualquier otro que le reconozca la Constitución y las leyes.

Artículo 41. Los usuarios y/o clientes del Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, tienen el deber de:

- Acatar la Constitución y las leyes.
- Obrar conforme al principio de buena fe, absteniéndose de emplear maniobras dilatorias en las actuaciones, y de efectuar o aportar, a sabiendas, declaraciones o documentos falsos o hacer afirmaciones temerarias, entre otras conductas.
- Ejercer con responsabilidad sus derechos, y en consecuencia abstenerse de reiterar solicitudes evidentemente improcedentes.
- Observar un trato respetuoso con los servidores públicos.

Par. El incumplimiento de estos deberes no podrá ser invocado por la administración como pretexto para desconocer el derecho reclamado por el particular. Empero podrá dar lugar a las sanciones penales, disciplinarias o de policía que sean del caso según la ley.

Artículo 42°. El Instituto Superior de Educación rural ISER de Pamplona, a través de sus funcionarios y funcionarias públicas, tiene frente a las personas que ante ellas acudan y en relación con los asuntos que tramiten, los siguientes deberes:

1. Dar trato respetuoso, considerado y diligente a todas las personas sin distinción.
2. Garantizar atención personal al público, como mínimo durante cuarenta (40) horas a la semana, las cuales se distribuirán en horarios que satisfagan las necesidades del servicio.
3. Atender a todas las personas que hubieran ingresado a sus oficinas dentro del horario normal de atención.
4. Establecer un sistema de turnos acorde con las necesidades del servicio y las nuevas tecnologías, para la ordenada atención de peticiones, quejas, denuncias o reclamos, sin perjuicio de lo señalado en el numeral 6 del artículo 5° de este Código.
5. Expedir, hacer visible y actualizar anualmente una carta de trato digno al usuario donde la respectiva autoridad especifique todos los derechos de los usuarios y los medios puestos a su disposición para garantizarlos efectivamente.
6. Tramitar las peticiones que lleguen vía fax o por medios electrónicos, de conformidad con lo previsto en el numeral 1 del artículo 5° de la Ley 1437 de 2011.
7. Atribuir a dependencias especializadas la función de atender quejas y reclamos, y dar orientación al público.
8. Adoptar medios tecnológicos para el trámite y resolución de peticiones, y permitir el uso de medios alternativos para quienes no dispongan de aquellos.
9. Habilitar espacios idóneos para la consulta de expedientes y documentos, así como para la atención cómoda y ordenada del público.

10. Todos los demás que señalen la Constitución, la ley y los reglamentos.

Artículo 43. El Instituto Superior de Educación rural ISER de Pamplona, a través de sus funcionarios y funcionarias públicas, deberán mantener a disposición de toda persona información completa y actualizada y a obtenerla, sin que se requiera la presentación personal del interesado, en el sitio de atención y en la página electrónica, y suministrarla a través de los medios impresos y electrónicos de que disponga, y por medio telefónico o por correo, sobre los siguientes aspectos:

1. Las normas básicas que determinan su competencia.
2. Las funciones de sus distintas dependencias y los servicios que prestan.
3. Las regulaciones, procedimientos, trámites y términos a que están sujetas las actuaciones de los particulares frente al respectivo organismo o entidad.
4. Los actos administrativos de carácter general que expidan y los documentos de interés público relativos a cada uno de ellos.
5. Los documentos que deben ser suministrados por las personas según la actuación de que se trate.
6. Las dependencias responsables según la actuación, su localización, los horarios de trabajo y demás indicaciones que sean necesarias para que toda persona pueda cumplir sus obligaciones o ejercer sus derechos.
7. La dependencia, y el cargo o nombre del servidor a quien debe dirigirse en caso de una queja o reclamo.
8. Los proyectos específicos de regulación y la información en que se fundamenten, con el objeto de recibir opiniones, sugerencias o propuestas alternativas. Para el efecto, deberán señalar el plazo dentro del cual se podrán presentar observaciones, de las cuales se dejará registro público. En todo caso la autoridad adoptará autónomamente la decisión que a su juicio sirva mejor el interés general.

Artículo 44. El Instituto Superior de Educación Rural ISER de Pamplona, a través de sus funcionarios y funcionarias públicas, tiene frente a las personas que ante ellas acudan y en relación con los asuntos que tramiten, las siguientes prohibiciones:

1. Negarse a recibir las peticiones o a expedir constancias sobre las mismas.
2. Negarse a recibir los escritos, las declaraciones o liquidaciones privadas necesarias para cumplir con una obligación legal, lo cual no obsta para prevenir al peticionario sobre eventuales deficiencias de su actuación o del escrito que presenta.
3. Exigir la presentación personal de peticiones, recursos o documentos cuando la ley no lo exija.
4. Exigir constancias, certificaciones o documentos que reposen en la respectiva entidad.

5. Exigir documentos no previstos por las normas legales aplicables a los procedimientos de que trate la gestión o crear requisitos o formalidades adicionales de conformidad con el artículo 84 de la Constitución Política.
6. Reproducir actos suspendidos o anulados por la Jurisdicción de lo Contencioso Administrativo cuando no hayan desaparecido los fundamentos legales de la anulación o suspensión.
7. Asignar la orientación y atención del ciudadano a personal no capacitado para ello.
8. Negarse a recibir los escritos de interposición y sustentación de recursos.
9. No dar traslado de los documentos recibidos a quien deba decidir, dentro del término legal.
10. Demorar en forma injustificada la producción del acto, su comunicación o notificación.
11. Ejecutar un acto que no se encuentre en firme.
12. Dilatar o entabrar el cumplimiento de las decisiones en firme o de las providencias judiciales.
13. No hacer lo que legalmente corresponda para que se incluyan dentro de los presupuestos públicos apropiaciones suficientes para el cumplimiento de las sentencias que condenen a la administración.
14. No practicar oportunamente las pruebas decretadas o denegar sin justa causa las solicitadas.
15. Entrabar la notificación de los actos y providencias que requieran esa formalidad.
16. Intimidar de alguna manera a quienes quieran acudir ante la Jurisdicción de lo Contencioso Administrativo para el control de sus actos.