



Protocolos de atención Confa

Síguenos:     | confa.co



Confa
Contigo, con todo



¿Qué son las experiencias memorables Confa?

Son intuitivas y cercanas desde el proceso, garantizando que se cumpla la promesa de valor y generando siempre una conexión emocional durante la vivencia, enmarcada en los vínculos de los atributos de nuestra marca: siendo humanos, buscando siempre ayudar para que se sientan especiales; responsables, entregando seguridad para ofrecer a nuestros afiliados el respaldo necesario; amigables, conociendo y entendiendo al otro, que nos perciban como una buena compañía; e innovadores, e innovadores, **asumiendo un rol activo frente al afiliado, donde la tecnología es el medio y la pedagogía humana es la estrategia para asegurar su autonomía, inclusión y modernización en el acceso a todos los servicios de la Caja.**

Confa
Contigo, con todo

Vigilado Supersubsidio 

1. Objetivo

Reflejar nuestros atributos de marca siendo humanos, amigables, responsables e innovadores, entendiendo al ser humano como un ser integral desde la igualdad, el respeto, el bienestar, la intimidad y la libertad, garantizando la participación plena y efectiva para aquellas personas que tengan discapacidades, en cada contacto que se tenga con nuestros clientes de manera que sientan a Confa como una verdadera aliada en el mejoramiento de su calidad de vida.

2. Alcance

Orientar y lograr el compromiso de todos los colaboradores de Confa para ofrecer una atención ágil, oportuna, amable y con enfoque inclusivo, a través de todos los canales de comunicación establecidos por la Corporación para tal efecto, con un enfoque educativo.

3. Definiciones

3.1 Servicio: conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible, que se realizan a través de la interacción, con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad en el momento y lugar adecuados, asegurando un uso correcto del mismo.

3.2 Cliente: es la persona más importante para la organización, es nuestra razón de ser. Es el usuario del producto y/o servicio que generamos y que espera satisfaga sus necesidades.

Niñez: 0 a 12 años.

Adolescencia: jóvenes entre los 12 y 18 años.

Si bien los niños y adolescentes pueden ser atendidos de manera directa, se requiere autorización previa de sus padres, acompañantes o tutores.

Adultos: personas mayores de 18 años.

Persona mayor: mayores de 60 años.

Empresas y empleadores: son quienes realizan aportes a la Caja de Compensación, los cuales dan derecho al uso de los servicios.

Personas con discapacidad: usuarios con deficiencias físicas, sensoriales, cognitivas o psicosociales.

Confa
Contigo, con todo

Población LGBTIQ+: son las personas con orientación sexual, identidad, expresión de género y características sexuales diversas.

3.3 Cliente interno: es la persona, área o departamento que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización.

3.4 Igualdad: principio que garantiza que todas las personas sean tratadas con respeto y sin ningún tipo de discriminación, asegurando acceso equitativo a todos nuestros servicios.

3.5 Eficacia: capacidad de lograr un objetivo o meta.

3.6 Celeridad: agilidad y oportunidad en las acciones, evitando demoras innecesarias para ofrecer respuestas rápidas y efectivas.

3.7 Imparcialidad: actuar con justicia, objetividad y equidad, sin favoritismos ni prejuicios hacia los usuarios o colaboradores.

3.8 Eficiencia: hacer las cosas bien y rápido, aprovechando al máximo y correctamente los recursos disponibles.

3.9 Principios: son leyes o normas que deben cumplirse para el funcionamiento

3.9.1 Dignidad humana: nuestra organización propende por ambientes en los que todas las personas tienen derecho a ser respetadas y valoradas como seres individuales y sociales, así como a cuidar su buen nombre, todo ello desde el entendimiento del ser humano como un ser integral.

Elementos constitutivos:

- » Igualdad.
- » Respeto.
- » Bienestar.
- » Intimidad.
- » Libertad.

3.9.2 Equidad: el marco de actuación de nuestra Corporación está orientado desde el acceso a las oportunidades a partir de un trato justo, garantizando la contribución y aporte de quienes la integran; propendiendo por el equilibrio y justo balance de sus decisiones.

Elementos constitutivos:

- » Razonabilidad.
- » Proporcionalidad.
- » Imparcialidad.

3.9.1 Dignidad humana: nuestra organización propende por ambientes en los que todas las personas tienen derecho a ser respetadas y valoradas como seres individuales y sociales, así como a cuidar su buen nombre, todo ello desde el entendimiento del ser humano como un ser integral.

3.9.3 Transparencia: Confa desde su buen gobierno corporativo adopta prácticas organizacionales íntegras, manteniendo una comunicación abierta, clara y franca con sus grupos de interés, lo que le permite consolidarse como una corporación que piensa y actúa bien.

Elementos constitutivos:

- » Comunicación.
- » Responsabilidad.
- » Confianza.

3.9.4 Legalidad: todas nuestras actuaciones están orientadas a proteger las relaciones humanas y se sustentan bajo el cumplimiento de la Constitución Política de Colombia y la Ley, bajo el marco de la honradez y la lealtad.

Elementos constitutivos:

- » Moralidad.
- » Legitimidad.
- » Buena fe.

3.9.5 Reciprocidad: nuestras relaciones son de mutua correspondencia porque se basan en el cumplimiento de deberes, derechos y el disfrute de beneficios, haciendo uso óptimo de los recursos, posibilitando oportunidades a los diferentes grupos de interés.

Elementos constitutivos:

- » Compromiso.
- » Solidaridad.
- » Retribución.
- » Corresponsabilidad.

3.10 Responsabilidad: cumplir los compromisos con diligencia, asumir las consecuencias de las acciones y buscar siempre el bienestar de los usuarios y de la organización.

3.11 Canales de atención: diferentes medios presenciales y virtuales, habilitados para establecer contacto con los usuarios y población en general.

3.12 Atención preferencial: servicio de prioridad en la atención, dirigido a población vulnerable como personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personas mayores y personas con niños en brazos, en cumplimiento del marco legal que garantiza el acceso oportuno y equitativo a los servicios para estos grupos poblacionales.

3.13 Inclusión: construir entornos donde todas las personas, sin importar sus características, habilidades o antecedentes, se sientan valoradas, respetadas y tengan acceso real a las mismas oportunidades.

3.14 Comunicación asertiva: es la habilidad para exponer opiniones o comentarios de forma respetuosa, clara y empática evitando generar conflictos con los pensamientos de los demás.

3.15 Imagen corporativa Confa: es el conjunto de elementos que identifican a la marca o empresa y que generan una primera impresión al público objetivo. Existe un documento frente al correcto uso de la dotación, el cual se encuentra publicado en la Confanet en códigos y manuales. La marca es el activo más valioso de la Caja.

3.16 Personalidad de marca: somos una Caja de Compensación humana, solidaria y respetuosa. No solamente con nuestros afiliados y beneficiarios, sino también con nuestros colaboradores, con las empresas que están con nosotros, con los medios de comunicación y con el gobierno. Somos responsables, confiables y comprometidos. La gente sabe qué esperar siempre de nosotros y las únicas sorpresas que nos gustan son las buenas. Somos una Caja cercana y amigable, que conoce y entiende al caldense y al manizaleño, a ese mismo que busca innovación sin perder la tradición. Por eso se la damos siendo creativos y vigentes, desde los subsidios que creamos hasta las instalaciones donde los recibimos. Desde el qué, hasta el cómo. Desde el por qué, hasta el para qué.

3.17 Visión de la marca: “En Confa imaginamos un mundo en el cual el progreso y el bienestar no sean temas mediáticos ni momentáneos, sino un modo de vida perdurable y heredable de generación en generación. Soñamos con un mundo que sea un mejor lugar para vivir, por eso nos levantamos todos los días a trabajar duro y a conciencia, para construir una Caja que verdaderamente garantice el bienestar de la gente. Confa siempre estará al lado de sus afiliados, empleados y empresas acompañándolos, pues sabe y entiende que para ellos es más importante el proceso que el mismo fin.”

3.18 Valor de la marca: el valor de marca no monetiza la marca en el sentido estricto de la palabra, sino que la vuelve invaluable desde algo que ni siquiera tiene precio: la relación que la gente tiene con Confa. Algunos le dicen fidelidad, otros TOM (Top Of Mind), otros TOH (Top Of Heart). Al final del día, es ese vínculo indescriptible que hará que los afiliados y clientes nos prefieran por encima de las demás Cajas de Compensación y no importa que en este preciso momento no tengamos competencia, pero más temprano que tarde la tendremos.

3.19 Esencia de la marca: Nuestra esencia de marca ha estado ahí desde siempre, a veces la tenemos a flor de piel, otras no tanto, pero siempre ha sido la misma: **Estamos para ayudar.**

Y Estamos para ayudar desde lo que mejor sabemos hacer. No nos tenemos que inventar la rueda pero sí perfeccionarla. Estamos hablando del Subsidio. Esta herramienta de equidad es la que vamos a perfeccionar. Vamos a **Ayudar** a través de **Subsidios** bien pensados, hechos a la medida del caldense y del manizaleño. El **subsidio** será un tema 100% transversal dentro y fuera de la Caja. Será nuestro discurso, nuestra bandera.

4. Consideraciones generales



Saludo: el saludo de bienvenida siempre debe darse de manera natural, desde la sonrisa, viendo al rostro de la persona, con disposición para la atención, con respeto, haciendo sentir especial al usuario, informando nuestro nombre y solicitando el del usuario con el fin de que la conversación sea cercana y amigable.



Tono de voz: el tono de voz debe ser cortés, amable, natural, pausado, de tal manera que permita claridad en la conversación.



Escucha activa: escuchar con atención e intención para generar conversaciones de valor, comprendiendo sus necesidades y expectativas. Implica mantener contacto visual y tener una postura adecuada que haga sentir al usuario respetado, seguro y en buena compañía.



Comunicación no verbal: Es la transmisión de mensajes a través del lenguaje corporal, incluyendo gestos, posturas y movimientos. Debe ser coherente con el lenguaje verbal y reflejar seguridad y disposición al atender a los usuarios.



Presentación personal: La imagen proyectada representa la organización, por lo tanto es de suma importancia lucir de manera pulcra, organizada con la vestimenta adecuada para el ámbito laboral, las personas que usan uniforme no deben lucirlo ceñido, deberá permanecer limpio y bien presentado. Además de ir en total armonía y convertirse en una perfecta extensión de la marca y el entorno, el uniforme debe hacer sentir cómodo y orgulloso a quien lo usa.



Despedida: Al terminar la atención, debemos ser cordiales, sonreír y agradecer al usuario, transmitiendo tranquilidad y amabilidad.

En Confa reconocemos la diversidad de nuestros públicos y adaptamos la atención para responder a sus características, expectativas y niveles de apropiación digital.

Por ello, cada una de las consideraciones anteriores debe aplicarse con enfoque diferencial hacia los siguientes segmentos:



Niñez: atención cálida, cercana y lúdica, que despierte confianza y seguridad.



Juventud: tono natural, ágil y empático, con lenguaje claro y coherente.



Adultos: comunicación profesional, eficiente y humana, orientada a soluciones.



Personas mayores: atención pausada, amable y paciente, brindando guía paso a paso.



Personas con discapacidad: atención inclusiva, accesible y respetuosa; dirigirse directamente a la persona, ofrecer apoyo sin sobreproteger.



Empresas y empleadores: interacción formal, efectiva y orientada a resultados

5. Pauta de atención de acuerdo con el canal



5.1 Canal telefónico

Es un medio de atención en tiempo real que se presta a través de teléfono fijo, conmutador-diadema, teléfono celular y videoatención. Este canal exige del colaborador una escucha activa, comunicación clara y efectiva, adaptación del lenguaje y validación permanente del entendimiento, en coherencia con el segmento poblacional atendido y con el tipo de llamada, ya sea entrante o saliente.

Pautas de atención - Llamada entrante

(Cuando el usuario se comunica con Confa)

Llamada entrante

Atender de manera oportuna la necesidad del usuario, escuchando activamente, resolviendo o canalizando su requerimiento según corresponda, y garantizando una comunicación clara, empática y coherente con su segmento poblacional, brindando una respuesta inmediata.

Llamada saliente

Dado que el usuario no ha solicitado el contacto, la llamada debe ser **respetuosa, justificada y transparente**, por lo cual es importante comunicar de manera **inmediata y explícita** el motivo del contacto desde el inicio de la llamada, explicando claramente **por qué Confa se comunica y para qué**, permitiendo que el usuario comprenda el propósito de la comunicación antes de continuar con la gestión de la misma.

Este tipo de llamada debe realizarse en **estricto cumplimiento de la Ley 2300 de 2023**, garantizando el respeto por los derechos del usuario en materia de contactabilidad, horarios permitidos, frecuencia de **contacto y finalidad de la comunicación**.

La **Ley 2300 de 2023** regula los **horarios, canales y frecuencia de contacto** de las entidades con los usuarios, protegiendo su derecho a la tranquilidad. Establece que las comunicaciones sólo pueden realizarse **de lunes a viernes entre 7:00 a. m. y 7:00 pm. y los sábados de 8:00 a. m. a 3:00 p. m.**

Cierre de la llamada (aplica a todos los segmentos)

Varía de acuerdo con el personal que esté de cara a la atención

El colaborador confirma que el requerimiento quedó **resuelto o en gestión**, valida la **comprensión de la información**, ratifica **compromisos, plazos y responsables** y deja claridad sobre los siguientes pasos, al finalizar, **invita al usuario a responder la encuesta de resolutiveidad** - cuando aplica -.

Consideraciones generales

- » Sugerimos el tuteo, sin embargo, habla de manera natural, como te sientas más cómodo.
- » Devuelve la llamada si adquiriste ese compromiso.
- » Si la solución a la consulta no corresponde a tu área, orienta de manera cortés el número de teléfono, celular o extensión correcta.
- » En caso de ser necesario dejar esperando al usuario en línea, agradece su tiempo de espera cuando retomes la llamada, interactúa con el usuario informando el motivo de la demora. La retoma de la llamada debe hacerse cada 40 segundos.
- » Evita utilizar apelativos y diminutivos en la conversación. (Mami, mamita, princesa, reina, hija, negrito, parcerito, amiga, nena, bebé, muñeca, etc.)
- » Al despedirte, recuerda hacer mención de nuestro eslogan si la conversación se da en términos adecuados: Gracias por comunicarte con nosotros y recuerda que hablaste con en Confa estamos contigo, con todo.
- » Recuerda siempre indagar la necesidad del usuario y resolverla, entrega información verídica y, si tienes dudas, consulta con el área encargada.
- » Recuerda incentivar por medio de la autogestión todos los servicios, transacciones y trámites en la organización.
- » El break se deberá tomar fuera del puesto de trabajo, aprovecha y realiza una pausa activa.
- » Al finalizar la jornada deberás cerrar todos los aplicativos y apagar tu computador.

5.2 Canal presencial:

Consideraciones generales

Ten en cuenta siempre:

- » Recuerda que la expresión adecuada para abordar al usuario es: ¿En qué te/le puedo ayudar?
- » El puesto de trabajo debe estar limpio y ordenado, no debe haber comidas en él y contar con lo necesario para la prestación del servicio.
- » Tu labor será vigilar que las instalaciones estén en buen estado, que no haya contaminación visual, ni mucha publicidad, si es así, por favor repórtalo a alguno de los comunicadores de la Caja.
- » Mantén el contacto visual y sonríe de manera natural.
- » Recuerda incentivar por medio de la autogestión todos los servicios, transacciones y trámites, a través de la página web y canales de atención digital.

5.3 Canal virtual:

página web, chatbot, correo electrónico, punto de pago digital, redes sociales, whatsapp.

- El Canal Digital en Confa es responsabilidad de todos; es el núcleo operativo de la Corporación. Todo colaborador, sin importar su área (Salud, Subsidios, Crédito, Recreación, etc.), tiene el deber de incorporar la pedagogía digital en tu quehacer diario bajo los siguientes principios:
- Mentalidad de Migración Activa: Ante cualquier solicitud de un servicio, debes preguntarte primero: ¿El usuario sabe que puede autogestionar esto? De acuerdo a esto, se activa el protocolo de enseñanza.
- Desmitificación del Canal: Debes actuar como un facilitador que reduce la ansiedad tecnológica del usuario, usando un lenguaje sencillo, libre de tecnicismos informáticos.

Cómo atender a nuestro afiliado hoy? El camino hacia lo digital

En Confa, nuestro trabajo ya no es solo hacerle el trámite rápido al usuario; ahora nuestra misión es enseñarle a volverse independiente. Cada vez que una persona nos busque ya sea por una cita médica, un subsidio, una reserva o un crédito, no te limites a resolverle el problema en tu pantalla. Haz una pausa amigable y guíala hacia nuestros canales digitales:

- **Escucha con atención:** Entiende qué necesita el usuario y fíjate si tiene un celular a la mano o si sabe usarlo.
- **Invítalo a la Web:** Explícale con entusiasmo que si aprende a usar la página web desde hoy, se va a ahorrar filas y tiempo.
- **El secreto es acompañar** (Yo te guío, tú lo haces): No le quites el celular de las manos ni le hagas el trámite tú solo. Ponte a su lado, muéstrale la pantalla y dile: "Dale clic";, "Ingresa por este botón";. Deja que sea el usuario quien toque la pantalla mientras tú lo apoyas con paciencia.

Una vez identificado el requerimiento del usuario (sin importar el servicio), el colaborador aplicará el modelo de Transferencia de Autonomía en el canal digital:

1. **Enrolamiento:** Invitar al usuario a abrir el Portal Web desde su propio dispositivo (o apoyado en las pantallas de autogestión de la sede).
2. **Modelado:** El colaborador explica el flujo del trámite de manera verbal y visual ("Damos clic aquí", "Seleccionamos esta opción"), de acuerdo al servicio o requerimiento del usuario, pero es este quien ejecuta las acciones en la pantalla.
3. **Verificación de Aprendizaje:** El colaborador asegurará que el afiliado comprendió el proceso preguntando: 'Para la próxima vez que necesites este servicio desde tu casa, ¿recuerdas cuál es el primer paso?' Esto garantiza que el canal digital sea un proceso educativo y no solo transaccional."

Consideraciones generales

Siempre ten en cuenta:

- » Usa un tono de comunicación adecuado, esto se refleja en el buen uso de las palabras y las formas de escritura. Escribe las palabras completas, sin diminutivos ni fonemas Ej: (Letras solas, ej: q, xq, ps, bn, oki, ok, k).
- » Transmite el mensaje con claridad, verifica que cada palabra esté escrita correctamente y que estás siendo claro con la información que entregas.
- » Lee siempre con atención lo que dice la persona, si no te queda claro, pregúntale nuevamente qué requiere para que puedas entregarle la información correcta y completa.
- » Da una respuesta inmediata. En caso de no tenerla, solicita al usuario un momento de espera para solucionar su necesidad.
- » Evita entregar información de más y generar conversaciones innecesarias..
- » Utiliza un lenguaje respetuoso con la persona que estás hablando.
- » Si la espera se prolonga mientras se hace una consulta, interactúa con el usuario informando el motivo de la demora. Recuerda que la retoma de la conversación debe hacerse cada 40 segundos.
- » Lee cada una de tus respuestas, verificando que sean comprensibles para el usuario y que cuentan con correcta ortografía y redacción.
- » La política de protección y uso de datos de la Corporación siempre deberá tenerse en cuenta al atender los canales digitales.
- » En caso de que detectes alguna información errada o confusa en nuestras redes sociales, canal de whatsapp o página web, notifica a uno de los comunicadores de la Corporación.

6. Pautas de atención población LGBTQ+



Siempre debes tener en cuenta

- » Atiende al usuario de forma respetuosa y sin discriminación.
- » Garantiza confidencialidad y genera confianza.
- » Evita gestos y expresiones discriminatorias.
- » Ten actitudes que produzcan confianza a la persona LGBTQ+ que se sienta reconocida y bien tratada, no juzgada, que esté cómoda en nuestros servicios.
- » Recuerda que las personas LGBTQ+ deciden si expresan su identidad de género.
- » Las personas LGBTQ+ son sujetos de derecho y en tal sentido son iguales, por eso debes respetar y darles un trato digno, esto no se puede afectar por tus propias creencias y valores.
- » Usa un lenguaje neutro.

7. Pautas para la adecuada atención a las personas con discapacidad



Ofrece atención preferencial a aquellos usuarios que presenten una situación de discapacidad, adultos mayores, mujeres en estado de embarazo o con bebés de brazos.

Con las personas con discapacidad visual, personas con baja visión o personas ciegas:

- » Preséntate e identifícate. No empieces a hablar sin haberte presentado primero.
- » Intenta ser lo más descriptivo posible en la comunicación.
- » No usar diminutivos.
- » Para saludar, si la persona no extiende la mano, puedes tomar la suya para hacerle saber que quieres saludarle.
- » Ofrece tu brazo y no tomes el suyo directamente. La regla de oro para ofrecer ayuda es preguntar si la **necesita antes de actuar**.
- » Indícale si hay otra u otras personas presentes. Avisa al usuario cuando te ausentes.
- » Utiliza términos que apuntan directamente a la orientación espacial, como “a tu izquierda”, “a tu derecha”, “adelante”, “atrás”, etc.
- » No sustituyas el lenguaje verbal por gestos.
- » Utilizamos normalmente las palabras ver o mirar, sin considerarlas como términos tabúes.

» Evita exclamaciones que puedan provocar ansiedad al usuario, tales como ¡ay!, ¡Uf! o cuidado, cuando veamos un peligro para la persona ciega.

» Vidente o no vidente son términos incorrectos. Podemos decir persona que ve o persona ciega, respectivamente.

Personas con discapacidad auditiva:

» Ubícate de manera que tu cara esté iluminada y permanece quieto mientras ambos se ubican.

» Habla de frente, la persona necesita ver tus labios. Modula con naturalidad. Repite las indicaciones o la información si es necesario.

» Evita alzar exageradamente la voz, a menos que te lo soliciten. Verifica si la persona lee, esto puede facilitar la entrega del mensaje.

» Asegurar una buena dicción al momento de hablar.

» Por el solo hecho de llevar audífono, no significa que escuche claramente ni que debas gritarle.

» Las personas sordas, son personas cuyo canal de acceso a la realidad es preferentemente visual. La lengua natural desarrollada por las personas sordas es la lengua de señas colombiana.

» Si la persona está acompañada de un intérprete de lengua de señas, dirígete a la persona, no al intérprete.

» **Ruta de atención a través de plataforma “Servir”:** notificar al usuario que se va a establecer comunicación con un intérprete en línea para su atención e inmediatamente debes verificar la disponibilidad del servicio en línea en el chat dispuesto por cada sede, una vez verificado informa por este medio la ocupación del mismo y procede a establecer comunicación con el intérprete. Al finalizar el servicio debes cerrar sesión para que quede disponible para otro uso.

» Debes tener en cuenta que la conversación con el intérprete puede tener una duración máxima de 45 min continuo, después de esto hay que finalizar la llamada y volver a contactar con el servicio.

» Para la prestación del servicio debes contar con un equipo con conexión a internet, acceso a la credencial establecida por sede, contar con accesorios periféricos como diadema auricular y cámara.

» En caso de presentar fallas o dificultades con el acceso al servicio en línea, deberás activar soporte con el proveedor Servir.

» Los horarios de atención del proveedor para interpretación en línea son de lunes a viernes de 8:00a.m. a 7:00p.m. y sábado de 9:00a.m. a 4:00p.m. y para soporte es de lunes a viernes de 7:00a.m. a 5:00p.m. y sábado de 9:00a.m. a 4:00p.m.

Personas con discapacidad física o motora:

» Pregúntale su nombre al usuario y dirígete por el mismo.

» Pregúntale si necesita ayuda y cómo debes ayudarlo con su movilidad, especialmente si hay problemas de accesibilidad. En caso de que su respuesta sea positiva, es él o ella quien debe dirigir la ayuda.

» La silla de ruedas también es parte del espacio de la persona con discapacidad. No te apoyes en ella, ni la muevas sin su permiso.

» Si desconoces el manejo de la silla de ruedas, pregunta al usuario cómo ayudarlo.

» No empujes la silla de ruedas o tomes el brazo de alguien que camina con dificultad sin preguntarle si puedes ayudarlo.

» Si estás de pie, busca en qué sentarte o ponte en cuclillas. Es difícil para la persona en silla de ruedas mirar hacia arriba, además puede marcar una relación jerárquica.

» Una vez el colaborador identifique que el afiliado es una persona con discapacidad debe ponerse a disposición de la atención, salir del front, preguntar el nombre del afiliado, dirigirse por el mismo, e invitar al afiliado a un espacio donde pueda dar la atención adecuada.

Personas con discapacidad cognitiva o intelectual:

» Si la persona tiene dificultades para comunicarse, ten paciencia y dale el tiempo que necesita para que no se ponga nerviosa.

» Evita el lenguaje técnico y complejo y usa frases directas y bien construidas. Evita los circunloquios (dar rodeos, enrollarse).

» Asegúrate de que la persona comprendió la atención e información entregada.

- » Entrega la información de manera sencilla y pausada.
- » No hables de su limitación con calificaciones ni juicios.
- » Si la persona no se expresa oralmente (casos más severos), se puede permitir la asistencia de un tercero.
- » Saluda y despídete normalmente, como con cualquier persona.

Personas con discapacidad mental o psicosocial:

- » Es probable que no resulte evidente al momento de la atención, sobre todo si se trata de una persona que se encuentra en proceso de rehabilitación y que se mantiene compensada con sus medicamentos.
 - » Es un mito que sean siempre personas alteradas o violentas.
- » Si llegara a suceder que la persona eleva la voz o se altera, no hagas lo mismo, mantente sereno y evalúa la situación. Evita discusiones.
- » Busca soluciones concretas y reales a la situación que se plantea, no dilates la situación.
- » Ten paciencia: puede ser que la persona no pueda expresarse al mismo ritmo que piensa y eso le dificulte el nivel de expresión.
- » Hazle notar que le entiendes y puedes ponerte en su lugar.
- » No hables de su limitación con calificaciones ni juicios.

Orientaciones para la prestación del servicio educativo a personas con discapacidad:

- En caso que el estudiante de educación continuada presente discapacidad auditiva le será facilitado un intérprete profesional para recibir una formación educativa de calidad .
- En caso que el estudiante presente discapacidad física o intelectual, serán aplicados los principios de infraestructura estimados por el Diseño Universal del Aprendizaje, tales como ajustes de mobiliario y adaptaciones razonables de acuerdo con las capacidades y condiciones de la Caja.

Manejo de clientes difíciles

- » Cuando un cliente interno o externo esté molesto o se evidencie algún nivel de alteración emocional, lo primero es mantener la calma y, por ningún motivo, perder la cordialidad.
- » Jamás generes confrontación, grosería, ofensa o alguna expresión poco cordial hacia el cliente. Por el contrario, debes preservar siempre la cortesía y mostrar la disposición para solucionar el malestar o resolver el problema que se haya presentado.



Confa
Contigo, con todo

Síguenos:     | confa.co