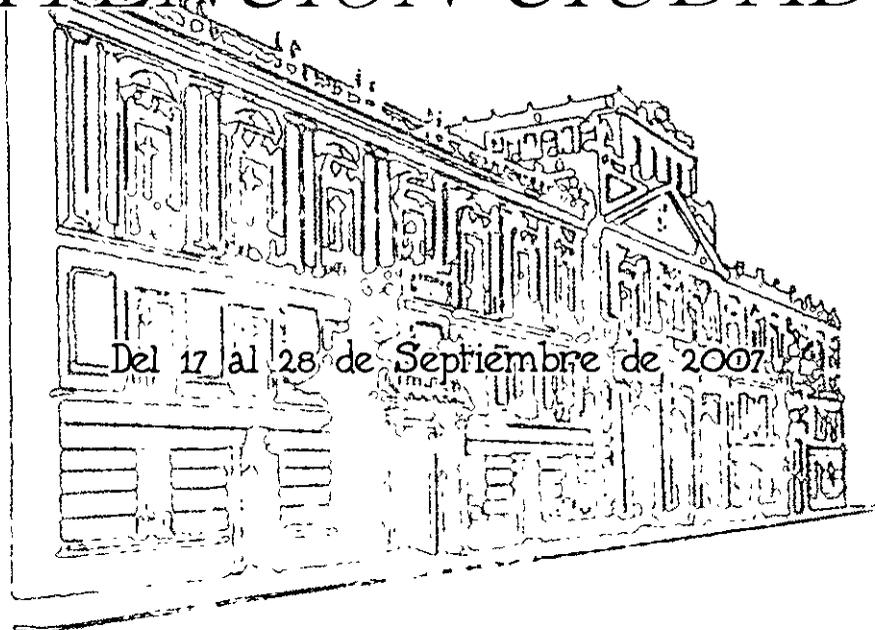




FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA ATENCIÓN CIUDADANA



APUNTES GENERALES

CI - 215

Instructor: Lic. Luis Manuel Rodríguez Jaimes
GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
Septiembre de 2007



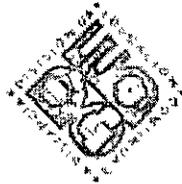
CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA ATENCIÓN CIUDADANA





CONTENIDO

Presentación	4
Objetivo General	5
Introducción	6
1. Conciencia; Valores y Actitud de servicio	7
2. El placer de servir	14
3. Calidad en el servicio	18
4. Comunicación asertiva	26
5. Manejo efectivo del estrés	29
6. Manejo del usuario disgustado	36
7. Liderazgo en el servicio	40
Bibliografía	42



PRESENTACIÓN

En la última década la importancia de la calidad de ha extendido a toda organización, esta tendencia propone una mentalidad de cambio y de transformación en los modos de hacer y actuar que indudablemente brindarán infinidad de beneficios a todos como usuarios o **servidores**, pero así también, requerirá de esfuerzo de cada uno de nosotros.

En este sentido, se ha diseñado este manual correspondiente al curso de “Calidad en el Servicio”, que siendo parte de una serie de cursos pertenecientes al área institucional del modelo curricular de capacitación, responde a la necesidad de cultivar dicha mentalidad en los servidores Públicos.

Su elaboración ha sido el resultado del estudio, la experiencia y su finalidad es de apoyar de manera efectiva tu proceso de cambio a favor de una cultura de calidad al interior de nuestra institución.

Esperamos con esto fortalecer tu profesionalismo para beneficio de ti mismo y de nuestra sociedad con la que, como servidores públicos, estamos cada día más comprometidos a brindarle un mejor servicio.



OBJETIVO GENERAL

Al término del curso, el participante determinará los estándares de desempeño necesarios para medir, controlar y mejorar el servicio que proporciona, contribuyendo con ello a mejorar la calidad y calidez de los servicios que presta, así como el logro de los propósitos de su área de trabajo.

"La calidad empieza por la educación y
Termina por la educación."

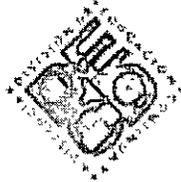
K.Ishikawa



INTRODUCCIÓN

El presente manual ha sido diseñado para que cuentes con la información básica que complementa tu formación institucional hacia el fortalecimiento de una cultura de **Calidad en el Servicio**, este documento está compuesto por temas que te permitirán afianzar conceptos relacionados con la Ética, el Servicio y los Estándares, todos ellos de suma importancia para comprender el nuevo modelo de servicio señalado por el Gobierno de la Ciudad, que está dirigido para todos los Servidores Públicos.

Podrás también comprobar tu propio aprovechamiento durante este curso, con los ejercicios y dinámicas con las que trabajarás. De esta forma te asegurarás del dominio que tienes de los conocimientos básicos tratados en cada uno de ellos.



TEMA. 1. CONCIENCIA, VALORES Y ACTITUD DE SERVICIO

OBJETIVO PARTICULAR

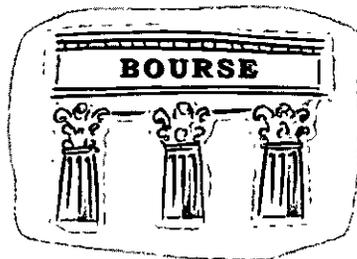
Reconocer el conjunto de valores y perfil de actitudes que orientarán la conducta como servidor público.

CALIDAD EN EL SER

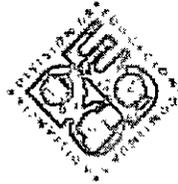
“La sociedad actual vive una aguda crisis de actitudes y el único antídoto es asumir una actitud que rescate los valores olvidados”

Patiño Gil Humberto

Para iniciar este tema, hemos pensado tomar en cuenta la percepción que tienen los usuarios respecto a los servidores que brindan los servicios, pues son ellos quienes mejor que nadie pueden decirnos de que manera estamos haciendo las cosas. En tal sentido, la técnica de análisis momentos de la verdad podrá aportarnos información interesante.



Un momento de la verdad lo entendemos como “todo aquel evento directo o indirecto mediante el cual una persona entra en contacto con el personal o con algún aspecto o mensaje de una institución, creándose una impresión de ella.”



Por ejemplo, uno de nuestros usuarios puede tener varios tipos de contactos:

- Con el personal de vigilancia
- En la ventanilla
- Con el personal de limpieza
- Con las instalaciones
- En los trámites
- En el trato con el personal de la Institución
- En las charlas que sostenga con los miembros de la Institución
- Mediante los boletines carteles o mensajes que recibe de los medios masivos de comunicación, etc.

Y a partir de todos ellos, formarse una opinión propia acerca del servicio que recibió.

Es evidente que a través de encuentros como éstos, nuestra institución entra en contacto permanente con decenas, cientos y miles de usuarios cada día.

Imprime, mediante cada uno de esos contactos, una imagen – Positiva o negativa- dependiendo de cómo se haya brindado el servicio.

Es percibida finalmente como la suma de todas las impresiones que los usuarios se llevaron al término del servicio.



LOS VALORES UN REQUERIMIENTO DE LA MODERNIDAD

¿Qué son los valores?

En términos generales, valor es la cualidad por la que una persona, una cosa o hecho despierta mayor o menor aprecio, admiración o estima. Es decir, un valor nos indica la importancia, significación o eficacia de algo.

¿Qué son las actitudes?

Las actitudes son tendencias o disposiciones adquiridas que disponen a percibir de un modo determinado un objeto, persona, suceso o situación y actuar consistentemente frente a ello. En esta conducta intervienen componentes relacionados con el carácter, el conocimiento y los sentimientos del individuo. Las actitudes implican juicios evaluativos. Así, mientras más enraizado este el valor que se refleja, más consistente será la actitud.

Al analizar la calidad de nuestros servicios mediante los momentos de la verdad, regularmente nos encontramos con algunas actitudes y mentalidades que de una manera u otra, son ajenas al espíritu de la calidad. Tal situación nos revela que el sentido del deber y del cumplimiento en el trabajo son débiles y esto debe llamar nuestra atención, pues se trata del estado en el que se encuentra la moral de un grupo de trabajo, y si queremos alcanzar mejores niveles de desempeño, es necesario reconocer y enaltecer los valores que nos inspiren e impulsen a actuar de una manera más comprometida para servir a los demás.



Pero el entorno que nos rodea posiblemente nos a llevado a perder el interés en este tipo de cuestiones. Por ejemplo, le hemos dado una mayor importancia al desarrollo de la ciencia y tecnología que nos aporta beneficios notables a nuestra civilización, pero que no se ha complementado con los valores para el bienestar integral del hombre. El problema se centra en el desequilibrio entre los objetivos de la competitividad (eficiencia, rapidez, precisión, etc.), con los objetivos propiamente humanos (lealtad, fraternidad, honradez, etc).

Estos acontecimientos propios de nuestra época nos están llevando hacia un camino en el que el sentido común parece decirnos que a más modernidad, menos moralidad, entendiendo esta como un freno, como el conjunto de normas, tabúes o prohibiciones relacionados con el pasado y que impiden el libre desarrollo del hombre de hoy.

Los tiempos de hoy exigen el reto de ampliar nuestros horizontes y por ello es necesario fortalecer nuestros valores humanos e insertarnos a la dinámica de la modernidad en un sentido amplio de la palabra, es decir que incluya también nuestra naturaleza humana. Sólo de esta forma lograremos un auténtico progreso que garantice el desarrollo de nuestras potencialidades de las cuales podamos esperar la calidad que buscamos. Estamos convencidos de que de su libre decisión, de su convencimiento, de su compromiso y de sus actitudes.

**LA CALIDAD HA DE GENERARSE SOLO A
PARTIR DEL INTERIOR DEL HOMBRE**



Al proponernos esta tarea saltan inmediatamente a la mente las siguientes preguntas:

¿De qué manera puede beneficiarnos el promover y cultivar los valores? ¿Cómo cultivar valores humanos y conciliarlos con la actual dinámica del progreso? Y finalmente, ¿cómo desarrollar algo que no es material sino esencial?. Para dar respuesta a estas preguntas, es básico conocer la naturaleza humana que poseemos.

La naturaleza moral en el hombre.

El hombre básicamente es un ser con cuerpo, mente y alma. Su cuerpo, o bien, su naturaleza biológica se compone de todas las funciones que le permiten vivir; pero también su alma presenta cualidades propias que lo diferencian de los animales, y lo hacen ser **HUMANO**.

Por su capacidad de juicio el hombre ha podido dar cierto valor a todas las actividades que realiza. En un sentido práctico, **VALOR** es el mérito que le damos a las cosas por su aptitud idónea para satisfacer nuestras necesidades y proporcionar bienestar. Por otra parte, en un sentido más esencial, **VALOR** también es lo que se considera importante, estimable y necesario porque nos hace sentir bien y eleva nuestro espíritu, con nuestra experiencia se va amando, cuidando y trabajando.

LA ACTITUD ES SU CLAVE PARA EL ÉXITO

El factor clave para un servicio de calidad al usuario es su **ACTITUD**.



La actitud en su postura mental en relación con los hechos o, simplemente, la manera en que usted ve las cosas.

Hay cinco importantes aspectos acerca de la **ACTITUD** que usted debe recordar siempre.

1. Su actitud hacia los usuarios tiene influencia en su propio comportamiento, no siempre se puede esconder lo que se siente.
2. Su actitud determina qué tan satisfecho se siente en su trabajo.
3. Su actitud afecta a todos los que tengan contacto con usted, ya sea en persona o bien por teléfono.
4. Su actitud no sólo se refleja en su tono de voz, sino también en la forma en que usted se para o se sienta, en la expresión de su cara, así como en otras formas no verbales.
5. Su actitud no está predeterminada; la actitud que usted decida demostrar depende de usted.

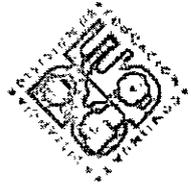
Cada vez que usted habla con alguien puede escoger entre reflejar una actitud positiva y dinámica, u otra menos deseable. No siempre es tan fácil ser positivo.

Hay situaciones en el trabajo que pueden afectar negativamente su actitud. Alguien con quien usted trabaja puede recibir un impacto negativo que afecte su actitud, su carga de trabajo puede



ser pesada o producir tensión, o determinados clientes pueden ser exigentes en su trato. Todos estos factores afectan su actitud.

Usted probablemente a tenido días en los que al iniciar se siente maravillosamente. Sin embargo, con forme avanza el día su sentimiento de bienestar empieza a desaparecer, es entonces cuando tenemos que trabajar con una actitud positiva, y lograr él termino del día sea positivo y provechoso.



TEMA 2. EL PLACER DE SERVIR

OBJETIVO PARTICULAR

Reconocer y valorar el placer e importancia de servir de una manera eficiente y con calidad.

¿Qué significa servir?

En pocas palabras es brindar lo mejor de uno mismo.

El significado de este término se ha desvirtuado, en nuestra cultura la palabra servicio ha adquirido connotaciones negativas como las siguientes:

- Sirve el humilde
- Sirve el que no tiene
- Sirve el de abajo
- Sirve el que tiene que obedecer
- Sirve el que n o es importante

¡Pero esto no tiene que ser así! , es de vital importancia revaluar y renovar la palabra servicio.

- ✓ El servicio representa la máxima expresión del comportamiento humano.



- ✓ El servicio puede ser fuente inagotable de satisfacción personal
- ✓ El servicio puede ser el factor unificador de una institución.
- ✓ El servicio Puede convertirse en una fuerza muy potente de energía interior y desarrollo personal.

Las personas que no pueden adquirir mas bienes, cuando quieren trascender, terminan haciendo donaciones o creando fundaciones es decir sirviendo.

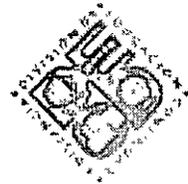
En conclusión al servir se incrementa mi valor como persona, servir genera satisfacción y alegría.

“EL SERVICIO ES ALGO QUE ENALTECE”

“SOLO NOS QUEDAMOS CON LO QUE DAMOS”

Actualmente toda empresa o institución que desee colocarse a la vanguardia de su ámbito de actividad debe implementar programas de calidad, bajo pena de quedar rezagado o de plano dejar de existir, ya que estamos viviendo una época de grandes cambios y gran competencia, en donde sobresale o tiene éxito quien está dispuesto a esforzarse para lograr un mejoramiento continuo. Se trate de personas u organizaciones.



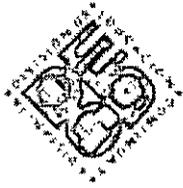


Nuestro país está enfrentando una crisis donde ya no es posible soslayar la calidad, la globalización de los mercados está presionando para que los productos y servicios sean baratos y mejores, pero, sobre todo, en este momento una gran diferencia la está marcando el servicio al usuario entendiendo como un valor agregado, como la imagen de la institución y como el respaldo a la inversión del usuario, por lo que el único camino para lograrlo es hacer empresas y entidades públicas altamente productivas.

La búsqueda de la satisfacción de las necesidades de la organización ha evolucionado a través de diferentes etapas históricas, siendo en la actualidad factor prioritario en los servicios al Público. Esto genera un cambio de gran alcance y brinda la oportunidad de que las organizaciones se orienten al usuario, por eso se dice que "La cultura de las organizaciones en estos años es un enfoque de servicio y calidad".

Por lo anterior, se hace necesario para las organizaciones el establecer las políticas y procedimientos que le permiten saber, cual es la cultura nueva deseada y de esta forma sí es necesario cambiar o a clarar su proceso de mejora. La resistencia al cambio es una de las principales barreras que cualquier institución se encuentra cuando se pretenden modificar acciones que han de facilitar el cambio hacia modelos de calidad y servicio.

Hay dos rumbos que permanecen abiertos para todo el ser humano: él yo o el servicio. El debe elegir para sí cuál será su verdadero lema. Él yo es el más cómodo; el servicio involucra sacrificio por sí



mismo. Pero cuando éste lo practique de la mejor forma posible para expresar su amor, es seguro que la vida para él será una posesión muy real y feliz.

Los resultados que se pueden esperar de este evento dependen directamente del compromiso personal y de grupo, mismo que estará medido con base en las actividades y acciones que se emprenden. Lo que ayuda a consolidar el aprovechamiento de los recursos de la institución y al desarrollo humano.



TEMA 3. CALIDAD EN EL SERVICIO

OBJETIVO PARTICULAR

Reconocer el concepto y beneficios de la calidad dentro de la institución.

Concepto de calidad

La calidad de vida es el reto de la economía de servicios. El concepto de calidad apunta hacia la satisfacción de los clientes (consumidores intermedios y finales), y supone la calidad de servicio.

Los bienes capaces de satisfacer las necesidades económicas son, de acuerdo a su contenido, de dos clases:

- Tangibles
 - Intangibles
1. Los bienes tangibles: estos productos tienen una cualidad física material ejemplo automóvil, casas, TV, etc.
 2. Los bienes intangibles son (se denominan también servicios), su estructura no es material se trata de actos que recibe el sujeto o sus pertenencias y que a través de los cuales quedan solucionados sus problemas, carencias o sentidos.



La calidad debe definirse como cumplir los requisitos

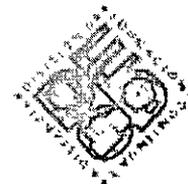
Existen tres reglas para el cumplimiento de la calidad:

- Primer principio absoluto: mejorar la calidad y eliminar los problemas de manera simultánea.
- El mejoramiento de la calidad se alcanza haciendo que todo el mundo haga las cosas bien desde la primera vez.

Estos se subdividen en tres tareas a realizar:



- a) Establecer los requisitos que deben de cumplirse por parte de los empleados
 - b) Suministrar los medios necesarios para el cumplimiento de los requisitos.
 - c) Dedicar todo su tiempo a estimular y ayudar al personal a dar cumplimiento de dichos requisitos
- Segundo principio absoluto: el sistema de la calidad es la prevención



- Tercer principio absoluto: el sistema de calidad es la premisa de cero defectos en su realización.

Definición de calidad

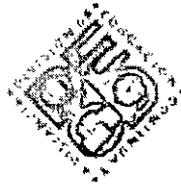
Se entiende la calidad, en definición de la *American Society for Quality Control*, como: “La totalidad de funciones y características de un servicio que determina la capacidad para satisfacer las necesidades de un cierto grupo de usuarios”.

La calidad total

Este término es una creación Japonesa. Esta doctrina de la calidad es una creación norteamericana, que uno de sus iniciadores e introductor a Japón de estas ideas es el Sr. Ian Deming, y ciertamente los Japoneses han sido los alumnos más aventajados.

Pero la primera aproximación al concepto de calidad total se debe a Arman Feigenbaun.

Control total de calidad se concibe como una actitud intelectual y vital dirigida a remover todas las energías de la empresa u oficina en busca de unos niveles excelentes de respuestas a las necesidades de clientes o usuarios, la calidad total es una filosofía directiva que implica la participación general del personal de la empresa u oficina cualquiera que sea su nivel, y que pone el énfasis en la satisfacción del cliente y la mejora continua.



Definición del Sistema de Calidad Total

Un sistema de calidad total es la estructura de trabajo operativa acordada en toda la oficina o negocio, documentada con procedimientos integrados técnicos y administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, para asegurar la satisfacción del cliente.

¿QUÉ ES EL SERVICIO?

El vocablo proviene de servus que para los antiguos significaba estar a las ordenes de otra persona, en la actualidad se entiende como el acto de satisfacer una o varias necesidades del ser humano.

DEFINICIÓN DE SERVICIO

Del vocablo “servus” que significa estar a la orden de otra persona, servicio es una actitud que procura el bienestar social y personal. En conclusión en servicio es el producto del intercambio del bienestar (Jan Calzon).

Servicio es el resultado que genera una institución o área orientada a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, que están dentro de sus funciones como misión prioritaria.

Conceptos fundamentales del servicio:

- El servicio excelente comienza por arriba
- El servicio es responsabilidad de todos
- La mayoría de los errores que se cometen en el área de la calidad son culpa de los sistemas y procesos, no de las personas.



Retribución a la actitud de servicio:

La retribución resultante, es la reacción ante el servicio recibido. A toda acción corresponde una reacción... este principio físico se aplica también en la sociedad. En este caso la reacción puede denominarse reconocimiento o recompensa. La comunidad retribuye al servidor. "el reconocimiento proporciona una gran satisfacción".

Características de un buen servicio

- Cortés
- Servicial
- Cuidadoso
- Educado
- Amable
- Accesible
- Considerado
- Diligente
- Cooperador
- Acertado
- Honesto
- Esperanzador
- Fiable
- Que ayuda
- Comprensivo
- Preocupado
- Competente

El buen servicio y la cortesía van de la mano, a continuación se citaran algunas de las frases que conviene usar durante el servicio, las cuales demuestran cortesía.

- a) Buenos días (según el caso)
- b) ¿Me permite ayudarlo?
- c) Estamos a sus ordenes
- d) Perdóneme la tardanza
- e) Estoy para servirle
- f) Puedo ayudarlo en algo



NOTA: Esta serie de reglas normas y recomendaciones son una guía para el encargado de algún puesto que tenga trato directo con el público.

Requisitos para el servicio

En la industria, comercio y el gobierno el servicio que se les ofrece a los usuarios es muy importante puesto que de el depende la imagen y funcionalidad del negocio u oficina, para poder brindar cualquier tipo de servicio hay que tomar en consideración materias como son:

Las relaciones Humanas, La comunicación etc., entre otras la capacitación y creatividad en el trabajo, es un conjunto que nos sirven para alcanzar la meta.

A continuación se mencionaran algunos requisitos para llevar a cabo estas funciones.

En primer lugar.

El nivel académico que se desea para dicha función (Esta la establece el departamento de recursos humanos), el perfil académico de cada puesto.

En segundo Lugar:

Enlistaremos aspectos personales que los empleados deberán observar.



Aseo Personal:

- a) Acostumbrar baño diario
- b) No usar lociones de olor Fuerte.
- c) Presentarse al trabajo bien rasurado.
- d) Aunque en algunos lugares no está permitido el bigote, en caso permitido se debe usar corto.
- e) Usar el cabello corto.
- f) Conservar siempre un buen aliento, no comiendo en horas de trabajo (el aliento alcohólico en algunos lugares es causa de despido).

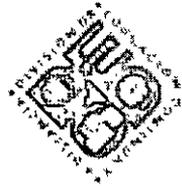
NOTA: En la mayoría de lugares públicos no se permite fumar

Uniforme y prendas de vestir:

- a) Zapatos bien boleados (se recomienda usarlos de color apropiado).
- b) Usar uniforme limpio, bien planchado y sin manchas.
- c) Si usa corbata, debe estar bien anudada.
- d) Se recomienda en no usar alhajas muy exageradas.

Postura:

- a) No estar recargado en el mostrador o en el mueble principal.
- b) No sentarse en los muebles de oficina que no sean para tal función.
- c) No recargarse en la pared y mucho menos subir un pie en ella.
- d) No lanzar objetos a los compañeros
- e) El caminar con el cuerpo bien equilibrado.
- f) Al sentarse, no hacerlo de golpe.
- g) No colocar las manos dentro de los bolsillos.



Dicción

La conversación, supone la mutua comunicación de ideas, entre dos o más personas, la conversación siempre debe ser eficiente y constructiva para ello se recomienda lo siguiente:

- a) No gritar al hablar
- b) Evitar el uso de modismos, calo y frases vulgares.
- c) Cuando no entiendes algo, no dudar en pedir que se lo repitan por favor.
- d) Al hablar por teléfono, se debe hacer con claridad y sin rapidez.
- e) No dirigirse a compañeros con sobrenombres.
- f) Si un usuario se queja de algo en voz alta, no discutir con el y responder con voz amable.



TEMA 4. COMUNICACIÓN ASERTIVA

OBJETIVO PARTICULAR

El participante utilizará elementos para transmitir y recibir mensajes de manera, oportuna y respetuosa.

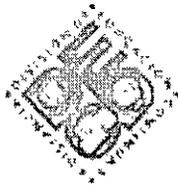
¿QUÉ ES LA ASERTIVIDAD?

Se define a la asertividad como los componentes que se dividen en cuatro clases de respuestas separadas: la habilidad de decir "NO", habilidad para pedir favores y hacer demandas, la habilidad para expresar sentimientos positivos y negativos, la habilidad para iniciar continuar y terminar conversaciones generales.

La asertividad es una "habilidad para buscar mantener o aumentar las sensación de bienestar en una situación interpersonal, a través de la expresión de sentimientos y deseos además es la capacidad de autoafirmar los propios derechos, sin dejarse manipular y sin manipular a los demás.

Típicamente la conducta asertiva está caracterizada por la expresión directa del las necesidades, deseos, opiniones y sentimientos, rehusar peticiones y no violar los derechos de otros. La conducta asertiva es la ausencia de la expresión de sentimientos, defensa de los derechos rechazo de los demandas, etc.





Se han establecido también los derechos del individuo asertivo, así como los obstáculos que impiden a los individuos ser asertivos, los derechos son:

- a) No dar excusas o razones para justificar su conducta.
- b) Cambiar de opinión.
- c) Cometer errores y ser responsables de sus actos.
- d) Decir "no sé".
- e) Diferir de la opinión de los demás.
- f) Decir "no entendí".
- g) Decir "para mí eso no es".
- h) Decir "no" sin sentirse culpable.

También se define la asertividad como la habilidad para transmitir y recibir los mensajes de sentimientos, creencias u opiniones propias o de los demás de una manera honesta oportuna, profundamente respetuosa, y tiene como meta fundamental lograr una comunicación satisfactoria hasta donde sea necesario.

Con base en estas definiciones podemos concluir que: la asertividad es hacer valer los derechos expresando en forma directa lo que uno cree, siente y quiere de manera honesta y apropiada respetando los derechos de la otra persona y haciendo que se les respete a ellos también. La asertividad involucra la declaración de derechos personales expresando pensamientos, sentimientos y creencias que no violan los derechos de otras personas.

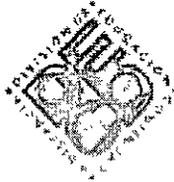
El mensaje básico de la asertividad es: esto es lo que pienso, es lo que yo siento, esta es la forma en la que yo veo la situación. Este mensaje expresa quien es la persona y lo dice sin dominar o degradar o otras personas.



En la asertividad se presentan respuestas que involucran la habilidad de decir no, la habilidad para expresar sentimientos positivos y negativos, y la habilidad para aceptar errores y críticas. Por otra parte, sintaxis y la semántica de la aserción con propiedades que como ya se comentaron, producen un gran impacto en la efectividad de la comunicación por medio de mensajes verbales y no verbales.

En la comunicación asertiva existen dos estilos, comunicación verbal y no verbal, en la primera las características son: Claro, directo, expresa lo que quiere y piensa, lenguaje fluido, aclara y refuerza el mensaje y escucha.

En la segunda la no verbal las características son: postura serena movimientos y gestos congruentes, inclinación de la cabeza hacia el interlocutor símbolo de atención, moderado tono de voz, etc.



TEMA 5. MANEJO EFECTIVO DEL ESTRÉS.

OBJETIVO PARTICULAR

Reconocerá la importancia que tiene para el ser humano el control y manejo del estrés.

¿QUÉ ES EL ESTRÉS?

Definición.- etimológicamente estrés se deriva del Griego stringere que significa provocar tensión (Skeat,1958)

Definición basada en los estímulos estrés es la fuerza o el estímulo que actúa sobre el individuo, y que da lugar a una respuesta de tensión, en el cual tensión es sinónimo de presión.

La presión puede dar lugar al estrés, la presión es la resultante de todas las demandas que recaen sobre el individuo.

Todos necesitamos cierto grado de presión; el estrés es una respuesta a un nivel de presión inapropiada.

Es una respuesta a la presión, no la presión en sí. A medida que aumenta la presión, todo su sistema empieza a responder y cualquier parte del mismo puede manifestar una reacción; para ciertas personas el estrés se manifiesta de modo predominante en cierta parte de su sistema, pero el estrés puede afectar cualquier área de actividad.



Efectos del estrés

Los efectos a consecuencia del estrés pueden ser muy diversos y numerosos. Algunas consecuencias pueden ser primarias y directas, otras –la mayoría– pueden ser indirectas y constituir efectos secundarios o terciarios.

Unas son casi sin duda resultado del estrés, algunas pueden ser positivas como el impulso exaltado y el incremento de auto motivación, muchas son disfuncionales provocar desequilibrio y resultan potencialmente peligrosas. Cox ofrece una taxonomía de las consecuencias del estrés que abarca:

- a) Efectos subjetivos: ansiedad, agresión, apatía, aburrimiento, depresión, fatiga, frustración, culpabilidad y vergüenza, irritabilidad y mal humor, melancolía, poca estima, amenaza y tensión, nerviosismo y soledad.
- b) Efectos conductuales: propensión a sufrir accidentes, drogadicción arranques emocionales, excesiva ingestión de alimentos o pérdida de apetito, consumo excesivo de bebida o cigarrillos, excitabilidad, conducta impulsiva, habla afectada, risa nerviosa, inquietud y temblor.
- c) Efectos cognoscitivos: incapacidad para tomar decisiones y concentrarse, olvidos frecuentes, hipersensibilidad a la crítica y bloqueo mental.
- d) Efectos Fisiológicos: elevación de niveles de glucosa, incremento del ritmo cardíaco y la presión sanguínea, sequedad de la boca, exudación, dilatación de las pupilas



dificultad para respirar, escalofríos, nudo en la garganta, entumecimiento y escozor en las extremidades.

- e) Efectos organizacionales: ausentismo, relaciones laborales pobres y baja productividad, alto índice de accidentes y de rotación de personal, clima organizacional pobre, antagonismo e insatisfacción en el trabajo.

Para Seyle las consecuencias del estrés se clasifican en:

- a) Efecto físico: el esfuerzo, el frío, los traumatismos, etc.
- b) Efecto químico: sustancias tóxicas o venenosas.
- c) Efecto infeccioso: heridas.
- d) Efecto psicológico: estados emocionales, como el dolor, la alegría, etc.

A pesar de ser un problema muy estudiado a nivel experimental, todavía existen cuestiones no resueltas con relación al modelo de reacción fisiológica del organismo, ya que se ha demostrado la existencia de diferencias individuales en los modelos de estímulo y reacción, así como la posible relación del modelo de reacción con disposiciones hereditarias, y, quizás con características personales



Como el umbral de sensibilidad o de tolerancia al estrés.



En relación con el efecto psicológico, existen todavía cuestiones inconclusas en torno a las condiciones y procesos que ofrecen al sujeto la posibilidad de elegir entre condiciones útiles y perjudiciales, por un lado y de establecer los mecanismos de defensa, por otro.

La actividad humana se desarrolla en cuatro áreas principales:

- ❑ Emocional (el mundo de los sentimientos).
- ❑ Mental (el mundo de los pensamientos).
- ❑ Conductual (el mundo de las acciones).
- ❑ Fisiológicas (el mundo de las respuestas Físicas).



Fases del Estrés.- cuando el estrés se manifiesta de una forma continuada comprende tres grados:

- a) Reacción de alarma, que se inicia en una fase de shock con disminución de la fuerza de resistencia y una reacción posterior al shock de los mecanismos orgánicos de defensa.
- b) Resistencia con adaptación óptima.
- c) Agotamiento por derrumbamiento de la reacción de adaptación.

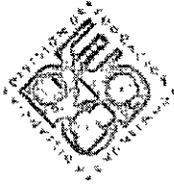
Factores que producen estrés.- muchos factores contribuyen a hacer aun más severo el estrés que experimentamos cosas tan distintas como motivación para el trabajo, creencias sobre la vida, nivel de autoestima, por lo general determinan si podemos o no “evitar los golpes” que recibimos de nuestra vida cotidiana o si somos víctimas del estrés sobre una base regular.

1. Sincronización del trabajo y el propósito de vida. Una de las razones comunes por las que se experimenta estrés en el trabajo es que este y el propósito de vida no están sincronizados.
2. Creencias debilitadoras: a) la actitud de victima, b) resistencia al cambio, c) autoestima baja.

Factores estresantes

¿Que son los estresores?

Virtualmente, es todo suceso, situación o persona que encontramos en nuestro medio ambiente externo puede ser factor de alteración



potencial, los estresores reales son afortunadamente, mucho menos numerosos.

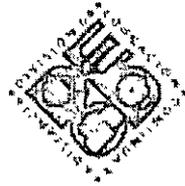
Manejo del estrés

Aprendamos a reconocer que es el estrés y empecemos a cambiarlo, podemos utilizar también ciertas técnicas para manejarlo de manera cotidiana.

El primer paso para el manejo efectivo del estrés es la concientización de que el estrés puede ser una causa subyacente en los problemas de trabajo individuales y grupales, y, en segundo lugar los individuos que están experimentando estrés deben reconocerlo. La mayoría de nosotros tenemos muy poca conciencia de nosotros mismos para manejar el estrés es necesario saber cuando estamos estresados, por ejemplo, aquí mencionamos algunas señales que indican que hay estrés en el trabajo por arriba del nivel deseable.

- Pulso acelerado o corazón agitado.
- Aumento en la transpiración en manos, axilas y frente.
- Fruncimiento del seño y mandíbula.
- Incapacidad de sentarse tranquilo o mantener los pies inmóviles mientras se está sentado.
- Tensión de los músculos de hombros y cuello.

Otros indicadores personales del estrés son: jaquecas originadas por tensión, insomnio, fatiga crónica, hiperventilación, indigestión, pérdida de apetito, impaciencia creciente y aumento en la ingestión de alcohol y drogas.



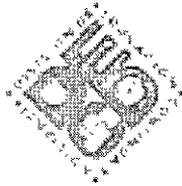
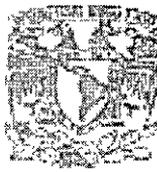
Estrategias y técnicas para el manejo del estrés

Existen diversas formas de categorizar estas estrategias y técnicas, podemos distinguir entre preventivos y remediadores. La prevención es algo que usted hace para eliminar un estresor o para impedir que se convierta en fuente de estrés. El remedio, por otra parte, es algo que usted hace por ayudar a disipar o a confrontar un estrés negativo.

Otra forma de caracterizar los métodos de manejo del estrés es: los métodos organizacionales y los métodos individuales.

Los métodos organizacionales incluyen las medidas tomadas por la gerencia, afín de minimizar el estrés potencialmente dañino en el ambiente de trabajo y que podrían resultar de roles conflictivos, de sobrecarga de trabajo y falta de cohesión.

Los métodos individuales por otro lado, se refieren a las acciones y actividades desarrolladas por el individuo y que pueden o no llevarse a efecto dentro de la organización.



TEMA 6. MANEJO DEL USUARIO DISGUSTADO

OBJETIVO PARTICULAR

Identificar a los diferentes tipos de usuarios.

Tipos de público.

Todas las organizaciones, sean del tipo que fueren (Empresas, Privadas, Gubernamentales, Organizaciones Benéficas, Militares, etc.) se desenvuelven en un medio circunscrito por un gran público compuesto de diversos grupos o sectores de personas que de una manera u otra influyen en el desarrollo de sus actividades; a estos grupos se les denomina, en terminología de relaciones públicas, Públicos y se pueden clasificar de la siguiente forma.





Clasificación de nuestros clientes o usuarios:

Cientes internos.- son todas las personas que laboran en la organización con las que establecemos relaciones para satisfacer sus necesidades.

Cientes externos.- son todas las personas que no laboran en la organización. Pero solicitan nuestros servicios para satisfacer sus necesidades.

Tipos de clientes:

Cientes positivos.- son las personas que muestran una actitud amable, generalmente saben lo que quieren, son directas, poseen una mentalidad abierta y son pro-positivos.

Cientes pasivos o tímidos.- son las personas a las que se les dificulta expresarse, en ocasiones no tienen claridad en lo que piden o preguntan.

Cientes agresivos.- estos son difíciles de tratar debido a que son prepotentes, groseros y cortantes.

Motivos por los cuales los clientes pueden ser difíciles o están disgustados.

- Están cansados o frustrados.
- Están confundidos.
- Nunca han estado en una situación similar.
- Se sienten ignorados.
- Han recibido un trato malo en el pasado en circunstancias similares.



- Están apurados o han esperado mucho tiempo para recibir el servicio.

Cuando nuestros clientes o usuarios están disgustados se sugiere aplicar diferentes técnicas de manejo de sus quejas, La empatía y la asertividad son las formas más simples de enfrentarlos, de otro modo se llegaría al enfrentamiento, y lo que se desea es satisfacer su necesidad de servicio.

Recomendaciones en el manejo del conflicto con el cliente.

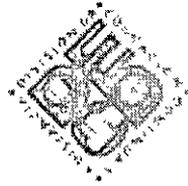
Acción.- escuchar, poner en sus propias palabras el problema del cliente, ofrecer una disculpa, decir lo que podemos hacer, no lo que no podemos hacer, darle seguimiento al problema hasta su solución.

Actitud.- mostrar interés y atención, ponerse en el lugar del cliente, actitud calmada y comprensiva.

La premisa fundamental para la solución del conflicto con el cliente o usuario difícil o disgustado tiene que ser: **YO GANO TU GANAS**

Manejo adecuado de las quejas

Como último punto, no olvide que las quejas, no son otra cosa, más que áreas de oportunidad que están destinadas a ser mejoradas. En realidad, cuando un cliente se queja, difícilmente está pensando en dejarle, sólo quiere que usted le solucione el problema, y si lo hace satisfactoriamente, el usuario regresará, ya que ahora tiene la certeza de que usted sí puede resolver sus problemas.

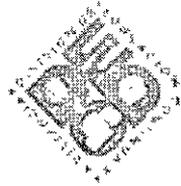


Píenselo un momento, ¿Cómo quiere que se le recuerde? ¿Cómo una persona antisociable que sólo ocupa un lugar para estorbar a los demás, o como alguien que siempre da soluciones.

Si desarrollamos e incorporamos nuevas estrategias de competencia laboral, seremos auténticos Agentes de cambio, un cambio para bien.



¡ ¡ Felicidades y adelante hacia el éxito...! !



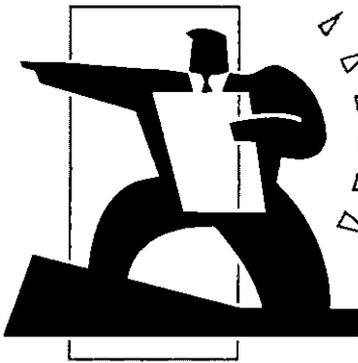
TEMA 7. LIDERAZGO EN EL SERVICIO

OBJETIVO PARTICULAR

Identificar los aspectos fundamentales del liderazgo y su aplicación en el servicio.

Concepto de liderazgo.

El liderazgo es un aspecto importante del proceso administrativo generalmente se define como una influencia sobre las personas, de modo que estas se esfuercen voluntariamente en el logro de las metas de grupo.



- Este concepto puede ampliarse para incluir no solo la voluntad de trabajar sino también la de trabajar con celo y confianza.
- El celo refleja honradez e intensidad en la ejecución del trabajo, confianza, experiencia, y habilidad técnica.

El liderazgo implica guía, conducción, dirección y precedencia. El líder actúa para ayudar a un grupo a logra sus objetivos mediante la aplicación máxima de sus capacidades. No se detiene de tras de un grupo sino se afianza, toma su lugar frente al grupo y facilita su progreso e inspiración para cumplir sus metas institucionales, que en nuestro caso es brindar un servicio con **calidad y calidez**.

El liderazgo en el servicio es asumir el roll de servidor público y tomar la iniciativa para innovar y crear nuevas formas de trabajo, así como



romper el paradigma y crear nuevas reglas y reglamentos para brindar un mejor servicio a continuación mencionaremos la implicación del liderazgo y las habilidades de los líderes.

Implicaciones del liderazgo:

- La Motivación
- El Control
- El Poder
- La Autoridad

Habilidades de los líderes:

- Comparte toda la información disponible
- Fomenta la participación y la toma de decisiones en equipo
- Permite que las personas trabajen sobre los detalles entre sí mismos
- Evita tratar de controlarlo todo
- Da confianza, honestidad, apertura y respeto
- Libera el potencial de los demás miembros del equipo
- Comparte la autoridad sí como el éxito y el fracaso

Últimas Reflexiones



BIBLIOGRAFÍA

A.S.U.M.E.

CURSO BÁSICO

Editorial Asociación de Superación Personal por México A.C. México 1991.

COLUNGA Dávila Carlos

LA CALIDAD EN EL SERVICIO

Editorial Panorama, México, D.F. 1995.

LA FORMULA DEL SERVICIO EXCELENTE.

Editorial Díaz de Santos, España 1995.

Cataller Mayer-Spiess, Olga 1997 LA ASERTIVIDAD EXPRESIÓN DE UNA SANA AUTOESTIMA. COLECCIÓN SERENDIPITY. Editorial Desclée De Brouwer, España

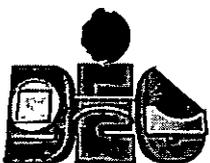
AGUILAR, KUBLI, EDUARDO ASERTIVIDAD. Se tu mismo sin sentirte culpable Editorial Pax-México, México, 1987.

“GUÍA PRÁCTICA DE ISO 9001:2000 PARA SERVICIOS”

Cianfrani, Charles A. Panorama, México, 2005

“ES BUEN NEGOCIO DAR UN BUEN SERVICIO”

DeVrye, Catherine. Editorial Panorama, México 2005



**DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA
FACULTAD DE INGENIERÍA
U. N. A. M.**

2007

CURSO:	CI215	CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA ATENCIÓN CIUDADANA		
INSTRUCTOR:	LIC. LUIS MANUEL RODRÍGUEZ JAIMES		PERIODO / HORARIO	
INSTITUCIÓN:	GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL			
SEDE:	OFICINAS DEL G. D. F.		Lunes, 17 de Septiembre de 2007	16:00
			Viernes, 28 de Septiembre de 2007	19.00

HOJA DE REGISTRO:

DATOS PERSONALES

Escolaridad:	Primaria:	Secundaria:	Preparatoria:	Profesional:	Otros estudios:
Teléfono:	Domicilio:		Calle y Número:		
Colonia:	Código Postal:		Delegación ó Municipio:		

DATOS LABORALES

Apellido Paterno:	Apellido Materno:	Nombre(s):				
R. F. C.:	Sexo:				Femenino:	Masculino:
Área de Adscripción Real:						
Puesto:					Antigüedad:	
Tipo de Puesto:	Base:	Confianza:	Honorarios:	Otro:		
Tipo de Personal:	Directivo:	Administrativo:	Técnico:	Secretarial:		
Teléfono:	Domicilio:		Calle y Número:			
Colonia:	Código Postal:		Delegación ó Municipio:			

Firma