

ALCANCE

El manual de protocolo surge de la necesidad de establecer un único lenguaje comunicativo que pueda garantizar la satisfacción entre la empresa y sus grupos de interés, con el propósito de que la comunicación, trato y contacto con el usuario tengan un enfoque incluyente, orientado al don de servicio, donde prevalezca la eficacia, la igualdad y la información oportuna.

Por consiguiente, para ser los mejores en el 2020, todos nuestros procesos están orientados a fortalecer, desde diferentes aristas, el servicio con el usuario, entregándoles experiencias memorables, desde el contacto en terreno, sala de atención al cliente, puntos de pago, línea telefónica, entre otros canales dispuestos para entablar acercamiento.

COPIA NO CONTROLADA

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. MISIÓN Y VISIÓN
 - 3.1. PRINCIPIOS CORPORATIVOS
 - 3.2. VALORES CORPORATIVOS
4. PÚBLICO OBJETIVO
5. ATENCIÓN PRESENCIAL
6. ATENCIÓN TELEFÓNICA
7. USUARIOS CON NECESIDADES ESPECIALES
8. ATENCIÓN SEGÚN EL PROCESO

COPIA NO CONTROLADA

1. INTRODUCCIÓN

Con el propósito de ser la mejor compañía pereirana para el 2020, reconocida como una empresa de y para los pereiranos, de acuerdo a nuestra visión y misión, se hace necesaria la estructuración de un manual de protocolo de servicio y atención al usuario que vaya dirigido a todo el personal, incluyendo los proveedores, quienes tienen contacto directo con el usuario y diversos grupos de interés a los cuales les brindamos el servicio de energía eléctrica.

La implementación, seguimiento y ajustes correspondientes a estos protocolos es responsabilidad del interventor o líder encargado de cada proceso, con apoyo o supervisión del área de Comunicaciones y Desarrollo Humano y Organizacional, quienes con el interventor o líder podrán evaluar el comportamiento y aplicación del mismo.

Cabe resaltar que cada interventor debe aplicar el protocolo según la orientación o actividad que ejecuta o dirige, haciendo énfasis en la cláusula consignada en cada contrato y la cual señalamos a continuación:

Implementación de los protocolos de atención al usuario establecidos por la Empresa, manual de ética de la Empresa, valores corporativos de la Empresa, Buen Gobierno.

El oferente deberá presentar un cronograma de capacitaciones y plan de entrenamiento liderado por un profesional en el campo contratado por él mismo, donde se muestren los temas a capacitar en materia de atención al usuario, engranado con los protocolos de comunicaciones y manuales que establece la Empresa de Energía de Pereira.

Los temas que se deberán trabajar continuamente son:

- *Saludo, presentación y despedida.*
- *Armonía de la imagen: lenguaje corporal, vestuario y uso del uniforme.*
- *Comunicación no verbal: postura física, forma de caminar.*
- *Sentarse y levantarse, actitudes, gestos, entre otros.*
- *Etiqueta cotidiana en la oficina y en terreno.*
- *Trato hacia los clientes*
- *Importancia de hablar.*
- *Importancia de escuchar.*
- *Uso profesional del teléfono.*
- *Puntualidad.*

- *Integridad y ética laboral.*
- *Cortesía y positivismo.*
- *Comunicación y respuestas asertivas con los usuarios.*
- *Manejo de crisis – trato al cliente difícil.*

Temas que permitirán fortalecer a Energía de Pereira como la mejor empresa de servicios públicos de la región, ofreciendo bienestar, felicidad y buen trato, en torno a una comunicación asertiva, veraz y coherente.

En este orden de ideas, se debe realizar la formación en las temáticas mencionadas con personal idóneo para tal fin. Asimismo, es esencial que la formación se realice de manera continua según el cronograma para garantizar el fortalecimiento de las competencias de ayuda y servicio en los colaboradores.

2. OBJETIVOS

Establecer una uniformidad en el trato y acercamiento con los diferentes grupos de interés desde los diversos canales dispuestos por Energía de Pereira.

Brindar un servicio de calidad, así como mejorar la percepción y satisfacción hacia la empresa, fortaleciendo la imagen y la cultura de servicio, la cual se refleja en la reputación de la compañía.

Orientar a nuestros colaboradores hacia la proyección de una excelente imagen personal que refleje amabilidad, cercanía y seguridad.

3. MISIÓN

Somos una empresa de y para los pereiranos, que presta el servicio de energía eléctrica en forma continua y eficiente, generando desarrollo económico, social y ambiental para todos sus grupos de interés.

VISIÓN

Ser la mejor empresa pereirana para el 2020.

3.1. PRINCIPIOS EMPRESARIALES

Excelencia Empresarial: el fin de la Empresa de Energía de Pereira S.A ESP, es brindar un servicio que satisfaga las necesidades de sus diferentes grupos de interés, generando valor para cada uno de ellos y promoviendo un óptimo desempeño individual y empresarial, apoyada en la innovación y el mejoramiento

continuo de los procesos, fomentando un aprendizaje permanente y actitud positiva frente a los cambios.

Responsabilidad Social Empresarial: la Empresa de Energía de Pereira se compromete a impactar de manera positiva a sus grupos de interés a través de un desarrollo sostenible, enmarcado en el uso responsable de los recursos que permitan un Desarrollo Social, Económico y Ambiental.

Legalidad: la empresa rechaza cada acto de corrupción e inmoralidad en su quehacer, comunicando asertivamente sus políticas y procedimientos y fortaleciendo así la confianza de la organización y por la organización.

3.2. VALORES CORPORATIVOS

Honestidad: identidad de la empresa a través de la manera de actuar de sus colaboradores, comportándose y expresándose con coherencia y sinceridad.

Respeto: valorar a los demás, acatar su autoridad y considerar su dignidad, aplicando estas buenas conductas con los diferentes grupos de interés.

Compromiso: hace referencia al sentido de pertenencia que los colaboradores tienen por la compañía. Es el vínculo de lealtad mediante el cual el colaborador desea permanecer en la organización debido a su motivación implícita.

Solidaridad: coordinar e integrar esfuerzos entre las diferentes áreas, colaboradores y procesos tercerizados que se necesitan entre sí para lograr los objetivos propuestos.

4. PÚBLICO OBJETIVO



ESPACIOS DE APROXIMARSE AL PÚBLICO OBJETIVO

- Medios de comunicación propios de la organización (intranet, correo institucional, página web, redes sociales, línea 115, chat WhatsApp interno).
- Eventos de la empresa (foros, actividades con las comunidades, ferias, salidas recreativas, entre otros).
- Boletines y comunicados de interés.
- Ruedas de prensa.
- Comunicaciones oficiales.
- Atención en terreno.
- Atención en sala.
- Atención en puntos de pago.

5. ATENCIÓN PRESENCIAL

La primera impresión es la percepción que una persona causa en otra durante un corto espacio de tiempo. Nunca se tiene una segunda oportunidad de dar una primera impresión. Por ello, cuando el usuario se acerca a nuestras oficinas o a

una persona en terreno es porque requiere uno de nuestros servicios o información; en ese momento se conocen sus necesidades, pretendiendo una respuesta oportuna y eficaz.

El talento humano es uno de los puntos claves para el éxito de la empresa, por lo que se debe disponer de excelentes empleados, con las mejores cualidades en atención al cliente, actitud y amabilidad, que generen confianza, tranquilidad y lo más importante que estén debidamente informados.

1. Conocimiento detallado sobre la empresa.
2. Habilidad en el trato de las personas.
3. Seguridad y profesionalismo.
4. Excelente expresión oral.
5. Adaptación y tolerancia.

Para lograr atender satisfactoriamente al ciudadano, debemos generar un ambiente óptimo desde que ingresa hasta que sale de la organización, por lo que debemos tener en cuenta:

Los usuarios primero tendrán una **impresión** por lo que vean externamente, lo cual abarca su higiene personal, su apariencia, su presentación personal, sus modales, su forma de caminar, e incluso cómo sonrío.

El **saludo** tiene un gran valor, porque dependiendo de cómo lo exprese, se define el vínculo que quiere lograr con el usuario. De allí lo importante de sonreír y mostrar cercanía con el usuario, en términos de amabilidad, cortesía e igualdad en el trato.

Decir **gracias** y **por favor**; al expresar estas palabras la otra persona apreciará el esfuerzo y amabilidad, lo cual conduce a que la gente desee contribuir con lo solicitado.

Tenga especial cuidado con su **rostro**. La atención del usuario se centrará en el rostro en un gran porcentaje. Procure que su expresión facial y su presentación personal sean correctas y oportunas.

En lo posible, que las manos, dedos y uñas, también luzcan limpias y cuidadas.

Recuerde que el impacto que logra en el usuario no solo es por los ojos, en esta situación se activan todos los sentidos.

Cuide mucho su **aliento**. Un descuido en esa área puede ser desagradable e inolvidable para su interlocutor.

La imagen que refleje se traduce en la imagen de la empresa, por ello es importante lucir adecuadamente el uniforme y cuando no se esté usando, se debe saber elegir las prendas adecuadas para la ocasión.

Otro punto a resaltar es la forma de sentarse, pues debe ser de manera adecuada, evitando posturas que denoten cansancio físico.

Escuchar es otro de los dones importantes para una atención efectiva. Sea cuidadoso a la hora de atender las quejas y reclamos: cuando el usuario este hablando, escúchelo, no lo interrumpa sin antes exponer su punto de vista.

Para generar una mejor imagen ante quien estamos hablando o cuando atendemos un usuario de forma personal o telefónicamente, debemos tener cuidado de nunca masticar chicle, es de mal gusto e impide una vocalización clara.

Evite estar a la defensiva. No discuta con el usuario, mantenga la calma y escúchelo. Si está en sus manos la solución, resuelva el problema; si no le es posible, remita el caso a un nivel superior.

La siguiente información es un ejemplo, el manual esta para la adaptación de cada uno según la forma en la que quiera llegar al usuario, claro está manejando el respeto, coherencia, formalidad y cortesía.

La cortesía es uno de los factores clave del servicio; es directamente proporcional a la amabilidad, respeto y buenos modales. Por lo tanto es indispensable incluir dentro de nuestro lenguaje cotidiano las siguientes palabras:

Buenos días...

Buenas tardes...

¿En qué le puedo ayudar? ... o ¿en qué le puedo colaborar?

Con mucho gusto / Permítame un momento...

Siéntese por favor...

Gracias...

Bienvenido...

Por favor, me confirma su nombre...

Fue un placer haberlo atendido

SALUDO RECOMENDADO PARA ATC

*Muy Buenas tardes (días),
Señor o señora (palabras neutrales)
Bienvenido a la Empresa de Energía,
¿En qué le puedo colaborar?*

Siempre teniendo un contacto visual con el cliente, acompañado de una buena sonrisa y tono de voz agradable.

DESPEDIDA

*Muchas gracias señor (a) por visitar la Empresa de Energía,
Sería tan amable de colaborarme con la calificación del servicio. Recuerde que
estamos trabajando por ser la mejor empresa de la ciudad para el 2020.*

SECRETARIA O RECEPCIONISTA

*Buenas tardes (días)
Señor o señora (palabras neutrales)
Bienvenido a la Empresa de Energía
Mi nombre es _____
¿En qué le puedo colaborar?*

La recepcionista es siempre la primera imagen de la empresa. Es el contacto directo con el usuario o persona que se relacione con esta, tanto en persona como por teléfono.

Siempre teniendo un contacto visual con el cliente, acompañado de una buena sonrisa.

La imagen de la recepcionista, al igual que la imagen personal de todos los empleados miembros de la compañía que se relacionan con el público, tiene gran importancia.

FACTORES A TENER EN CUENTA DE LA RECEPCIONISTA

- Tener un carácter serio y discreto, pero una actitud simpática.

- Poseer excelente presentación personal en su lugar de trabajo.
- La voz y el lenguaje: voz clara, marcada en tonalidad, no muy fuerte y un lenguaje prudente y respetuoso.
- Lenguaje corporal.

Siguiendo las normas de protocolo, la secretaria y la recepcionista deberán procurar atender en lo siguiente:

- Hablar con voz serena y pausada cuando se dirija a un directivo o visitante.
- Pedir las cosas por favor y dar siempre las gracias en tono amable.
- Vestir con sobriedad y sencillez, acogiendo lo estipulado en el Manual de Uso del Uniforme.
- Ser puntual.
- Ser paciente, tolerante y educada.
- Debe estar informada de los acontecimientos que ocurran en la empresa.
- La recepcionista debe conocer todos y cada uno de los cargos y personas responsables de este, para cuando el visitante pregunte.

TONO DE VOZ

- Suave, con mucha calidad humana y alegría.

LENGUAJE CORPORAL

- El cuerpo siempre de frente de la persona, las manos abiertas o en forma neutral o utilizando una mano. Recordar que las manos son la extensión de la palabra.
- No desplazarse con la silla hacia atrás rápidamente, hacerlo de forma lenta.
- Tener el escritorio despejado de documentos, tener solamente el documento del usuario con el que se va a trabajar
- Siempre despedirse del usuario con contacto visual.
- Mirar al usuario eventualmente cuando está resolviendo la duda en el sistema.
- Siempre sentado contra el espaldar de la silla, erguido e inclinado hacia el usuario.
- Evite sostener el borde del escritorio con ambas manos (es sinónimo de repulsión).

CÓMO COMPORTARSE CON UN USUARIO 'DIFÍCIL'

- En primer lugar, mantenga la calma. No lo tome como algo personal, deje que el usuario se desahogue, pero póngale atención y muéstrese interesado.
- En ocasiones el usuario podría haber llegado disgustado por razones ajenas al servicio de la empresa. En ese caso demuestre su profesionalismo, manténgase calmado y tranquilo ante esa situación.
- Escuche al usuario. Deje que se exprese sin interrumpirle, generalmente cuando se desahoga se calma.
- Escúchelo y concéntrese en tratar de entender cuál es la causa que provoco el enojo.
- Use frases como **"lo comprendo"**, **"qué pena"**, **"claro que sí"**, **"disculpe"**. Esas frases calman a la persona, pues demuestran **empatía**, es decir, que usted está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.
- Procure que el usuario salga satisfecho, busque la mejor solución que pueda darle y dásela.
- No intente ganar una discusión, no le queda bien igualarse con él.
- Si tiene que pasar el caso a otro compañero o al jefe, procure explicarle todos los detalles, porque es aún más molesto para el usuario tener que explicar dos veces una situación tensa.
- Al atender a un usuario disgustado o 'difícil', lo que diga con su cuerpo es tan importante como lo que exprese verbalmente. Tenga en cuenta algunos aspectos para manejar adecuadamente su comunicación no verbal en esos casos 'especiales'.
- Mire al usuario a los ojos. Lo peor que podemos hacer es evitar su mirada, pues el usuario 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, 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, 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 su tono de voz. Recuerde que muchas veces no cuenta tanto lo que decimos, sino cómo lo decimos. Projete siempre un tono respetuoso.
- Si el usuario eleva la voz, baje la suya. Se necesitan dos para discutir.
- No utilizar palabras o frases como: **"usted no me entiende"**, **"le repito otra vez"** que puedan herir la sensibilidad de las personas.
- Cambiar la frase **"Usted tiene que..."** por **"Usted debe..."**

Términos comunes en los que se puede caer cuando se atiende a un usuario, pero en los cuales no es adecuado referirse:

- "¿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".
- "Él está ocupado resolviendo un asunto importante. Recuerde, nada es más importante que el usuario".
- "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.
- Perdone, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderlo.
- Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- Debí fijarse en eso antes de hacer el trámite.
- Ya le contesté eso.

6. ATENCIÓN TELEFÓNICA

La atención telefónica inicia al momento en el que se recibe y se contesta la llamada, ahí se abre el canal de diálogo entre los usuarios, compañeros, entidades de control, sociedad en general, por lo tanto, es importante seguir las siguientes normas de atención:

- Ser amable y educado (a).
- Cuando se atienda el teléfono, en el caso de la recepcionista, trasladar las llamadas a las personas realmente encargadas del tema, evitar rotarlo por varias líneas, eso demostraría irrespeto y desorden dentro de la empresa.
- En caso de recibir una llamada que no sea de su competencia, es importante que tenga a la mano las extensiones de las demás dependencias, para direccionarla correctamente. Asimismo, las direcciones de otras oficinas y horarios.
- El tono de la voz debe ser modulado, que transmita confianza. Cuando sonreímos al hablar, el tono siempre es más agradable que cuando estamos serios.
- El ritmo de la voz debe ser lento y pausado. Vocalizando, entonando y pronunciando bien.
- Evite hablar muy rápido, porque afecta la comprensión de la información o muy lento porque puede aburrir. Mantenga una fluidez verbal adecuada y constante. Evite fatigarse.
- En algunos momentos se pueden presentar silencios, importante que no sean muy extensos, y en lo posible que sean con respuestas positivas.
- Evite tutear al usuario. Recuerde que no tiene la suficiente confianza para hablar en esos términos.
- Trate de personalizar la llama, cuando se le pregunta el nombre y se le sigue llamando por el mismo él se sentirá importante.

- En el momento de la despedida, mantener una actitud amable, agradeciendo la llamada y sobre todo, no colgar el auricular antes de que lo haya hecho la otra persona.
- Cuando la secretaria o recepcionista pase las llamadas al colaborador de la empresa, ella debe informar el nombre, cargo de la persona que llama y si es posible, el motivo de la llamada.
- Cuando se corte la comunicación, tratar de volver a llamar a la persona que llamó.
- Al momento de atender la llamada. dedíquese el tiempo, evite distraerse o hablar con otras personas y más si el usuario lo escucha, eso es de mala educación y poco respetuoso. Del mismo modo evite hacer ruidos con la boca, cabello o manos.

POSIBLES CASOS

- **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" de esa área. Si es así, pase la llamada, explicando la situación a la persona que va a retomar la llamada.

- **A UN USUARIO QUE ESPERA EN LÍNEA**

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

- **Ejemplo:** Don Luis, voy a pasarle la llamada con mi compañera Lucia, que conoce de ese asunto o al área tal, donde pueden atender mejor su consulta. Si puede detalle el caso al compañero para que el usuario no tenga que explicar su consulta nuevamente.

Saludo:

Buenas tarde (días)

Empresa de Energía de Pereira

Mi nombre es _____

¿En qué le puedo colaborar?

Claro con mucho gusto, en un momento lo comunico

DESPEDIDA:

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

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

CANALES VIRTUALES

Las tecnologías de información y comunicación deben ser utilizadas para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información relevante sobre los proyectos, servicio, daños, quejas, reclamos, información en general de la Empresa de Energía de Pereira.

La interacción con los ciudadanos se da a través de las diferentes redes sociales de la compañía, así como por medio del correo electrónico: contactenos@eep.com.co De esta manera se facilita al usuario acceder a información de la empresa, así como a interactuar con la misma obteniendo respuestas más rápidas, acordes con los tiempos y rutinas del cibernauta. Quien en muchas ocasiones no puede trasladarse a las oficinas de la compañía.

Por otra parte nuestra página web es un portal de comunicación y divulgación de las diferentes noticias, políticas, informes de gestión, tarifas, suspensiones programas, entre otros contenidos de valor, que si bien no tiene posee chat o medio de contacto directo si genera interacción entre la empresa y el usuario.

El uso de las redes sociales está bajo la dirección de la gerencia general, área de comunicaciones y se cuenta con una empresa o community manager, de tal forma que los servicios prestados por las redes sean dinamizados efectivamente y se garantice el crecimiento, el sostenimiento y una adecuada relación del ciudadano con la Empresa de Energía.

El community manager o social media es la persona encargada de cuidar, mantener, gestionar, construir e interactuar con las comunidades, garantizando el uso adecuado de la imagen y marca de la empresa, en pro de su reputación.

Es indispensable que esta persona conozca sobre comunicación en línea y sea un experto en el uso de la herramienta.

Las funciones más relevantes del community manager son:

Escuchar, hacer circular la información obtenida internamente, explicar la posición de la empresa a la comunidad, buscar líderes tanto de manera interna como externa y encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa.

LENGUAJE APROPIADO

Se tutea al público para así establecer una comunicación más cordial y amigable con ellos.

RESPUESTA A MENSAJES

- Al recibir un mensaje privado por parte de un seguidor la respuesta debe ser de carácter inmediata buscando solucionar la solicitud escrita.
- Las conversaciones en mensajería interna no se divulgan y más por la política de tratamiento de datos personales de la empresa.
- No está permitido contestar de forma grosera o altanera a un usuario (independientemente si su punto de vista es correcto o erróneo)
- El uso adecuado de emojis permite el dinamismo y formalidad en la comunicación.
- El tiempo máximo para dar respuesta a un mensaje es de dos horas después de ser recibido en la plataforma. (Solo hay excepción el fin de semana – en este caso, se contesta el siguiente día del festivo a primera hora)

PRACTICAS GENERALES

- Cuando tenga dudas sobre un proceso, pregúntele a un compañero y/o a su jefe, es mejor tener la seguridad de lo que va a hacer y decir para evitar frustraciones en nuestros usuarios.
- Tenga en cuenta que si alguien a la empresa o a alguien en particular es porque realmente necesita una solución, no lo ignore y muestre siempre una actitud positiva.
- No permita que situaciones complejas *'le dañen el día'* respire tranquilo, tómese un momento para reflexionar y continúe con las labores.

- Evite la excesiva confianza con los usuarios. Deles siempre un trato profesional. Evite frases como las siguientes:
 - ¡Sí corazón, yo le dejo el mensaje!
 - ¡No, mi amor, eso era antes!
 - ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!

CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES

CLIENTE POLÉMICO

Característica principal: provoca discusión

Situación: cuando hacen perder su tiempo con esperas o retrasos

Tratamiento: escuchar sus quejas con atención y sin interrupciones.

CLIENTE GROSERO

Característica principal: ofensivo

Situación: siempre que considere que no se le trata bien (ya sea por utilización de lenguaje soez o expresión física desafiante)

Tratamiento: Argumentar sin hacer caso de sus provocaciones, no dejarse llevar por el furor del momento. Recuerde que está en representación de una empresa.

CLIENTE HABLADOR

- Característica principal: amistoso, hablador, sonriente, de los que se extienden en sus explicaciones y hasta repiten su discurso.
- Situación: cuando se les atiende con mucha preferencia puede llevar a tardarse más de lo necesario en el proceso.
- Tratamiento: ser amable y atenderle las observaciones y manejar la situación sin tanta cercanía o excesiva distancia.

7. USUARIOS CON NECESIDADES ESPECIALES

Para la Empresa de Energía es fundamental y se encuentra en nuestros principios éticos la igualdad y el respeto hacia las personas con necesidades especiales. Por

ello se proporcionan en nuestras sedes un lugar, en fila y cubículo de atención preferencial donde serán atendidos en orden de llegada, teniendo en cuenta su situación particular.

Personas con Alguna Discapacidad (En silla de ruedas, no videntes y sordomudos, entre otros)

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

Es importante tener presente que la discapacidad física no solo está direccionada hacia un problema mental, muchas personas tienen alguna condición física y se desenvuelven en sus vidas de manera normal.

En lo anterior, no es adecuado tratar a una persona con condiciones especiales en términos físicos como si estuvieran impedidos mentalmente. Lo más acorde es atenderlos con cortesía, pero sin hacerlos sentir inútiles. Es recomendable identificar la discapacidad del usuario y ayudarlo con la necesidad que requiere.

OTRAS PERSONAS CON ATENCIÓN ESPECIAL

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

Sea cortés. Procure colaborar en lo que más se pueda con estos usuarios. Si es posible, acompañelos durante su visita, ¡ayúdelos! Es una forma de aplicar uno de los valores corporativos de la compañía: la solidaridad.

¿QUÉ DEBEMOS HACER?

- Brindar atención prioritaria
- Ayudarlos en lo que más se pueda
- En caso de ser necesario acompañelos hasta que su proceso haya terminado.

- Si hay presencia de niños acompañando a un adulto en las diligencias, ellos también deben ser centro de atención y brindarles su amabilidad. Los padres al ver un gesto de cercanía con ellos podrán sentir más afinidad con el que lo atiende y hasta con la empresa.

PRACTICAS GENERALES

- Cuando tenga dudas sobre un proceso, pregúntele a un compañero y/o a su jefe, es mejor tener la seguridad de lo que va a hacer y decir para evitar frustraciones en nuestros usuarios.
- Tenga en cuenta que si alguien a la empresa o a alguien en particular es porque realmente necesita una solución, no lo ignore y muestre siempre una actitud positiva.
- No permita que situaciones complejas *'le dañen el día'* respire tranquilo, tómese un momento para reflexionar y continúe con las labores.

CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES:

Cliente Polémico

Característica principal: provoca discusión

Situación: cuando hacen perder su tiempo con esperas o retrasos

Tratamiento: escuchar sus quejas con atención y sin interrupciones.

Cliente grosero

Característica principal: ofensivo

Situación: siempre que considere que no se le trata bien (ya sea por utilización de lenguaje soez o expresión física desafiante)

Tratamiento: Argumentar sin hacer caso de sus provocaciones, no dejarse llevar por el furor del momento. Recuerde que está en representación de una empresa.

CLIENTE HABLADOR

Característica principal: amistoso, hablador, sonriente, de los que se extienden en sus explicaciones y hasta repiten su discurso.

Situación: cuando se les atiende con mucha preferencia puede llevar a tardarse más de lo necesario en el proceso.

Tratamiento: ser amable y atenderle las observaciones y manejar la situación sin tanta cercanía o excesiva distancia.

Terminología para dar claridad al aspecto técnico y atención por parte del personal operativo en terreno

Sin perder profesionalismo al momento de dar claridad en la información al usuario, se debe tener especial cuidado en la terminología usada para tal fin. Utilizando expresiones como:

- “Sería tan amable de bajar el breaker, lo que comúnmente conocemos como tacos”.

PROCEDIMIENTO

Cuando la cuadrilla ubique el predio y se disponga a realizar la actividad diríjase al usuario de la siguiente manera:

- **Salude al usuario**

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

- **Identifíquese**

Luego del saludo, indique la empresa donde labora y diga su nombre con claridad: “somos funcionarios de la Empresa de Energía de Pereira, mi nombre es...”, o “venimos de la Empresa de Energía de Pereira, mi nombre es...”

- **Indique el motivo de su visita**

Verificación del medidor

Revisión por incremento en el consumo

Revisiones o normalizaciones del sistema de medición

Suspensión del servicio

Falla en la prestación del servicio, sea en el predio o la zona

Lectura y reparto de factura

Corte y reconexión

De manera amable solicite la factura de energía dado el caso que la labor que realizará lo requiera

“Señor(a) sería tan amable de enseñarme su factura de energía”, “Señorita me permite su factura de energía verifico los datos contenidos en ella”
Matrícula, consumos, estrato o servicios que se cobran en esta.

8. ATENCIÓN SEGÚN EL PROCESO

PROCESO DE NORMALIZACIÓN

- Si es normalización, mientras el técnico realiza la revisión del medidor, el auxiliar **solicita los datos personales del usuario** que atendió la visita, los cuales incluyen: nombre completo, número de cedula y número telefónico.
- Luego de terminada la actividad se entrega al usuario desprendible del acta diligenciada o se informa sobre el procedimiento culminado.
- Se le informa que para la solución de dudas e inquietudes debe llamar a la línea 115 de la Empresa de Energía de Pereira opción 2, o acercarse a las oficinas del edificio Torre Central en el 2º Piso de la empresa.
- Finalmente despídase agradeciendo la atención recibida y utilizando la expresión: “estamos trabajando por ser una *empresa de y para los pereiranos*”.

SUSPENSIÓN, CORTE Y RECONEXIÓN

Es una de las actividades más coyunturales que tiene la compañía; en términos de relacionamiento con la gente, la labor misma hace que el usuario no quiera la empresa y tampoco la vea cercana. Sin embargo, es una labor que se debe cumplir y que está legalmente establecida en la ley 142 de servicios públicos domiciliarios.

Como colaborador de la empresa contratante para la actividad de suspensión, corte y reconexión la actitud debe guiarse de la siguiente manera, y de acuerdo a todo lo consignado en el presente manual:

Sustituye las frases negativas por unas que ofrezcan servicio y atención al usuario

Ejemplo,

Frase no apropiada

lo ideal

No lo sé...

No podemos hacer eso...

Tiene que...

Un segundo o un momentico...

No, al inicio de una frase...

Averiguaré y le informaré...

Le ofrezco esta alternativa...

Le sugiero o usted necesita...

Podría esperar por favor...

Ofrecer una alternativa...

CORTE

- Saludar al usuario.
- Identificarse.
- Hacer énfasis del motivo de su visita, explicarle que en el sistema se evidencia el no pago de la factura, por ende el motivo de la suspensión.
- Si el usuario manifiesta que la factura fue cancela, solicitársela.
- Si la factura está cancelada aplicar la nota correspondiente.
- Si la factura no está cancelada, notificar al usuario la suspensión del servicio y solicitarle que desconecte o apague los equipos electrónicos.
- Atender las solicitudes del cliente y en caso de desconocimiento, remitirlo a la oficina más cercana de empresa.
- En lo posible, tomar los datos del usuario para tener evidencia de la visita

El objetivo de esta actividad está en humanizar el servicio; si bien el funcionario debe cumplir con su labor, la diferencia está en cómo lo hace, es allí donde se recomienda proceder con calidez, amabilidad y en lo posible establecer cercanía con el usuario.

Ejemplo, ofrecer un dulce. Esto permitirá romper el hielo.

Usar frases que inicien con palabras positivas o que lleven al usuario al sí:

-¿Apreciado usuario, conoce usted las fechas de suspensión de la factura?

- Dependiendo de la respuesta proceder a indicarle en que parte de la factura encuentra la fecha de suspensión.
- Lamentablemente debemos cumplir con la actividad de suspensión, teniendo presente que se encuentra en mora.
- El usuario expondrá su punto de vista y tratará de evitar la suspensión, en este caso el contratista humanizará el servicio (hablará pausado, de manera cálida y respetuosa) e informará que el proceso de suspensión se realizará amparado en la ley 142, que entienden que es un proceso incomodo pero que ellos deben cumplir con la misma.
- Informar que tienen un plazo de 24 horas para que la empresa reconecte nuevamente el servicio una vez eliminada la causa de suspensión.

- Despedirse: Señor usuario, sabemos que esta actividad es un poco incomoda, tanto para usted como para nosotros, pero es la labor que debemos cumplir. Esperamos pueda comprendernos.

Es importante mostrar humildad o reconocimiento cuando sabemos que es un procedimiento que en últimas afecta el estado de ánimo de la persona, por lo tanto es prudente acertar con palabras positivas y no entrar en discusión.

Para estos puntos debemos atender las recomendaciones para manejo de clientes difíciles.

RECONEXIÓN

- Saludar al usuario
- Identificarse e indicar la labor que se va a realizar
- Verificar que el predio quede con servicio
- Si es posible tomar los datos del usuario para tener evidencia de la visita

Dar como mensaje final: señor usuario, en estos momentos su hogar cuenta con energía.

VERIFICACIONES

- Saludar al usuario
- Identificarse e indicar la labor que se va a realizar
- Verificar que el predio continúa suspendido de lo contrario remitir la orden a las cuadrillas de vehículo para realizar suspensión
- Si es posible tomar los datos del usuario para tener evidencia de la visita.
- Despedirse

PROCESO DE LECTURA

Es uno de los procesos más cercanos con la gente, no afecta el estado de ánimo de las personas porque no interfiere en la parte económica de los usuarios.

El colaborador/contratista que cumple este proceso puede interactuar con el usuario entregando información de la empresa o resolviendo inquietudes que ellos tengan sobre los diferentes servicios de la empresa.

Para ello, es importante que el funcionario esté frecuentemente informado de las eventualidades de la empresa, para que pueda resolver inquietudes y atender de manera amplia las dudas que posean. En últimas, brindar orientación básica del servicio.

PROCESO DE REPARTO

Es una actividad de contacto formal con el usuario donde se entrega la factura con los respectivos insertos publicitarios o se deja en la puerta de la casa.

Durante la visita el usuario podrá manifestar su inconformidad por el valor de la factura o por la entrega de los insertos, en este caso el colaborador entregará información de las líneas telefónicas u oficinas donde les puedes ampliar más sobre el particular.

- Saber direccionar a la gente
- Contestar con ligereza pero con amabilidad

Para este tipo de funciones que no son de choque con la gente, se recomienda atender diversas generalidades del manual. Asimismo, los demás puntos de manejo a cliente difícil dado el caso que se llegue a presentar.

BIBLIOGRAFÍA

- Protocolo atención al ciudadano, Consejo Profesional Nacional de Ingeniería, COPNIA, versión 1.
- Manual de Atención y Servicio al Usuario, Ministerio de Cultura y Juventud – Contraloría de Servicios.

- Protocolo Servicio al Ciudadano, Departamento Función Pública.
- Manual de atención al ciudadano, Alcaldía de Medellín.
- Política de Tratamiento de Datos Personales, Empresa de Energía de Pereira.

COPIA NO CONTROLADA

COPIA NO CONTROLADA