

# ¡Bienvenido!

---

Transmisión de audio disponible a través de su computadora. Si no le es posible escuchar el seminario web en su computadora, puede hablar por teléfono.

Número de teléfono (sin costo): **(855) 621-8944**  
ID de conferencia: **40517690**

# Mayor bienestar infantil a través de la participación familiar

---

## *Uso de conceptos de servicio al cliente para reclutar y desarrollar familias sustitutas*

Seminario web | 11 de junio de 2015

Maureen Heffernan, MSSA, LISW

*Consultora, Centro Nacional de Recursos para Reclutamiento Diligente en AdoptUSKids*

Rebekah Main

*Especialista en bienestar infantil tribal, Centro Nacional de Recursos para Reclutamiento Diligente en AdoptUSKids*

Angie McLeod Williams, LCSW

*Directora de permanencia en el Departamento de Servicios Humanos de Misisipi*



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

at AdoptUSKids

# Bienvenida y presentaciones

---

Jill Marshall May, Directora

Centro Nacional de Recursos para  
Reclutamiento Diligente en AdoptUSKids  
(NRCDR)

[jillmay@adoptex.org](mailto:jillmay@adoptex.org)

# Bienvenida y presentaciones

---

Maureen Heffernan, Consultora

Centro Nacional de Recursos para  
Reclutamiento Diligente en AdoptUSKids  
(NRCDR)

# Organización

---

- Este seminario web tiene una duración de 90 minutos, incluyendo tiempo al final para preguntas y respuestas.
- Grabaremos este seminario web y lo tendremos disponible en el sitio web de NRCDR.
- Se silenciarán sus líneas durante la presentación.
- Interactivo—puede hacer preguntas e interactuar con nosotras por medio del chat, así como participar en las encuestas.
- Nos interesan sus comentarios—habrá una evaluación al final del seminario web.

ReadyTalk Conferencing - Windows Internet Explorer

https://lax3.readytalk.com/interface/flashView.jsp?uri=services/lax3/core&uid36=6qvhu7&simple=true&mmid=0&flashSk=bdtyc3&flashDL=pond0-core&signed=false&jvm=FlashWIN\_10\_3\_181\_26

Hide Chat **Raise Hand** Full Screen ReadyTalk

# Función "levantar la mano"



Chat with Presenter:  
<Type Message Here>

Done Internet | Protected Mode: On 100% 2:01 PM 7/13/2011

Función de chat

# Agenda

---

- Resumen de los conceptos clave: influencia del servicio al cliente en los sistemas de bienestar infantil
- La práctica del servicio al cliente en las comunidades tribales
- Desarrollo e implementación de un programa de servicio al cliente en Misisipi
- Recursos para fortalecer el servicio al cliente
- Preguntas y respuestas

---

# Resumen de los conceptos clave: Influencia del servicio al cliente en los sistemas de bienestar infantil



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

*at AdoptUSKids*

# Cómo se aplica el "servicio al cliente" en la práctica del bienestar infantil

---

- ¿Qué significa "servicio al cliente" en el contexto del bienestar infantil?
- ¿Cuáles son los beneficios de un enfoque de servicio al cliente?
- ¿Por qué usar un enfoque de servicio al cliente durante el reclutamiento?
- ¿Qué terminología le funciona mejor?

# Desde la perspectiva del servicio al cliente: conceptos clave en la participación y el apoyo de padres adoptivos, de cuidado sustituto y consanguíneos

---

- Servicio al cliente: tarea de todos
- Clientes internos y externos
- El servicio al cliente como una cuestión sistémica
- Estándares del servicio al cliente para poner en marcha los objetivos del sistema
- La implementación importa

# Encuesta

---



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

*at AdoptUSKids*

# Factores que afectan a la continuidad de la relación entre padres de cuidado sustituto y agencias.

---

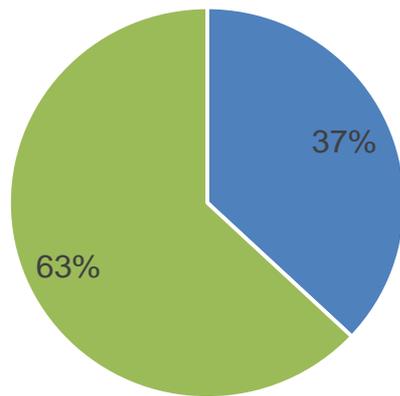
“Existen abundantes razones por las que unos padres de cuidado sustituto deciden abandonar el sistema, pero muchos de ellos lo hacen debido a la frustración y el cansancio. Están cansados de un sistema de adopción que se les presenta difícil e ineficaz”.

Rehnquist, J. (2002). Retener a las familias. Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE. UU.; Oficina del Inspector General.

# Razones por las que se abandona el sistema relacionadas con las agencias

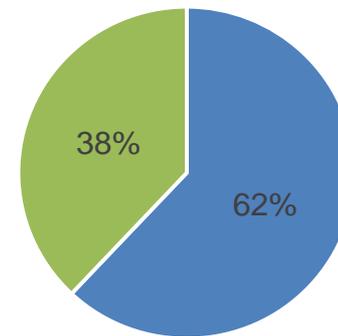
Incluyen relaciones no satisfactorias con los trabajadores e insensibilidad en el trato por parte de la agencia

Antiguos padres de cuidado sustituto



■ Relación con la agencia ■ Otras razones

Padres de cuidado sustituto que planean abandonar el sistema



■ Relación con la agencia ■ Otras razones

# La opinión de los padres de cuidado sustituto

---

*“Si los trabajadores nos trataran con respeto y amabilidad, haríamos cualquier cosa por ellos”.*

*- Miembro del grupo focal de padres de cuidado sustituto*

# Encuesta

---



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

*at AdoptUSKids*

# El servicio al cliente es tarea de todos

---

- El efecto sobre los niños y jóvenes bajo cuidado sustituto
- El papel de los trabajadores sociales, los líderes del bienestar infantil y el personal de reclutamiento y cuidado sustituto

# Conceptos clave— Clientes externos e internos

---

**Clientes externos**—personas con las que trabaja fuera de la agencia

- Jueces, personal del juzgado
- Proveedores privados
- Familias adoptivas, de cuidado sustituto y consanguíneas potenciales
- Sistemas de bienestar infantil centrados en tribus, estados, condados y cualquier otro
- Familias, jóvenes y niños
- Muchos más...

# Conceptos clave— Clientes externos e internos

---

**Clientes internos**—personas con las que trabaja, dentro de la agencia

- Supervisores
- Personal de TI y datos
- Personal de finanzas
- Recepcionistas y personal administrativo
- Trabajadores de otras áreas programáticas
- Familias adoptivas, de cuidado sustituto y consanguíneas

# Conceptos clave—Clientes externos e internos: ¡las familias adoptivas, de cuidado sustituto y consanguíneas se encuentran en ambas categorías!

---

Las familias adoptivas, de cuidado sustituto y consanguíneas juegan un papel único:

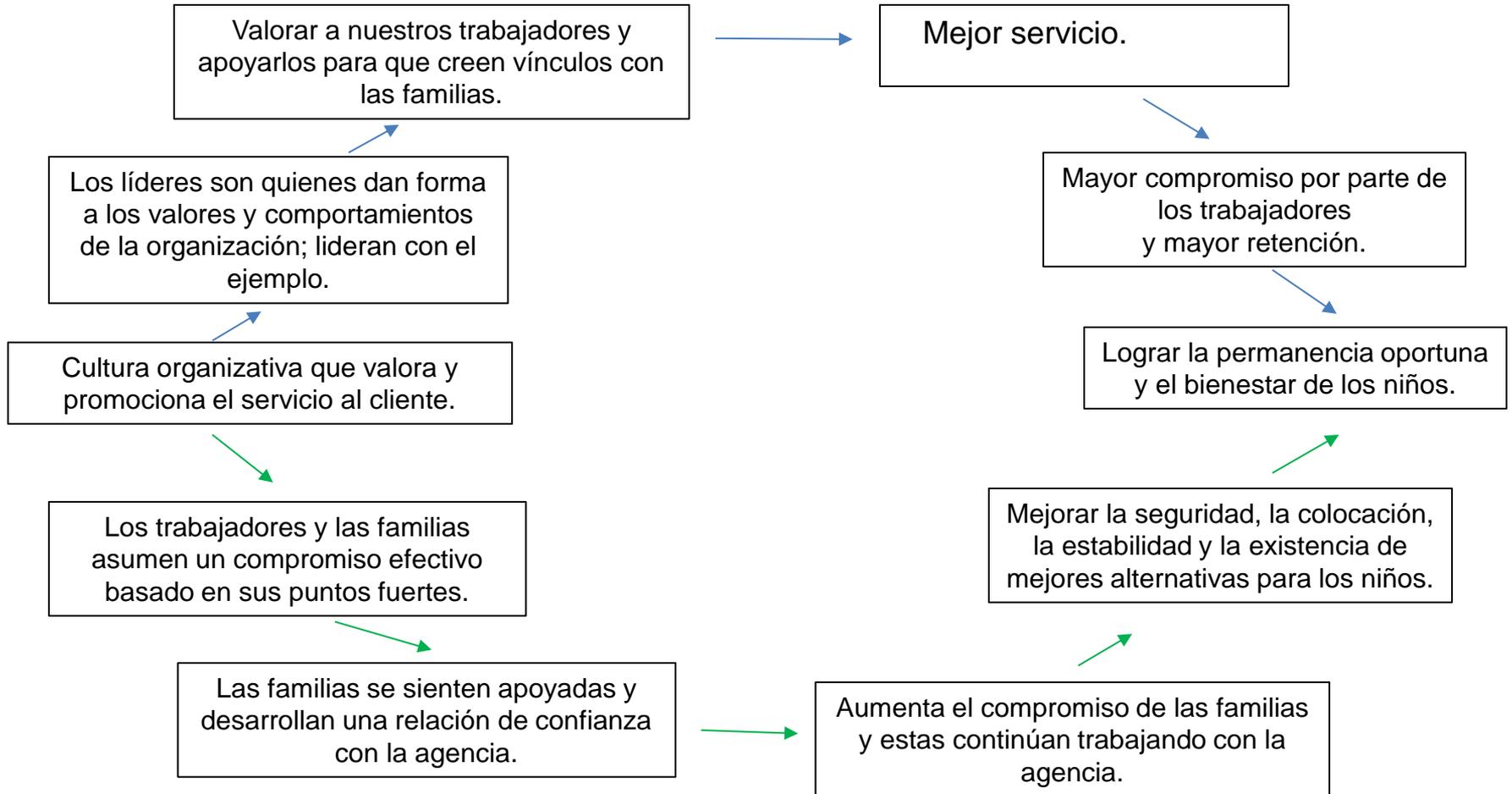
- Tienen las características propias de los clientes externos e internos.
- Con el paso del tiempo, pasan de ser interesados a socios potenciales y finalmente a socios completos.
- Su papel varía según su relación con la agencia y la dinámica propia de cada caso.

# Conceptos clave—Procesos paralelos para un mayor bienestar infantil

---

- Para poder prestar un buen servicio tanto a clientes internos como externos es necesaria una cultura organizativa que lo apoye.
- Cuando son los líderes y compañeros de trabajo quienes dan forma al servicio al cliente, es más probable que dichos principios sean aplicados a la relación entre el personal y las familias adoptivas, de cuidado sustituto y consanguíneas.

# Cómo se apoya a los trabajadores



# Cómo se apoya a las familias

# El Marco PRO de servicio al cliente: Un enfoque sistémico



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

at AdoptUSKids

# 10 Principios del Marco PRO

---

## Procesos

1. El buen servicio al cliente es tarea de todos.
2. Escuche la opinión del cliente.
3. Utilice la información de manera efectiva.

# 10 Principios del Marco PRO

---

## Relaciones

4. Las relaciones primero
5. Aliados en el servicio
6. Uso de poder

# 10 Principios del Marco PRO

---

## Organización

7. Atmósfera y cultura organizativa
8. Liderazgo basado en el empoderamiento
9. Estándares de servicio al cliente significativos

## PRO

10. Competencias centrales del servicio al cliente

# Estándares del servicio al cliente para poner en marcha los objetivos del sistema

---

- Reflejan las creencias y valores de la organización respecto al servicio y al trabajo colaborativo
- Ayudan a asegurar un servicio constante en su entrega y calidad
- Son específicos para el trabajo y el papel de cada trabajador
- Incluyen detalles y definiciones claros sobre el comportamiento que se espera de los trabajadores

# Ejemplos de áreas de interés para los estándares de servicio al cliente

---

- Seguridad
- Respeto y compasión
- Misión
- Autoridad y poder
- Capacidad de respuesta y rapidez de la misma

# Consideraciones clave a la hora de poner en práctica un enfoque basado en el servicio al cliente

---

- Comprender lo que los estudios sobre implementación nos han enseñado.
- Planificar el proceso de implementación, incluyendo a todas las personas y actores adecuados desde el principio.
- Invertir el tiempo necesario.
- Pensar en qué elementos y políticas del sistema actual promueven un buen servicio al cliente en su agencia o sistema de bienestar infantil. ¿Qué impedimentos podrían encontrarse?
- Conectar el trabajo de servicio al cliente con otras áreas.

# ¿Qué es lo que funciona?

## ¿Qué conduce al éxito?

---

Hemos observado cómo los sistemas de bienestar infantil tienen éxito al aplicar un enfoque de servicio al cliente cuando:

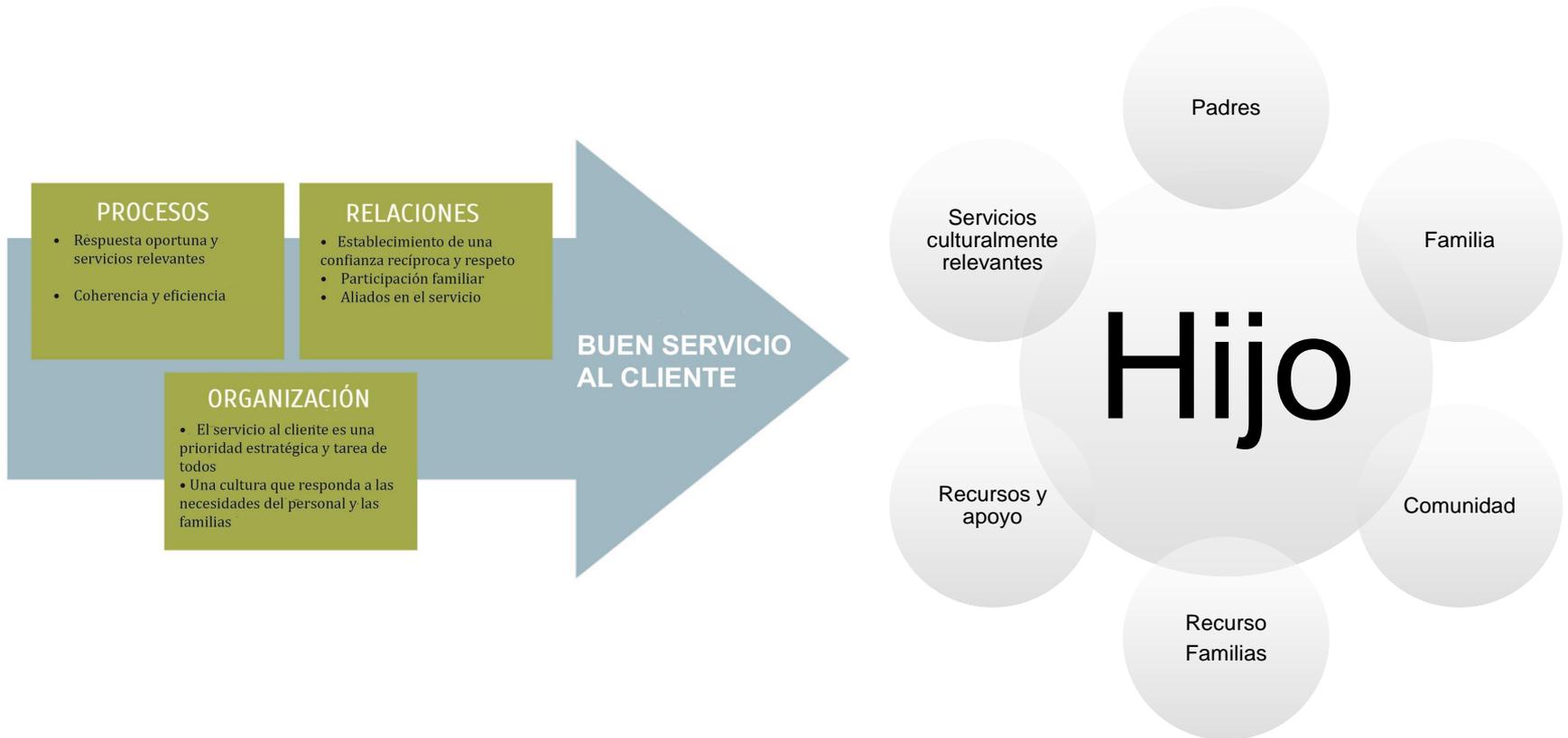
- Se establecen prioridades sobre qué áreas trabajar
- Se desarrollan, ponen en marcha y priorizan los estándares de servicio al cliente
- Se comprende y acepta que ciertas partes del trabajo se relacionan y afectan entre sí
- Se toma en cuenta la competencia cultural y se comprende lo que realmente desea el cliente

---

# La práctica del servicio al cliente en las comunidades tribales

Rebekah Main, especialista en bienestar infantil tribal  
Centro Nacional de Recursos para Reclutamiento Diligente en  
AdoptUSKids

# La práctica del servicio al cliente en las comunidades tribales



# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Procesos:** el buen servicio al cliente es tarea de todos.

Ejemplo:

- Todo el mundo desempeña un papel importante en su familia y en su comunidad.

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Procesos:** escuchar la opinión del cliente.

Escuchar a clientes internos y externos, respondiendo de manera que crezcan las oportunidades para los niños, las familias, el personal y la comunidad, puede resultar en una mejor comunicación, coordinación de servicios, toma de decisiones fundamentada, flexibilidad y más servicios culturalmente relevantes.

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Procesos:** escuchar la opinión del cliente.

Ejemplos:

- Prestar atención a lo que necesita la familia de cuidado sustituto para poder cubrir las necesidades de un niño o joven a su cargo.
- Ser flexibles para que los servicios puedan adaptarse a las necesidades de la familia.

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Relaciones:** las relaciones primero

Promocionar el respeto en el trato con clientes, personal, miembros de la comunidad y otras partes interesadas.

Ejemplos:

- Comprender a los niños y las familias.
- Supervisores y demás personal trabajando juntos.
- Si se tratara de su hijo o nieto, ¿cómo querría que lo trataran?

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Relaciones:** las relaciones primero

Ejemplos adicionales:

- La comunicación y el trabajo en equipo como herramienta para prestar servicios de apoyo respetuosos con las relaciones y vínculos familiares, así como atención a las necesidades incipientes.
- Crear una relación con la comunidad a través de eventos, compartiendo información sobre el papel de la agencia y proporcionando recursos.

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Relaciones:** aliados en el servicio

Ejemplos:

- Dar una formación interdisciplinaria al personal para mejorar el tiempo de respuesta.
- La toma de decisiones en familia involucra y empodera al personal y a las familias, promueve el trabajo en equipo y canaliza los esfuerzos dirigidos a las preferencias en la colocación.
- El uso de familiares directos o no directos como recursos certificados puede ayudar a proporcionar una formación en competencias culturales a las familias sustitutas.

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Relaciones:** uso de poder

Ejemplos:

- Mayor transparencia
- Hablar el lenguaje de los puntos fuertes y las preocupaciones

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

**Organización:** atmósfera y cultura organizativa

Ejemplos:

- Desarrollar políticas y procedimientos que promuevan unas prácticas culturalmente relevantes y un servicio al cliente sólido. Esto crea un ambiente propicio para que el personal preste un servicio al cliente de primer calidad y apoye a las familias sustitutas a la hora de cubrir las necesidades de los niños y jóvenes.
- Ofrecer oportunidades de formación continua para el personal.

# Principios del Marco PRO aplicados en las comunidades tribales

---

## Organización

Liderazgo basado en el empoderamiento

Ejemplos:

- Los supervisores pueden fomentar la formación continua y el empoderamiento del personal animándolos a dar lo mejor de sí mismos.
- El personal puede participar en la toma de decisiones en equipo, donde es bienvenida la opinión de todos y todos se apoyan.

# Valores culturales y servicio al cliente

---

Se puede formar al personal con base en valores culturales que también afectan a la prestación de servicios de bienestar infantil tribal, y con base en un buen servicio al cliente que inicia con el primer contacto y la prevención y continúa hasta la permanencia.

- Se pueden integrar enfoques culturalmente relevantes en las prácticas de bienestar infantil, de la misma manera que el servicio al cliente puede integrarse en la política y los procedimientos de los servicios prestados.
- El reconocimiento de los antecedentes culturales de una familia (niños, familiares y familia sustituta) puede ser clave a la hora de prestarle atención y apoyo.

# Información de contacto

---

Rebekah Main

Especialista en bienestar infantil tribal

Centro Nacional de Recursos para Reclutamiento Diligente en  
AdoptUSKids

[becky@adoptex.org](mailto:becky@adoptex.org)

(541) 553-2299 Oficina

(303) 304-3365 Teléfono móvil del trabajo

---

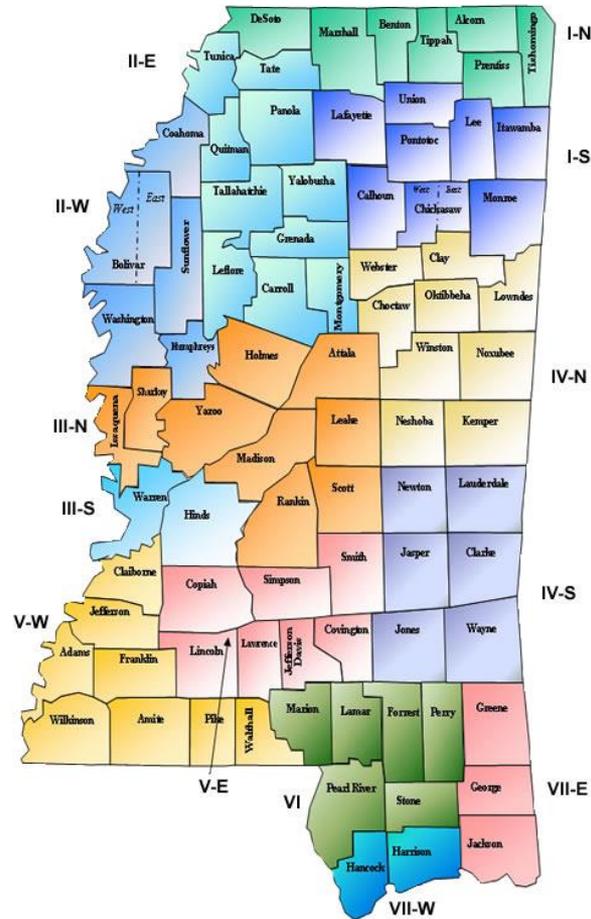
# Desarrollo e implementación de un programa de servicio al cliente en Misisipi

Angie McLeod Williams, LCSW, Directora de Permanencia del Servicio de Familias y Niños del Departamento de Servicios Humanos de Misisipi

# Encuesta

---

# Mapa regional de Misisipi



Este taller se creó de manera colaborativa entre MDHS y AdoptUSKids y fue desarrollado como parte de un subsidio de reclutamiento y retención diligente (MS GRITS).

El programa del taller fue desarrollado por:

Jessica T. Michael, LMSW, directora del proyecto de MS GRITS

Meredith M. Mayo, becaria de trabajo social licenciada por la MDHS,  
University of Alabama



El subsidio de reclutamiento y retención diligente está financiado por la Oficina de los Niños, perteneciente a la Administración de Niños, Jóvenes y Familias, del Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE. UU., con número de subsidio 90-CO-1052.



# 7 declaraciones de creencias

---

MDHS cree que:

- Las personas son buenas por naturaleza y quieren dar lo mejor de sí mismas.
- Construir relaciones en el trabajo, con nuestros clientes y en nuestras vidas en general, es uno de nuestros objetivos principales.
- Siempre podemos elegir cómo actuamos y cómo respondemos.
- Todo el mundo puede marcar la diferencia, independientemente de su puesto en la agencia.

# 7 declaraciones de creencias (continuación)

---

MDHS cree que:

- El aprendizaje continuo, la creatividad y el agradecimiento nos ayudan a ser la mejor versión de nosotros mismos.
- El entusiasmo es contagioso.
- Todos podemos hallar significado en el trabajo que hacemos y todos estamos aquí para servir. (Barbara Glanz)

# Definiendo a nuestros clientes

---

- ¿Quiénes son los clientes en lo que se refiere a bienestar infantil?
- Clientes externos (cualquier persona con la que hacemos negocios)
  - Clientes internos (cualquier persona de la agencia)

# Los principios de servicio al cliente de Misisipi

## "Las 5 R"

---

### Respuesta rápida

- Reaccionar de manera oportuna para cumplir con la responsabilidad de atender las necesidades identificadas

### Responsabilidad

- Ser honesto y confiable en todas las interacciones con los clientes y cumplir con los compromisos de reuniones

# Los principios de servicio al cliente de Misisipi

## "Las 5 R" (continuación)

---

### Respeto

- Interactuar con los clientes de una manera que los haga sentirse valorados, promoviendo la dignidad y el autoestima

### Relaciones

- Valorar el rol de cada familia, hijo y trabajador; y trabajar en equipo para lograr resultados positivos

### Reconocimiento

- Agradecer las aportaciones de cada miembro del equipo, de forma abierta y frecuente

# Sesión I

## Fundamentos del Servicio al Cliente

---

¡Respondemos a sus necesidades!

– En la práctica:

- Devolvemos llamadas telefónicas y respondemos correos electrónicos de manera oportuna.
- Los trabajadores atienden las necesidades del cliente; se aseguran de satisfacer sus necesidades.
- Cuando los trabajadores no conocen la respuesta, se lo comunican al cliente, pero también le dicen que se encargarán de investigarla si no la saben (y lo hacen, más tarde).
- Los trabajadores responden las preguntas del cliente o intentan buscar la respuesta; le dicen al cliente "Investigaré y volveré con una respuesta para usted".

# Más fundamentos

---

## Factores que dan una mala impresión

- Hacer al cliente esperar
- No responder el teléfono rápidamente
- Olvidar el "gracias" y el "por favor"
- Gritar o hablar de forma condescendiente
- Hacer muecas, fruncir el ceño, estar distante, no sonreír
- Estar desarreglado o que parezca que no te importa tu apariencia
- Un apretón de manos débil
- Enfocarse en otra tarea mientras hablas con un cliente o le brindas un servicio

# Servicio al cliente y Familias sustitutas

---

¿Quién es el responsable de apoyar a las familias sustitutas?

– La división cultural

- Personal de atención al público <> Personal de la adopción y el cuidado sustituto
- Desafortunadamente, cuando nos encontramos con esta división, muchas familias no reciben la información, el apoyo, y el seguimiento que necesitan para mantener las colocaciones y continuar con el cuidado sustituto o la adopción.
- El resultado directo: pérdida de familias sustitutas, colocaciones interrumpidas, un mayor impacto negativo en los niños, y menos hogares disponibles para ellos.

# Familias sustitutas: aliados, no empleados

---

Las familias sustitutas tienen un trabajo por hacer; sin embargo, ellos no "trabajan" para MDHS. No somos su jefe.

Las familias sustitutas son personas que se asocian con MDHS con el objetivo de brindar bienestar a los niños y sus familias.

Múltiples roles:

- Criar a los niños hasta que puedan reunirse con sus padres
- Trabajar con las familias biológicas para lograr la reunificación
- Trabajar en equipo con MDHS
- Es posible que eventualmente adopten a los niños

# Maneras en que las familias de cuidado sustituto influyen sobre el resultado de las revisiones de los servicios del niño y la familia (CFSR)

Elemento CFSR	El rol de las familias sustitutas
Resultado 1 de seguridad: Brindar protección a los niños contra el abuso y el descuido	Las familias sustitutas brindan hogares seguros y enriquecedores para los niños bajo su cuidado.
Resultado 1 de permanencia: Los niños tienen un hogar permanente y estable.	Las familias sustitutas mantienen a los niños en su hogar a pesar del reto que esto puede representar, y en ocasiones, con pocos servicios a su disposición. Brindan estabilidad y apoyo. Con frecuencia adoptan una vez anulada la patria potestad de los padres.
Resultado 2 de permanencia: Se preserva la continuidad de las relaciones y conexiones familiares de los niños.	Las familias sustitutas a menudo facilitan el contacto con miembros familiares, brindan un hogar a grupos de hermanos, y mantienen registros familiares y otro tipo de documentos históricos para los niños.
Resultado 1 de bienestar: Las familias son más aptas para atender las necesidades de sus hijos.	Las familias sustitutas pueden ser modelos y mentores importantes para los padres biológicos. Las alianzas en la crianza son vitales para lograr una reunificación exitosa y oportuna.
Resultado 2 de bienestar: Los niños reciben los servicios adecuados para satisfacer sus necesidades académicas.	Con frecuencia, las familias sustitutas identifican problemas educativos y son los primeros en atenderlos en las escuelas y con los mismos niños.
Resultado 3 de bienestar: Los niños reciben los servicios adecuados para satisfacer sus necesidades físicas y mentales.	Con frecuencia, las familias sustitutas identifican problemas médicos y emocionales y son los primeros en atenderlos con los médicos y los mismos niños.

# Lecciones aprendidas

---

- Un buen servicio al cliente debe ser una prioridad que venga desde arriba, en todos los niveles de la agencia.
- Los datos son importantes para establecer la necesidad de un buen servicio al cliente.
- Es indispensable tener buenas relaciones y una buena comunicación entre nuestro personal de atención al público y los trabajadores de la adopción y el cuidado sustituto.

# Puntos destacados y productos del proyecto

---

- Manual del servicio al cliente para los talleristas
- Presentación 'Verdades fundamentales del servicio'
- Formulario de seguimiento para recopilar las consultas sobre las familias sustitutas
- Ejemplos de encuestas:
  - Encuesta telefónica a padres sustitutos para ayudar a desarrollar servicios de apoyo
  - Encuesta al personal acerca de los recursos eficaces de reclutamiento

<http://www.nrcdr.org/diligent-recruitment/dr-grantees/2010-grantees/story?k=diligent-recruitment-and-retention-grant>

---

# Recursos para mejorar el servicio al cliente

# Recursos para mejorar el servicio al cliente



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR  
**DILIGENT RECRUITMENT**  
at AdoptUSKids

Home AdoptUSKids



Search



*About Us*

*T/TA*

*News and E-Notes*

DILIGENT  
RECRUITMENT

PLACEMENT STABILITY  
AND PERMANENCY

DIVERSE  
POPULATIONS

DEVELOP AND  
SUPPORT FAMILIES

CONTINUOUS QUALITY  
IMPROVEMENT

FOR  
TRIBES

Hay muchas publicaciones, herramientas y consejos disponibles en el sitio web NRCDR.

[nrcdr.org](http://nrcdr.org)



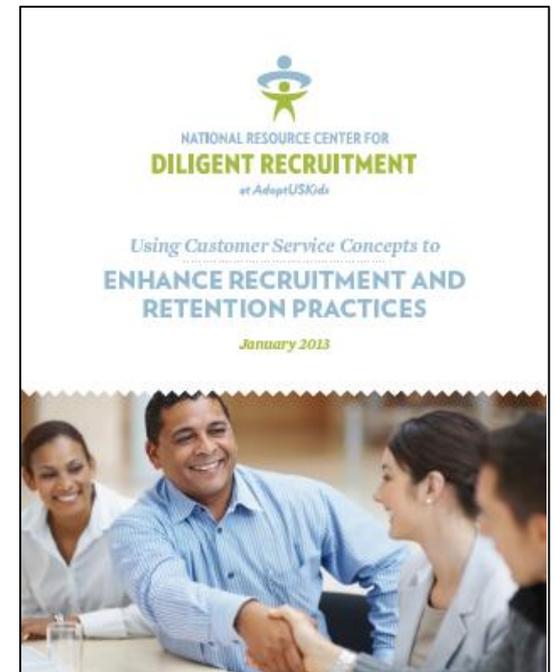
NATIONAL RESOURCE CENTER FOR  
**DILIGENT RECRUITMENT**  
at AdoptUSKids

# Publicaciones

---

- *Uso de conceptos de servicio al cliente para mejores prácticas de reclutamiento y retención*

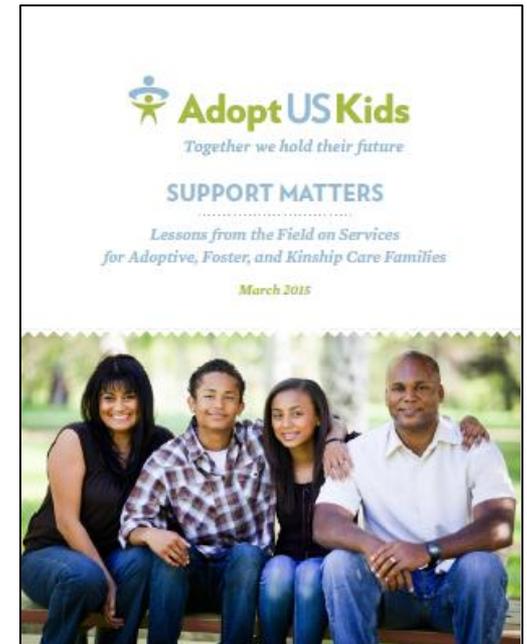
[http://nr cdr.org/\\_assets/files/using-customer-service-concepts-to-enhance-recruitment-and-retention-practices.pdf](http://nr cdr.org/_assets/files/using-customer-service-concepts-to-enhance-recruitment-and-retention-practices.pdf)



# Publicaciones

---

- *El apoyo es importante: lecciones aprendidas en el campo respecto a los servicios para familias adoptivas, de cuidado sustituto y consanguíneas*  
<http://nr cdr.org/develop-and-support-families/support-matters>



# Recursos informativos

---

- *Reclutamiento basado en datos: datos clave sobre las familias adoptivas y de cuidado sustituto.*

[http://www.nrcdr.org/\\_assets/files/NRCDR-org/data-driven-recruitment-110514.pdf](http://www.nrcdr.org/_assets/files/NRCDR-org/data-driven-recruitment-110514.pdf)

- *Seminario web: Reclutamiento diligente basado en datos: refuerce el uso de información de su sistema*

<http://www.nrcdr.org/news-and-e-notes/story?k=NRCDR-Webinar>



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

at AdoptUSKids

# Subvencionados en reclutamiento diligente

---

## Diligent Recruitment Grantees ▼

Highlights & Lessons Learned

2013 Grantees

2010 Grantees

2008 Grantees

<http://www.nrcdr.org/diligent-recruitment/dr-grantees>



NATIONAL RESOURCE CENTER FOR

**DILIGENT RECRUITMENT**

at AdoptUSKids

# Hojas de consejos

---

- *Cinco cosas que puede hacer para mejorar el servicio al cliente—interacciones telefónicas con familias*

[http://www.nrcdr.org/\\_assets/files/NRCRRFAP/resources/five-things-you-can-do-customer-service-phone-interaction.pdf](http://www.nrcdr.org/_assets/files/NRCRRFAP/resources/five-things-you-can-do-customer-service-phone-interaction.pdf)

- *10 cosas que puede hacer para mejorar el servicio al cliente—sesiones de orientación para posibles padres*

[http://www.nrcdr.org/\\_assets/files/NRCRRFAP/resources/10-things-you-can-do-to-improve-customer-services.pdf](http://www.nrcdr.org/_assets/files/NRCRRFAP/resources/10-things-you-can-do-to-improve-customer-services.pdf)

- *Todos los meses son el mes del servicio al cliente*

[http://www.nrcdr.org/\\_assets/files/NRCRRFAP/resources/every-month-is-customer-service-month.pdf](http://www.nrcdr.org/_assets/files/NRCRRFAP/resources/every-month-is-customer-service-month.pdf)

# Comuníquese con NRCDR

---

Para obtener más información sobre  
cómo podemos ayudar:

[www.nrcdr.org](http://www.nrcdr.org)

[nrcdr@adoptuskids.org](mailto:nrcdr@adoptuskids.org)

(303) 726-0198

---

# Preguntas y respuestas



# Adopt US Kids

*Together we hold their future*

888-200-4005 • [ADOPTUSKIDS.ORG](http://ADOPTUSKIDS.ORG)

*AdoptUSKids is operated by the Adoption Exchange Association and is made possible by grant number 90CQ0003 from the Children's Bureau. The contents of this presentation are solely the responsibility of the Adoption Exchange Association and do not necessarily represent the official views of the Children's Bureau, ACYF, ACF, or HHS.*

