



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

ACTITUD DE SERVICIO



APUNTES GENERALES

CI - 226

Instructor: Lic. Bertha Quiroz
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL
SEPTIEMBRE DE 2005



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

ATENCIÓN AL PÚBLICO BASADO EN ÉTICA Y VALORES

Del 26 al 29 de Septiembre de 2005

APUNTES GENERALES

CI - 226

Instructor: Lic. Bertha Quiroz
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

SEPTIEMBRE DE 2005

CONTENIDO

Objetivos	3
Introducción	4
Módulo 1 La calidad como actitud personal	
• Cultura de servicio	5
• Pirámide de autoestima	5
• Los valores	8
Módulo 2 La actitud y su impacto en el servicio	
• Etapas del servicio	11
• Actitud en el servicio	16
• Técnicas de servicio	18
• Empatía en el servicio	23

OBJETIVOS

General:

Valorar el compromiso de cambio personal y laboral orientado a la mejora de los servicios que proporciona la Administración Pública Federal de trabajo.

Específicos:

- Identificar la calidad como una cualidad personal.
- Analizar las repercusiones que tiene la actitud en la prestación de un servicio.

INTRODUCCION

¿Qué Implica?, ¿ Por qué es tan importante para el cliente y/o usuario?

La actitud de servicio es la disposición que mostramos hacia ciertas situaciones, influye para realizar nuestras actividades y nos permite facilitar u obstaculizar el camino.

Nuestra actitud es un estado mental influenciado por nuestras experiencias, sentimientos, pensamientos y conductas. La actitud que transmitimos será la que generalmente recibiremos.

Si todo empieza con la forma en que recibes a las personas: tu sinceridad, tu interés auténtico, tu gusto por ser quien eres y por hacer lo que haces; todas son causas que tienen el efecto de lograr que alguien se sienta a gusto y bienvenido contigo.

Según algunas investigaciones, el segundo factor más importante para el cliente en la evaluación sobre el servicio que recibe, es la actitud que los empleados le demuestran.

Los clientes y/o usuarios de servicios han coincidido en que la actitud de servicio la miden - de manera más frecuente cuando perciben que las personas que los atienden tienen el interés legítimo de resolverles el problema que se les ocasiona al incumplir con los compromisos adquiridos previamente.

Un empleado con amabilidad en su trato con el cliente, o un empleado con la capacidad de entenderlo (empatía) y lo que le ocasiona nuestro mal servicio (o lo que desea recibir), pero, que carece de capacidad, autoridad, apoyo y/o interés para resolver su problema no podrá - bajo casi ninguna circunstancia - evitarle molestia o insatisfacción.

Por lo anterior, el presente curso Actitud en el Servicio tiene el propósito de que los participantes reconozcan el compromiso de cambio personal y laboral orientado a la mejora de los servicios públicos.

MODULO 1

LA CALIDAD COMO ACTITUD PERSONAL

Cultura de Servicio

La calidad en el servicio se logra centrando energías en ordenar los recursos que están por detrás de los momentos de la verdad, lo cual se posibilita por el hecho de que cada servidor público comprenda cuál es su aportación en el proceso de servicio. Es decir, es necesario que muchos niveles funcionen correctamente en la dependencia, y no sólo aquél que entra en contacto con el usuario. Por lo tanto debe existir una cadena de calidad que vaya más allá del servidor público que está en contacto directo con el público y la cual incluya al personal y los departamentos de apoyo que deben de hacer que las cosas sucedan en los lugares y momentos precisos.

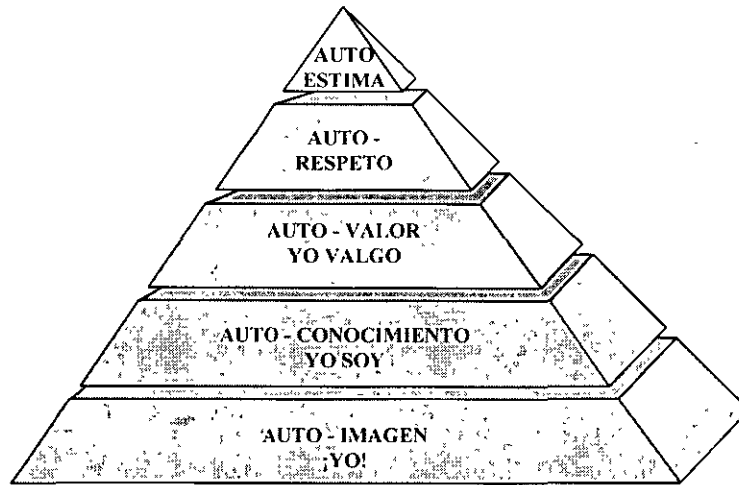
La cultura de servicio es el sistema de valores compartidos y creencias que interactúan con el factor humano de una institución, las estructuras y los sistemas de control para producir normas de comportamiento en beneficio de los usuarios de los servicios.

El primer paso para convertir esta cultura de servicio en parte de nosotros mismos, es comprender el efecto de nuestro desempeño en el servicio que se presta al usuario final. El segundo paso es conocer cual es nuestra responsabilidad en el proceso de servicio y el paso final es hacemos cargo, esto significa que debemos cumplir con nuestras responsabilidades, de acuerdo a los estándares de servicio fijados lo que permitirá tener un total control de nuestra aportación al proceso de servicio y provocará que el efecto en la prestación del mismo al usuario final sea altamente positiva.

Pirámide de autoestima

La pirámide de autoestima representa el crecimiento y desarrollo personal del individuo en donde la comunicación y aceptación de uno mismo son fundamentales. La pirámide está conformada por cuatro bloques en donde la cúspide representa la autoestima, el punto máximo de aceptación y dignidad del ser humano.

La siguiente figura representa la Pirámide de autoestima de Jesús Díaz Ibañez:



A continuación se describen cada uno de los elementos que la integran:

Autoimagen:

Es una serie de creencias y valores acerca de sí mismo, que se manifiestan en la conducta.

Si alguien se cree tonto, actuará como tonto, si cree que es inteligente o apto, actuará como tal.

"Dale a un hombre una autoimagen pobre y acabará siendo un siervo"

R. Schuller

Autoconocimiento:

Es conocer las partes que componen el yo, cuáles son sus manifestaciones, necesidades, habilidades y debilidades; los papeles que vive el individuo y a través de los cuales es. En otras palabras, autoconocimiento es: Conocer por qué y cómo actúa y siente el individuo.

Al conocer todos sus elementos, que desde luego no funcionan por separado sino que se entrelazan para apoyarse uno al otro, el individuo logrará tener una personalidad fuerte y unificada; si una de estas partes no funciona de manera eficiente, las otras se verán modificadas y su personalidad será insegura, con sentimientos de ineficiencia y desvaloración.

"Cuando aprendemos a conocernos, en verdad vivimos"

R. Schuller

Autoevaluación:

Refleja la capacidad interna de calificar las situaciones: si el individuo las considera "buenas", le hacen sentir bien y le permiten crecer y aprender; por el contrario si las percibe como "malas" entonces no le satisfacen, carecen de interés y le hacen daño.

"El sentirse devaluado o indeseable es, en la mayoría de los casos, la base de los problemas humanos"

Carl Rogers

Autorespeto: Es:

- Atender y satisfacer las propias necesidades y valores.
- Expresar y manejar en forma conveniente sentimientos y emociones, sin hacerse daño ni culparse.
- Tiempo para atenderse, cuidarse, protegerse y darse a sí mismo.

"La autoestima es un silencioso respeto por sí mismo"

Dov Peretz Elkins

Autoestima:

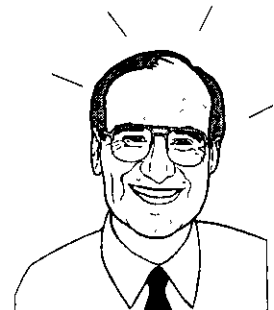
Es la síntesis de todos los pasos anteriores. Si una persona se conoce y está consciente de sus cambios, crea su propia escala de valores y desarrolla sus capacidades; se acepta y se respeta.

"Sólo podemos amar cuando nos hemos amado a nosotros mismos"

Anónimo

Algunas reflexiones sobre la autoestima:

- La autoestima es la capacidad de valorar el yo y tratarnos con dignidad, amor y realidad. Cualquier persona que se ama, está abierta al cambio.
- La integridad, sinceridad, responsabilidad, compasión y la competencia, todo surge con facilidad en personas que tienen una elevada autoestima. Tenemos la sensación de ser importantes, de que el mundo es un mejor lugar porque nos encontramos en él.
- Si respetamos nuestra valía, podremos percibir y respetar el valor de los demás; irradiamos confianza y esperanza.



Con la autoestima, nos valoramos realmente, sentimos un absoluto respeto por nosotros mismos y tenemos un sentido de dignidad; el cual transmitimos a nuestros usuarios.

Las personas con autoestima tienen confianza en sí mismas, poseen un poder de decisión, tienen un sentido de propósito y saben que sus vidas les importan a ellos y a otros, tienen una visión acerca de su futuro y de lo que ellos pueden ofrecer al mundo.

Están conscientes de sus habilidades especiales y están comprometidos para realizar algo que valga la pena. Cada uno de nosotros es capaz de alcanzar la autoestima para contribuir a la creación de un mundo más productivo que nos permita vivir felices y satisfechos.

Los valores

Los valores **son** aquellas **cualidades positivas que influyen en el juicio moral del individuo al tomar decisiones, regulan su conducta y dan sentido a su vida.** Los valores tienen su origen en los más altos ideales acerca del destino de la humanidad que por consenso han buscado los hombres a lo largo de la historia.

Estos ideales pasan a ser valores que propician la armonía en la convivencia humana y la supervivencia de la especie.

Se conciben como principios y cualidades propios de cada persona que les permite conducirse y relacionarse con los demás, de acuerdo a la preferencia de un modo de ser.

Los valores morales son principios y cualidades que comparten e interiorizan los individuos de una sociedad para su mejor convivencia.

Si bien es cierto que los valores se enseñan desde que somos pequeños de acuerdo con el entorno socioeconómico que nos envuelve, tal vez pueda decirse que algunos de ellos se han incorporado en la naturaleza humana a través del llamado "inconsciente colectivo", que es la herencia psíquica de la humanidad a través de la historia.

En la actualidad se busca que el hombre disponga de un proceso de valoración tal que "le permita verificar que su vida en general, o ciertas decisiones en lo particular, tengan un sentido positivo para su existencia y que sean constructivas en el contexto social".

Este proceso de valoración se basa en que **un valor sólo ha sido clarificado y asumido si la propia persona:**

- ➔ Lo ha elegido de manera consciente, al considerar alternativas y sus posibles consecuencias.
- ➔ Ha sentido como suyo ese valor y lo ha incorporado a sus emociones.
- ➔ Lo comunica a las personas que lo rodean y es capaz de afrontarlo públicamente.

Además de las condiciones anotadas para la clarificación de valores, existe un esquema que puede ser de utilidad para dar prioridad a los mismos.

Los valores **en tres categorías:** ser, hacer y tener.

- ❶ **Los valores del ser** se relacionan directamente con la esencia de las personas. Por ejemplo: la existencia, la libertad y la dignidad.
- ❷ **Los valores del hacer** se refieren al quehacer humano; por ejemplo: la responsabilidad, la honestidad y la justicia.
- ❸ **Los valores del tener**, se vinculan con las cosas materiales; por ejemplo: el dinero y el poder.

Los valores del ser deben tener prioridad sobre los del hacer y éstos sobre los del tener. De esta forma se entiende que la persona (ser) es más importante que el trabajo (hacer) y éste más que las cosas materiales (tener).

Estas condiciones que ayudan a clarificar los valores se vuelven más importantes si se considera que en la actualidad la persona tiene distintos mensajes acerca de lo que es bueno o malo y lo que es correcto o equivocado.

En nuestros días, el lenguaje de los valores no es entendido por muchas personas para las cuáles éstos están en decadencia o en continua transformación.

Esta dificultad para entender que lo que cambia no son los valores en sí, sino la situación o perspectiva desde la cual se les mira, "produce sentimientos de vacío y desaliento que provocan inseguridad".

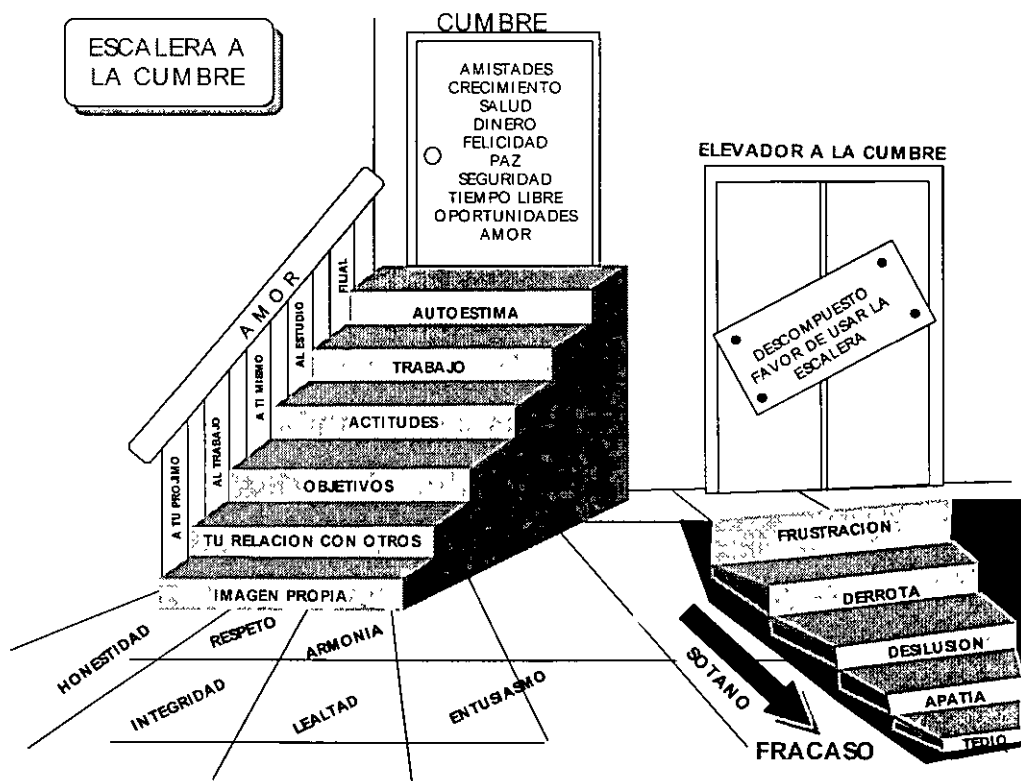
En resumen, se propone que la persona comprenda que su visión del mundo está en continuo cambio y que, por tanto, se transforma la perspectiva desde la cual debe entender y vivir los valores, de acuerdo con las circunstancias de una situación concreta.

"Aclarar los valores es el primer paso esencial hacia una vida más rica, llena de productividad"

Carl Rogers

- ✓ Toda decisión que tome en la vida es un reflejo de lo que es importante para usted.
- ✓ Los valores tienen como base su sistema de creencias y actitudes.
- ✓ Los valores reflejan quiénes somos; en lo que creemos y por qué lo hacemos. Sus valores cambian conforme nosotros cambiamos.
- ✓ Los valores pueden ser: absolutos y universales (la verdad, el amor, la justicia) y otros individuales y cambiantes según intereses y necesidades.

Para que un valor lo sea en realidad, es necesario creerlo, decirlo y actuarlo de una manera consistente y por elección libre.

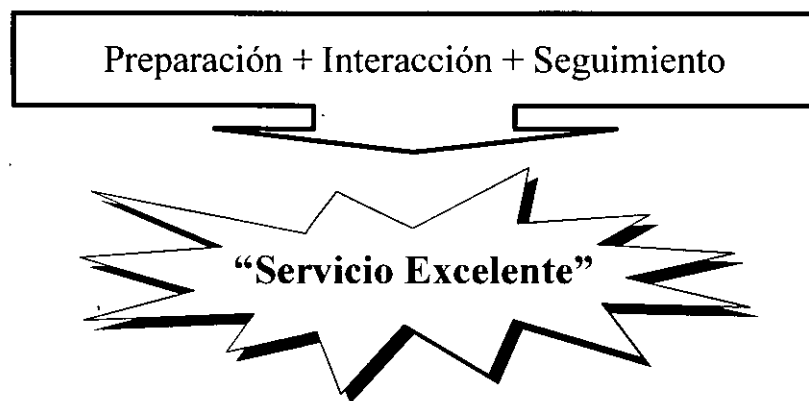


MODULO 2

LA ACTITUD Y SU IMPACTO EN EL SERVICIO

Etapas del servicio

Para proporcionar un servicio es necesario realizar las actividades comprendidas en tres etapas: preparación, interacción y seguimiento.



Preparación

Los usuarios esperan que usted conozca sus servicios y que sepa hacer bien las cosas. Quieren tratar con personas que conozcan las políticas y procedimientos de la institución, que sepan como funcionan los equipos y sistemas y a donde recurrir con un problema para obtener mayor información o ayuda.

En ocasiones, al momento de presentarse la oportunidad de dar un servicio no tenemos preparados o listos los insumos para desarrollar efectivamente el servicio, por ejemplo: papelería, herramientas, artículos de limpieza, etc.

La preparación previa implica la actitud de la persona; para esto es necesario olvidar nuestros problemas personales y concentrarnos en proporcionar el servicio y mostrar una actitud profesional que cumpla los estándares de servicio establecidos.

Existen **siete categorías de factores de queja** que están **relacionadas con la actitud de la persona** los cuales **denominaremos los siete pecados del servicio**, a continuación se describe cada uno de ellos, recuerda que son actitudes que debemos evitar:

➤ Apatía.

Consiste en manifestar una actitud de indiferencia hacia el usuario que le hace pensar que no nos importa. Muchas personas se comportan así cuando se sienten aburridas con su trabajo y nadie les recuerda que su trabajo consiste en atender y no en estar esperando que "algo interesante" suceda.

➤ Desaire.

Tratar de deshacerse del usuario no prestando atención a su necesidad o problema; tratar de "taparle la boca" con algún procedimiento reglamentario que no resuelve el problema pero saca del apuro al encargado del servicio. Un ejemplo es el empleado del almacén que da vueltas en espera de que se le termine el turno y dice: "Este no es mi departamento", cuando el usuario le pide ayuda para buscar alguna cosa.

➤ Frialdad.

Una fría hostilidad, antipatía, precipitación o impaciencia con el usuario. Por ejemplo cuando un empleado de limpieza asea el baño y un servidor público entra y el empleado de limpieza lo mira y su expresión denota: "sálgase por favor que va a hechar a perder mi trabajo".

➤ Aire de superioridad.

Tratar al usuario como haciéndole saber que éstos son mis terrenos y más vale que me trate bien o de lo contrario no lo atiendo.

➤ Robotismo.

El trabajador totalmente mecanizado hace que el usuario cumpla el mismo programa con los mismos movimientos y consignas y sin ninguna muestra de afabilidad o individualidad. Una variante de esto es el robot sonriente que nos ofrece una permanente sonrisa estrella, pero de la cual nadie se da cuenta.

➤ Reglamento.

Colocar las reglas organizacionales por encima de la satisfacción del usuario, sin ninguna discreción por parte del que presta el servicio para hacer excepciones o usar el sentido común.

➔ Evasivas.

"Lo sentimos, tiene que llamar a fulano de tal. Nosotros no hacemos eso". A manera de ejercicio personal, presta atención durante un día a los episodios del servicio de los cuales eres responsable y cuenta el número de veces que cometes este tipo de pecados, analízalos y determina qué puedes hacer para no ser culpable.

Interacción

La interacción es el contacto "Usuario-Proveedor", en esta etapa se identifican cuatro momentos:

Atender al usuario.	Identificar las necesidades del usuario
Aclarar la situación.	
Actuar.	Satisfacer las necesidades
Asegurarse de la satisfacción.	Cierre del proceso

Recomendaciones a seguir en cada una de éstos momentos:

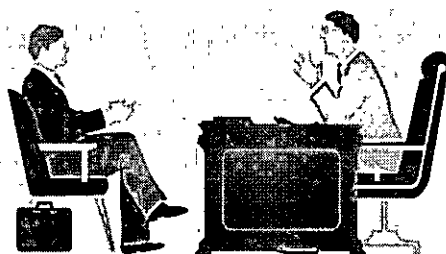
Atender al usuario

Reconocer la presencia del usuario, estableciendo contacto visual

Dar la bienvenida al usuario

Modular el tono de voz

Ser diplomático y dar apoyo



Aclarar la situación

Preguntar amablemente qué necesita

Escuchar con atención

Proporcionar información si el usuario tiene dudas

Verificar con el usuario lo que usted entendió que él necesita

Actuar (Satisfacer la necesidad)

Si es un trámite rutinario, actuar con rapidez; en caso contrario se convierte en un plan de acción

Exceder las expectativas, cuando sea posible

Asegurar la satisfacción

Preguntar si satisfizo sus expectativas

Si no se cumplen sus expectativas, aclarar la situación y tomar acción correctiva

Despedir al usuario amablemente (no pase por alto el último momento de la verdad).

Recuerda que es necesario:

- ✓ Que exista un compromiso por parte del prestador de servicios, o sea tú.
- ✓ Proporcionar un servicio que vaya más allá de la llamada del deber.
- ✓ Hacer lo correcto. La cual implica especial atención en:

Lo que decimos: A los usuarios no les gusta escuchar frases hechas como; "Yo no sé", "No es mi trabajo"; es muy importante decirle al usuario lo que sí podemos hacer.

Cómo lo decimos:

- Sonríe
 - Haz contacto visual
 - Maneja tu lenguaje corporal
 - Sé amigable, sincero y cortés
- ✓ Convertir los errores en el servicio en oportunidades de mejora.
 - ✓ Mostrar disponibilidad para proporcionar el servicio.
 - ✓ Tomar la responsabilidad de la situación.
 - ✓ Leer las señales del usuario.

 Seguimiento

Las personas que tienen contacto directo con el público son quienes se dan cuenta de las necesidades y sugerencias del usuario y son la imagen de la institución ante la ciudadanía. Estas personas de contacto directo son las que interactúan con proveedores de otros departamentos y como responsables de los servicios de apoyo, por lo que debemos dar alta prioridad a sus requerimientos y dar un seguimiento a sus necesidades hasta que sean satisfechas.

Ejemplo: La señorita encargada del registro de visitas le avisa a Juanita (que es personal de limpieza) que le han comentado varios usuarios que un baño está tirando agua.

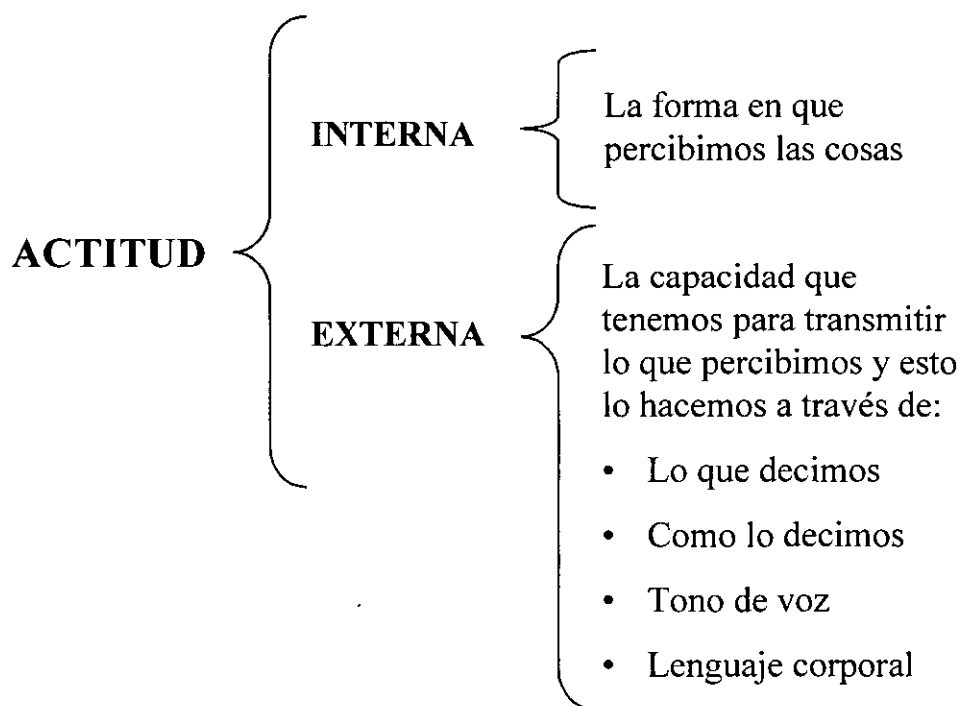
Juanita no es responsable de la limpieza de este baño que se está tirando. Juanita puede tomar tres acciones:

- Ignorar la situación
- Reportar la fuga a la persona indicada
- Reportar la fuga a la persona indicada y regresar mas tarde a ver si se ha arreglado esto.

La opción que deberíamos elegir de acuerdo al enfoque de servicio es la tercera.

Actitud en el servicio

La actitud es la manera en la que actuamos en determinada situación; cuando nos sentimos optimistas y anticipamos tener éxito al reunimos con otros, sin damos cuenta transmitimos esa actitud positiva y la gente nos responde favorablemente; pero cuando somos pesimistas y esperarnos lo peor, con frecuencia esa actitud es negativa y los demás tienden a rehuirnos. **En nuestra mente, donde todo comienza, la actitud rige nuestro modo de pensar.**



A continuación se presenta un instrumento para evaluar actitud.

• **Instrumento para evaluar la actitud**

Por favor, califique su actitud presente. Lea cada frase y encierre en un círculo el número que usted cree que le corresponde. Si encierra el 10, significa que su actitud es la mejor, si encierra el 1, significa que su actitud no es la más adecuada. ¡Sea honesto!

	ALTA (Positiva)					BAJA (Negativa)				
1. Pienso que mi jefe calificaría mi actitud actual con un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
2. Dada la misma oportunidad, mis compañeros de trabajo y mi familia calificarían mi actitud con un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
3. Desde el punto de vista real, yo calificaría mi actitud actual con un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
4. Al tratar con los demás, creo que mi efectividad se calificaría con un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
5. Mi nivel de creatividad actual es un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
6. Si hubiera un metro que pudiera medir mi sentido del humor, creo que llegaría cerca de un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
7. Mi disposición más reciente -la paciencia e interés que muestro hacia los demás- merece una calificación de:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
8. Al llegar al punto de no dejar que las cosas pequeñas me molesten, merezco un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
9. Basándome en la cantidad de elogios que he recibido últimamente, merezco un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
10. Calificaría mi entusiasmo hacia mi trabajo y mi vida durante las últimas semanas con un:	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Total: _____

Un total de 90 o más es señal de que su actitud es positiva y no parece que sea necesario hacerle algún ajuste; una calificación total entre 70 y 90 indica que algunos pequeños ajustes ayudarían a mejorarla; una calificación entre 50 y 70 sugiere un gran ajuste; si se calificó por debajo de 50, necesita un reajuste total de actitud.

Técnicas de servicio

La aplicación de técnicas para la atención a usuarios modifica el contexto de la interacción e impacta en el manejo de las emociones que se presentan con algunos usuarios; como por ejemplo: enojo, agresión, desesperación. La base de estas técnicas es un adecuado manejo del lenguaje.

Además permiten mantenerse ecuánime ante situaciones que normalmente causarían enojo y harían perder el control.

La premisa detrás de estas técnicas es la siguiente:

$$\text{Pensamiento} + \text{Sentimiento} = \text{ACCION}$$

Los pensamientos y sentimientos se presentan casi inmediatamente uno del otro y preceden siempre a nuestras acciones.

Cuando se cambia un elemento de esta fórmula se ven afectados los dos restantes. Si cambias lo que piensas acerca de algo, cambiará la forma en que sientes al respecto, y muy probablemente cambiarás tu forma de actuar ante ésta situación.

Si cambias tu forma de actuar ante una situación, seguramente se modificarán tus pensamientos y sentimientos ante esta situación.

En las **técnicas** que revisaremos enseguida se proponen **alternativas para modificar nuestros esquemas de pensamiento o el comportamiento verbal** para el manejo adecuado de las situaciones inadecuadas.

⇒ **Identificación de alternativas de respuesta**

En esta técnica reconoceremos las posibilidades de respuesta ante una situación inadecuada, y aprenderemos a seleccionar la mejor opción con el enfoque de servicio.

Cuando tenemos un conflicto podemos reaccionar de tres maneras:

- Agrediendo
- Actuando pasiva o sumisamente (evadiendo o huyendo del problema)
- Hablando con los demás y resolviendo el problema

Consecuencias del uso de estos patrones de conducta:

- Patrón de conducta agresivo
 - a. Positivas:**
 - ~ Los demás actúan como yo quiero, se someten y refuerzan mi conducta agresiva.
 - b. Negativas:**
 - ~ Me contraatacan.
 - ~ Esperan la primera oportunidad para tomar la revancha.
 - ~ Ambas partes nos desgastamos anímicamente.
 - ~ La situación puede quedar sin resolver.

- Patrón pasivo o sumiso
 - a. Positivas:**
 - ~ En algunas ocasiones, esta conducta provoca disminución de la agresividad en el otro.
 - b. Negativas:**
 - ~ La gente nos humilla.
 - ~ Nos sentimos impotentes y decepcionados de nosotros mismos. Experimentamos resentimiento.

- Patrón de conducta asertivo
 - a. Positivas:**
 - ✓ Resolvemos la situación dentro de un esquema justo de interacción: no agredimos al otro, ni permitimos que los demás nos incomoden.
 - ✓ Es muy probable que se llegue a un acuerdo entre las partes, y que ambas están influidas por lo que en ese momento estamos pensando acerca de la situación.

Recuerda:

"Si tengo pensamientos agresivos, mi respuesta probablemente será agresiva"

"Si tengo pensamientos derrotistas, mi respuesta será pasiva"

"Si tengo pensamientos realistas, mi respuesta será más inteligente y objetiva"

⇒ **Manejo de lenguaje corporal**

La finalidad de la aplicación de esta técnica consiste en presentar a una persona que está segura de sí misma y que maneje las interacciones con sus usuarios en forma profesional, aún en situaciones no deseadas.

El impacto en los demás perderá probablemente toda eficacia si al mismo tiempo que usamos técnicas, mostramos indicios observables de agresividad o ansiedad.

Por ejemplo:

- La ausencia de contacto directo con la mirada o mirada penetrante
- Ademanos nerviosos o impacientes
- Postura
- Tono de voz bajo, titubeante, inseguro, agresivo, etc.

Al proporcionar un servicio, considera las siguientes recomendaciones:

Contacto Visual

PASIVO	ASERTIVO	AGRESIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Mirada hacia abajo u otro lado • Salta la mirada rápidamente 	<ul style="list-style-type: none"> • Confortablemente directo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mira de arriba hacia abajo, expresión aburrida • Mirar fijamente

Expresión facial

PASIVO	ASERTIVO	AGRESIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Reír constantemente • Temor, inseguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Abierto, franco 	<ul style="list-style-type: none"> • Tensión en las mandíbulas y en la cara

Expresión de la voz (tono, fluidez, sonoridad)

PASIVO	ASERTIVO	AGRESIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Demasiado suave • Murmurar (hablar entre dientes) • Monótono • Demasiado lenta 	<ul style="list-style-type: none"> • Firme • Cálida 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy rápida • Demasiado calmada • Estridente, demasiado fuerte • Sarcástica

Postura, movimientos de manos y gestos

PASIVO	ASERTIVO	AGRESIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Frotarse las manos • Demasiados saludos con la cabeza • Postura inclinada • Movimientos constantes • Frotarse la cabeza o rascarse 	<ul style="list-style-type: none"> • Postura recta • Movimientos balanceados y relajados • Movimientos de mano, enfatizando palabras claves 	<ul style="list-style-type: none"> • Postura tiesa, rígida • Mover la cabeza con movimientos de negación • Apuntar con el dedo

⇒ **Manejo de las críticas**

En esta técnica aprenderemos a enfrentar las críticas no constructivas. Es muy difícil mantenerse sereno ante críticas que sabemos no llevan una intención positiva. Sin embargo, el lograrlo nos ayudará a mantener un buen estado de ánimo y evitar ser sacados de balance cuando alguien decida molestar. Esta técnica nos enseña a mantenernos independientes de las actitudes negativas de terceros y dejar de estar a merced de su estado de ánimo.

En el caso de los usuarios internos, dado que la relación es habitual, el mensaje hacia ellos, es que no nos prestamos a comentarios sin sentido.

La técnica consiste en enfrentar las críticas de la siguiente forma:

- No negando ninguna crítica (negarla es hacerle el juego).
- No justificándola.
- No contraatacando con otras críticas por su parte.

Lo que usted busca es crear una barrera entre su agresor y usted, para no terminar enfrascado en una discusión inútil.

⇒ **Aceptación de fallas**

El manejo de los errores que cometemos voluntaria o involuntariamente habitualmente nos causa problemas y es difícil mantener el respeto y dignidad de uno mismo cuando se nos critica por un auténtico error.

Esto tiene que ver con nuestro aprendizaje personal, en el que se nos ha inculcado que el cometer un error es malo y/o impacta en nuestro valor personal. Por esto normalmente nos sentimos mal cuando cometemos un error y nos protegemos negando el error o defendiéndonos con excusas y explicaciones.

Sin embargo, al dar a nuestros usuarios este tipo de respuestas, el mensaje que enviamos es que las cosas no están en nuestro control y que tal vez no podamos resolver el problema. Los usuarios se sienten enojados e impacientes con éste tipo de respuestas.

Cuando por el contrario se acepta una falla, la persona siente que aceptamos la responsabilidad de lo ocurrido y la disposición de ayudarle a resolver su problema. Entonces disminuye su enojo y se muestra más abierto a negociar con nosotros.

Es difícil cambiar nuestra actitud hacia las fallas por el simple hecho de pensar en ello.

La mayoría de nosotros debemos modificar nuestra manera de reaccionar verbalmente cuando nos enfrentamos con un error. La manera de reaccionar asertivamente es reconocer los errores exactamente como son: errores.

Se recomienda seguir los siguientes pasos:

- Aceptar la falla y pedir una disculpa,
- En caso que la otra parte exprese su queja con algún insulto, éste debe ser ignorado y debemos enfocarnos únicamente en el asunto en cuestión.

Empatía en el servicio

Los usuarios solicitan un servicio porque tienen necesidades prácticas y personales que satisfacer, con el propósito de atender esas necesidades es importante poner especial atención en la interacción humana y el puente de comunicación que se establece entre los servidores públicos y los usuarios.

Al solicitar un servicio podemos enfrentarnos a un servidor público que aún y cuando técnicamente cumple con sus funciones, no satisface nuestras necesidades y es ajeno a nuestras emociones y sentimientos; a esto se le conoce como "apatía en el servicio".

Los usuarios esperan que la prioridad de los servidores públicos sea ocuparse en satisfacer sus necesidades con amabilidad y cortesía, pero además desean ser comprendidos.

La empatía es manejar emociones en paralelo con nuestros usuarios, pero sin que estas emociones nos afecten de manera personal, es entender que toda conducta nuestra tendrá un efecto en ellos; en otras palabras es "ponerse en los zapatos del otro", comprender sus emociones y sentimientos actuales y los que se generarán como resultado de nuestras acciones.

Por ejemplo en el juego de ajedrez un buen jugador no confía en la acción reacción; desarrolla expectativas sobre las consecuencias de cada uno de los movimientos de sus fichas y actúa con base en esas expectativas, prevé la forma en que habrá de reaccionar el otro jugador no sólo en la jugada siguiente sino en la serie siguiente de movimientos, de la misma forma visualiza sus propias jugadas en función de los movimientos de fichas del contrincante.

En la medida en la que estamos abiertos a nuestras emociones, más receptivos seremos a los sentimientos de los demás, si estamos confundidos en nuestras emociones, estaremos desconcertados ante el sentir de los demás y seremos "emocionalmente sordos".

La habilidad de desarrollar la empatía es evidentemente un talento que se desarrolla aún y cuando existan diferencias individuales entre las personas.

Al proporcionar un servicio recuerda que la empatía no es aprobar todo lo que hace y dice el usuario, es comprenderlo con el propósito de satisfacer sus necesidades.

BIBLIOGRAFIA

ALBRETCH, Karl,. Servicio al Usuario Interno, Párdos.

FRANKL, Victor E., El hombre en busca de sentido, Herder.

ROSANDER, A.C., Los catorce puntos de Deming aplicados a los servicios, Díaz de Santos.

ZIGLAR, Zig, Nos veremos en la cumbre, Norma.