

Tema 1: Atención al usuario. Técnicas de atención al público: habilidades básicas y comunicación interpersonal.

1. Introducción
2. Información general y orientativa
3. Sobre las expectativas de los usuarios
4. Comunicación asertiva en el servicio de Conserjería
5. Técnicas de comunicación asertiva
6. Habilidades básicas en la atención al público
 - a) En la atención presencial
 - b) En la atención telefónica
 - c) En la atención telemática

1. Introducción

La Universidad de Cádiz, como prestadora de servicios públicos relativos a la enseñanza superior, es plenamente consciente de que la calidad de sus servicios comienza por la atención que se le dispense al cliente. El contenido y traslado de una información veraz, clara y actualizada, con el fin de satisfacer las expectativas o necesidades concretas de sus usuarios, adquiere una importancia vital para el devenir de la institución.

La comunicación, como tarea de trasladar información a los usuarios de un servicio determinado, reviste múltiples formas en función del soporte utilizado para ello. La introducción de las nuevas tecnologías de la información ha supuesto para las organizaciones ampliar sus formas de comunicar más allá de las tradicionales.

La normativa actual de funcionamiento de las Conserjerías de la UCA establece como funciones propias de este servicio, entre otras:

3.1. Información al público

La Conserjería es la primera dependencia con la que el administrado entra en contacto cuando accede a algún centro universitario, siendo, por tanto, determinante en la creación del nivel de eficacia que el ciudadano atribuye a la Universidad.

Para ello, la Conserjería deberá estar físicamente ubicada junto a la entrada principal del Centro, debidamente señalizada, de forma que permita una rápida localización.

La información a suministrar por las conserjerías, que se realizará en persona o bien telefónicamente, tiene una doble vertiente:

a) Información inmediata sobre materias de carácter general que no supongan complejidad alguna (como pueden ser las de indicación de plazos para presentar solicitudes, fechas de celebración de actividades extraordinarias y, en general, aquellas otras que dentro de las características anteriores de inmediatez, generalidad y no complejidad, considere el Decano/Director y/o el Administrador del Centro).

Para ello, las distintas unidades (Secretaría, Administración, Negociados) facilitarán por escrito a la Conserjería la información general sobre las distintas áreas, entregando a las mismas los folletos e impresos necesarios para su posterior reparto al público que así lo solicite.

Un elemento importante a la hora de facilitar información es el tablón de anuncios. En todos los Centros y edificios de la Universidad existirán los tabloneros de anuncios que se consideren necesarios (para el alumnado, para el personal de Administración y Servicios, etc.), los cuales estarán en lugares visibles. El personal de Conserjería vigilará que estén en buen estado, colocará la información en los mismos y custodiará las llaves en el caso de que sean cerradas (vitrinas).

b) Indicar a los interesados las dependencias donde deban dirigirse para resolver los problemas que planteen.

El personal de Conserjería conocerá, facilitándole para ello por escrito la información correspondiente, la estructura orgánica no sólo de su Centro de destino (Secretaría, Administración, Biblioteca, etc.), sino también la de los Servicios Centrales de la Universidad (Servicios, Secciones y Negociados del Rectorado), a fin de facilitar una correcta información al público sobre la unidad competente para atender determinado problema.

2. Información general y orientativa

La información/orientación general es la raíz de la atención al usuario, la que se facilita para responder inicialmente a cualquier demanda. En muchos casos coincide con la única respuesta que el usuario demanda de la institución.

Suele ser información básica, rápida, orientativa, resuelta en el acto con los propios medios del servicio de Conserjería. Se constituye como el soporte para otros servicios más especializados o concretos. Abarca, pues, un gran número de respuestas breves.

La atención a este tipo de demanda de información general es competencia de todo el personal del servicio. Un buen servicio de información general precisa de personal bien formado e informado.

Es preciso, además, contar con los elementos necesarios para imprimir un plus de calidad al servicio, acorde a lo esperado de la institución que nos alberga: espacio estratégicamente situado y decentado, soportes suficientes para colgar/exhibir la información (tablones de anuncios, vitrinas, expositores, etc.), PCs con conexión a internet, impresora, teléfono, documentación impresa (folletos, hojas informativas, impresos, carteles, etc.), directorio del centro o edificio, etc.

Tener respuestas preparadas para preguntas comunes y frecuentes facilitan sobremanera el desempeño de las tareas de información.

3. Sobre las expectativas de los usuarios

Las expectativas de los usuarios son cada vez mayores. Una sociedad cada vez más formada e informada requiere de respuestas acordes a sus planteamientos, y se ha de estar preparado para ello.

El ideal de excelencia y calidad reside, sin duda, en superar esas expectativas. Ello no significa trasladar información o instrucciones innecesarias, pero sí dar una respuesta adecuada, completa, rápida y fiable, que aporte valor adicional a lo que sería una solución de trámite.

Entre las expectativas de los usuarios pueden citarse:

- **Eficacia:** obtención real de respuestas.
- **Inmediatez:** posibles plazos.
- **Facilidad:** simplicidad para rápido entendimiento.
- **Concentración:** encontrar la respuesta completa en un sitio.
- **Fiabilidad:** garantías sobre veracidad de la información recibida.
- **Trato personalizado:** atención a las peculiaridades del usuario. Desde los servicios de Conserjería se ha de ser consciente de que la imagen que los usuarios tienen de la institución depende en gran manera del trato personal dispensado por los responsables de la atención directa al público.

En definitiva, el usuario plantea interrogantes, nosotros debemos aportar respuestas. Atender esa necesidad de información de los usuarios, dar cumplida satisfacción a sus expectativas, es ser eficiente en el desarrollo de nuestras funciones.

Un elemento importante para que esta imagen no se distorsione es conocer con suficiencia la información que se va a dar y cómo trasladarla.

Para que una comunicación pueda considerarse como efectiva ha de cumplir con los objetivos puestos en el mensaje para así lograr el efecto deseado. Las estrategias o técnicas de una comunicación efectiva deben enfocarse en la eficacia de los elementos empleados. Así:

- **El emisor y receptor** como interlocutores de la comunicación, siendo el primero el que elabora el mensaje, y el segundo quien lo recibe, lo más importante es la comprensión y tolerancia de las diferencias individuales evitando la generalización y distorsión de la información.
- **El mensaje:** debe tener claridad y coherencia entre aquello que se persigue por el emisor, y el significado que ha de entender el receptor.
- **El canal,** como el medio en que se transmite el mensaje, debe ser el adecuado para una comunicación eficiente como, por ejemplo, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, conocidas como TIC.

4. Comunicación asertiva en el servicio de Conserjería

La RAE dice que asertivo es en psicología *“dicho de una persona: que expresa su opinión de manera firme”*.

En psicología, la asertividad se define como: *“la habilidad de expresar nuestros deseos de una manera amable, franca, abierta, directa y adecuada. Logrando decir lo que queremos sin atender contra los demás. Negociando con ellos su cumplimiento”*.

Interactuar de manera asertiva es una habilidad social que poseen ciertas personas a la hora de comunicar y defender sus propios derechos e ideas de manera honesta, objetiva, clara, adecuada y respetando las de los demás.

La asertividad, como forma de comunicar nuestras ideas, evita la agresividad y huye de la pasividad o docilidad que nos impide comunicar lo que sentimos. La asertividad, por tanto, hay que concebirla y entenderla como una habilidad que se trabaja, que se aprende.

Hay determinadas pautas que ayudan a ser más asertivo:

1. **Enviar mensajes claros.** Evitar dar vueltas sobre el tema y ofrecer explicaciones innecesarias, un mensaje conciso se comprende mucho mejor y evitará que ambos interlocutores se vayan por las ramas.
2. **Mantener la atención en el problema, no en la persona.** Un comportamiento o actitud no definen a una persona, no atacar ni enjuiciar, simplemente centrarse en el problema que se desea solucionar.
3. **Mostrar comprensión.** Para ser asertivo es necesario saber escuchar y comprender cómo siente o piensa la otra persona. Demostrar con el discurso que se ha escuchado y que se entiende el otro punto de vista.
4. **Hablar en primera persona.** Evitar los discursos impersonales que dan la sensación de no querer involucrarse demasiado en la situación. Utilizar a menudo el *“yo entiendo”*, *“yo siento”* o *“yo pienso”*. Así se evita que la otra persona se ponga a la defensiva. La diferencia entre decir *“no me siento respetado”* a *“tú no me respetas”* es importante para el devenir de una relación comunicativa.
5. **Reconocer errores.** Ser asertivo también supone saber admitir fallos. Ante una crítica, en vez de enfadarse, reconocer la cuota de responsabilidad y, solo después, explicar las razones.

Trabajar la asertividad en la comunicación es una de las habilidades deseables para cualquier trabajador de la Administración pública, sobre todo, en las unidades o servicios con un componente de atención al público importante.

En las unidades de Conserjería, como punto clave de información en los distintos centros y edificios de la UCA, la aptitud, como dominio y conocimiento, la seguridad, como elemento de credibilidad, y la actitud, como forma de trasladar, de comunicar la información demandada por clientes y usuarios, que den satisfacción a sus expectativas, resultan determinantes en la valoración que éstos se hagan de la Universidad.

5. Técnicas de comunicación asertiva

1. Técnica del disco rayado

La técnica del disco rayado consiste en repetir varias veces una afirmación sin modificar ni nuestro tono, ritmo y volumen, y sin intención de entrar en ninguna confrontación.

Ejemplo:

- No me estás escuchando. *“Sí le escucho, pero justo en este momento, estoy a la vez comprobando sus datos”.*
- No, no me prestas atención. *“Le repito que si le estoy escuchando, sólo estoy comprobando la información que me ha dado en este momento”.*

2. Técnica del banco de niebla

La técnica del banco de niebla consiste en otorgarle al cliente la razón pero no dejando lugar a continuar con el enfrentamiento o discusión.

Ejemplo:

- A día de hoy no me habéis solucionado el problema. *“Puede que tenga razón”.*
- ¡Claro que tengo razón! *“Es posible”.*
- ¡Claro que es posible! *“Ya, no se lo voy a negar”.*

3. Técnica para el cambio

Con esta técnica se intenta dar una visión global de la discusión relativizándola para reducir el nivel de agresividad y/o frustración.

Ejemplo:

- No te has enterado de lo que te acabo de decir. *“No le he escuchado con claridad porque estaba comprobando la información que me ha dado”.*
- ¡Cómo puedes decir eso! Además tengo prisa. *“Mire, con tranquilidad podremos solucionar esto, no obstante, sabe que esto requiere de un tiempo para poder hacerlo por lo que podemos valorar si le merece la pena continuar ahora o en otro momento. ¿Le parece bien?”*

4. Técnica del acuerdo asertivo

En este caso se intenta llegar a un acuerdo donde se confirma lo que se pueda considerar como error, pero dando como fundamento que en general, no es lo habitual.

Ejemplo:

- Cuantas veces lo tengo que repetir. *“Tiene razón al decir que le hemos pedido estos datos en varias ocasiones pero entenderá que tengo que comprobar que todo es correcto”.*

5. Técnica de la pregunta asertiva

Es contestar a nuestro receptor con una pregunta que pone en positivo lo que se está discutiendo dando además al cliente la oportunidad de afrontar en el mismo sentido la crítica o dificultad que nos haya planteado.

Ejemplo:

- Al final no me ha servido de nada. *“¿Qué cree que podríamos hacer para que esto no volviera a ocurrir?”*

6. Técnica de ignorar

Esta técnica se suele usar cuando en la llamada, el cliente, se muestra muy alterado o enfadado y es complicado mantener una conversación constructiva. En estos momentos tenemos que ser lo más empáticos posibles para no despertar ninguna impresión de agresión.

Ejemplo:

- ¡Estoy harto de que no me solucionen el problema! *“Ahora está de muy mal humor. De ahí que crea conveniente aplazar esta conversación para otro momento más idóneo”*.

7. Técnica del aplazamiento asertivo

Esta técnica la usamos cuando no somos capaces en ese momento de dar una solución o respuesta adecuada a la reclamación que nos hace el cliente. Se puede compaginar con la técnica del banco de niebla, si el cliente insiste mucho.

Ejemplo:

- Nunca me solucionáis ningún problema. *“No es la primera vez que me hace esta afirmación y como sabe ya hemos hablado en otras ocasiones de este mismo tema. Le propongo aplazarlo porque en este preciso momento estoy a la espera; pendiente de su reclamación”*.

6. Habilidades básicas en la atención al público

a) En la atención presencial

La atención presencial implica una comunicación inmediata: el empleado y el usuario intercambian mensajes de manera continuada, utilizando, además, el lenguaje no verbal. Por este motivo, es fundamental que el proceso de atención se desarrolle de la manera más adecuada y efectiva posible.

Para lograr que el proceso de atención presencial sea lo más satisfactorio posible tendremos en cuenta las siguientes consideraciones:

Intentar:

- Acoger y tratar al usuario de manera amable y cordial.
- Preguntar cuando no se está seguro de haber comprendido la necesidad del usuario y reformular las cuestiones importantes
- Mantener el orden en nuestras mesas y puestos de trabajo.

Evitar:

- Responder llamadas telefónicas mientras dure el proceso de atención.
- Interrumpir
- Sacar conclusiones precipitadas.

Cómo acoger al usuario

La acogida que se le dispense al usuario es muy importante, ya que le genera una primera impresión que es fundamental para el posterior desarrollo de la interacción. Mostrar disponibilidad es el primer paso para una buena acogida.

La atención al público ha de ser una prioridad sobre otras funciones de carácter más accesorio, o sobre las que se pueda posponer su desarrollo. Los puestos de atención al público deben estar siempre atendidos, estableciendo los turnos necesarios para ello.

Ofrecer ayuda, interesarnos por usuarios desorientados, dubitativos o expectantes son gestos que se agradecen. Así: “¿Puedo ayudarle en algo?”, “¿Está atendido?”, “¿Encuentra lo que busca?”

En todo inicio es oportuno que el empleado se identifique con su nombre. Así personalizamos la relación y generamos confianza.

La frase de apertura del diálogo que más se ajusta a una conducta asertiva del trabajador hacia el usuario podría ser: “*Buenas tardes/días, ¿en qué puedo ayudarle?*”. No se puede dejar a un usuario pendiente para atender a otro, así como hacerles esperar a que resolvamos asuntos internos.

Tener accesible, organizada y actualizada la documentación necesaria (folletos, impresos, horarios, listados, etc.), genera un clima de confianza en el usuario y de seguridad en el empleado.

Habrán situaciones en las que tengamos que derivar el problema o consulta a otro compañero, servicio o unidad. En estos casos, tendremos que asegurarnos de remitirlo al sitio adecuado. No caben respuestas de tipo “no lo sé”, o “no se puede hacer nada”. En última instancia recabaremos al usuario su teléfono o dirección de correo para informarle con posterioridad de los resultados de nuestras consultas. Así reafirmamos nuestro compromiso con la resolución del problema o consulta: “En cuanto tenga un momento, lo consulto y le llamo”, “Yo me encargo”.

Cómo comunicar e interactuar con el usuario

Los siguientes aspectos pueden afectar positiva o negativamente la interacción que se establezca con el usuario:

a) La actitud corporal:

- Mirar a los ojos.
- Saludar con la mirada.
- Sonreír y utilizar gestos que indiquen que estamos receptivos y abiertos.
- Utilizar una buena postura.

b) La expresión oral:

- **Saludar.** En la atención presencial debe ser el inicio de la comunicación.
- **Comunicar con claridad y simplicidad.** La forma de expresión debe ser todo lo clara y sencilla que permita una comprensión sin esfuerzo.
- **Emplear un tono de voz adecuado.** Ni muy alto (autoritario), ni muy bajo (inseguro).
- **Hablar pausado.** Que el usuario alcance a escuchar cada palabra.
- **Utilizar siempre la fórmula del “usted”.** Cuando menos en los inicios de la interacción.
- **Los mensajes concisos, directos y coherentes.**

c) La escucha activa y asertividad

Escuchar de manera activa consiste, básicamente, en enterarse de lo que el usuario dice, no de lo que nos parece que dice. A veces será necesario indagar para completar la información inicial recibida haciendo las preguntas pertinentes.

Saber escuchar implica:

- Tener la mente abierta.
- No pensar “Ya sé lo que me va a decir”.
- Estar relajado.

- Procurar tener una actitud positiva.
- Ser amable y demostrarlo.
- Pedir aclaraciones y preguntar en el momento oportuno.
- Expresar qué hemos entendido: *“Si no he entendido mal, Vd. me ha dicho que...”*.
- Ofrecer la información en su justa medida.

b) En la atención telefónica.

La atención telefónica también tiene carácter inmediato. Sin embargo, la comunicación se realiza únicamente a través de la palabra, por lo que es primordial, no sólo el mensaje comunicado, sino la forma de comunicarlo y, sobre todo, nuestro tono de voz.

Recomendaciones generales

- Sostener el auricular con la mano contraria a la que se utiliza habitualmente para escribir, con el fin de tener esa mano libre para anotar los mensajes.
- Cuidar el tono y el volumen de la voz.
- Vocalizar adecuadamente.
- Tener los documentos y material necesarios para una correcta atención de la llamada, cercanos y a la vista: directorio telefónico del resto del personal de la UCA, papel para anotar recados, web_uca accesible, etc.
- Evitar en la medida de lo posible los ambientes ruidosos que dificulten la concentración o que puedan interferir la llamada atendida.
- Ser educado con los usuarios, desprendiendo cordialidad y amabilidad.
- Ser positivo en la forma de expresión.
- Preguntar sobre cuestiones no bien entendidas.
- Intentar ser concreto en las informaciones que aportamos.
- Practicar la escucha activa mientras mantenemos la conversación, con expresiones del tipo *“sí”, “de acuerdo”, “entiendo”, etc.*

Sobre la recepción de llamadas

- Recomendable que el número de tonos no exceda de tres.
- Dar bienvenida, identificando la unidad y persona que le atiende: *“Rectorado de la Universidad de Cádiz, le atiende Juan Pérez, en qué puedo ayudarle?”*
- Como norma general se pedirá, si el interlocutor no lo ha hecho antes, que se identifique: *“Podría decirme su nombre, por favor”, “Con quién hablo, por favor”*
- En cuanto a su demanda de información, se valorará si estamos en condiciones de satisfacerla:

- a) Proporcionándole la información, si se dispone de ella.
 - b) Si no se dispone de la información requerida, se le informará que su consulta será derivada a la unidad o persona competente mediante transferencia de llamada.
 - c) Si no se dispone de la información requerida, y en esos momentos no se puede transferir la llamada, se le preguntará si desea esperar, o bien se le pedirá que llame más tarde, o se le llamará en cuanto esté disponible.
- Anotaremos su mensaje.
 - Si se puede transferir la llamada a la persona requerida, se le informará de la identidad del interlocutor y del motivo de la misma.
 - Se recomienda agradecer la llamada realizada, independientemente de su contenido o conclusión.

Sobre la realización de llamadas

- Toda llamada telefónica que realicemos en el desempeño de nuestra función pública habrá de ser planificada previamente estableciendo el objeto de la misma.
- Se iniciará con el correspondiente saludo y procedemos a identificarnos. Exponemos a continuación el motivo de nuestra llamada: *“Buenos días, soy Juan de la UCA y le llamo por...”*, *“Por favor, podría ponerme con...”*, *“Por favor, me gustaría hablar con...”*, *“Por favor, podría informarme de ...”*
- Se agradecerá la atención recibida: *“Gracias por su ayuda, Buenos días/tardes”*

c) En la atención virtual o telemática

El correo electrónico es uno de los medios de comunicación más utilizados en las organizaciones, y por supuesto en la UCA. Los buzones electrónicos son otro mostrador más de atención al usuario. La recogida de demandas y el suministro de respuestas por esta vía debe estar prevista y organizada.

Por ello, la primera recomendación debería ser el revisado regular durante la jornada de trabajo, así como el dar respuesta inmediata a las consultas o solicitudes que nos realicen por este medio. Aplicable tanto a la cuenta de correo personal como a la institucional conserjería.tal@uca.es.

En caso de respuesta que requiera tiempo para su elaboración, se le hará saber al usuario de esta circunstancia: *“Tomamos nota de su solicitud, estamos trabajando en ella, en cuanto se resuelva se lo comunicamos, muchas gracias”*.

Recomendaciones generales

- El acuse de recibo a la recepción de mensaje de correo electrónico es muy importante, ya que transmite interés en la interacción: *“Buenos días, mensaje recibido correctamente. En breve le daremos respuesta a su planteamiento. Gracias por contactarnos. Un cordial saludo”*.
- El asunto describirá someramente el contenido o cuerpo del mensaje: *“Sobre plazos preinscripción en el CMU”*.
- El cuerpo del mensaje deberá ser claro, concreto y ajustado a lo solicitado: *“En relación a su solicitud, le informamos que los plazos para solicitar plaza en el CMU son...”*.
- Para el cierre o despedida: *“Esperamos haber dado respuesta a su planteamiento. Si no es así vuelva a contactarnos”*. Atentamente, Servicio de Recepción del CMU. Al final del correo es importante que aparezca siempre el nombre completo del remitente (persona o unidad), puesto y número de teléfono.
- En caso de mensaje con múltiples destinatarios, estos se incluirán en Destinatarios en copia oculta (CCO)