



ANORI S.A E.S. P

MANUAL DE ATENCION AL USUARIO

**JULIAN FERNANDO IBARBO GIL
GERENTE**

ANORI 2024



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

CONTENIDO

OBJETIVO GENERAL.....	3
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
JUSTIFICACION.....	4
DEFINICIONES A TENER EN CUENTA.....	4
I. INFORMACION GENERAL ANORI S.A.....	6
• Horario de atención al público.....	6
• Atención Preferencial y Prioritaria.....	6
II. OBJETIVOS DEL SERVICIO DE ATENCION ANORI S.A. E.S.P.....	8
III. PROPIEDADES DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO...8	
IV. LA COMUNICACIÓN Y LA CAPACIDAD DE ESCUCHA AL USUARIO.....9	
V. PRINCIPALES ELEMENTOS QUE INFLUYEN EN LA COMUNICACIÓN VERBAL.....10	
CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTOS EN ANORI S.A. E.S.P.....	13
• Oficinas Atención al usuario.....	13
• Buzón de Sugerencias.....	16
RESPONSABILIDAD DE FUNCIONES.....	17
• Administración, auxiliar administrativo y operativos.....	17
• Levantamiento	
• Procesamiento de la Información entregada a la administración.....	17
• Estructura y sistema de funcionamiento (Formato buzón de sugerencias ANORÍ S.A).....	18
• Atención Telefónica.....	19
• Factores principales en la atención telefónica.....	19
• la voz ante el teléfono.....	19
• El lenguaje por teléfono.....	20
• Dos elementos esenciales: la sonrisa y el silencio.....	20
DIEZ REGLAS DE ORO PARA ATENDER CORRECTAMENTE EL TELÉFONO.....	21
• Fases de la Atención Telefónica.....	21
• Contacto inicial.....	22
• Desarrollo de la información.....	22
• Despedida.....	22
• Atención Pagina WEB.....	22
CONCEPTOS BASICOS ANTE RECLAMACIONES, PETICIONES Y QUEJAS.....	23



OBJETIVO GENERAL

Mantener una óptima comunicación con los usuarios mediante el diseño de un manual que permita a la empresa adoptar un sistema de gestión de atención al usuario eficiente, logrando un acercamiento que contribuya a la satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios y el mejoramiento de la imagen corporativa de la Empresa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Identificar, los canales de comunicación efectivos con los usuarios para establecer los factores claves con miras a la eficiencia y calidad de la prestación del servicio y a la satisfacción del suscriptor o usuario.

Desplegar mecanismos adecuados para la atención al cliente de acuerdo a las disposiciones normativas que satisfagan oportunamente sus necesidades, acercando a la Empresa de Servicios Públicos ANORI S.A. E.S.P. a la comunidad, con base en una mejor coordinación de competencias y funciones administrativas, mediante la prestación de servicios oportunos y ágiles, del acceso equitativo y óptimo a los canales de información, fortaleciendo la participación ciudadana.

Establecer y propiciar los medios necesarios para generar un ambiente cálido, cordial y adecuado donde el usuario se sienta a gusto con la empresa, propiciando un clima de confianza en la eficacia, eficiencia y profesionalidad de los servicios prestados y la labor realizada.



JUSTIFICACION

Con el propósito de incluir cambios en la gestión de ANORI S.A. E.S.P. y más concretamente en cuanto al mejoramiento de la Imagen Corporativa, el Gerente, presenta el manual de Atención, en el que se destacan los fundamentos básicos de atención a la comunidad y algunas pautas de comportamiento en la prestación del servicio, cumpliendo de esta manera con el Plan de Acción y respondiendo con calidad y efectividad a las nuevas demandas de los usuarios.

No solo va dirigido a los funcionarios que prestan directamente la atención al cliente o usuario, sino también como una herramienta para todos los funcionarios de ANORI S.A. E.S.P que, sin tener conocimientos previos en la materia, pudieran realizar funciones de atención al público y tengan contacto directo con los usuarios.

Con ello se espera conseguir que la atención al cliente sea un servicio homogéneo y que se proporcione de la misma manera en cualquiera de las dependencias en los cuales opera la empresa, en cumplimiento a lo establecido por el artículo 152 de la Ley de Servicios Públicos Domiciliarios 142 de 1994 y la Resolución SSPD 76635 del de 22 de junio de 2018. Por la cual se modifica el anexo de la Resolución No. SSPD 20151300054575 del 18 de diciembre de 2015, “Por la cual se establece el reporte de información de los derechos de petición, quejas y recursos, presentados por los suscriptores o usuarios a través del Sistema Único de Información (SUI)”.

Este manual está elaborado en un sentido didáctico y pedagógico permitiendo que los funcionarios comprendan más fácilmente las directrices y sus normas.

LAS DEFINICIONES A SE DEBEN TENER EN CUENTA

PETICION: Es el acto de cualquier persona dirigido a la Empresa para solicitar, en interés particular o general, información relacionada con la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo, pero que no tiene el propósito de conseguir la revocación o modificación de una decisión tomada por la empresa.

QUEJA: Es un requerimiento, un reclamo que el suscriptor actual o potencial, eleva, ante la empresa y cuyo origen consiste en una insatisfacción que se genera por un comportamiento de un o unos funcionarios o por la forma y condiciones en que se le ha prestado el servicio.

RECLAMO: Es una solicitud del suscriptor o usuario con el objeto de que la empresa





revise, mediante una actuación preliminar, la facturación de los servicios públicos para tomar una posterior decisión definitiva del asunto, de conformidad con los procedimientos previstos en el contrato de Condiciones Uniformes y en la Ley 142 de 1994.

RECURSO: Es un acto del suscriptor o usuario para obligar a la empresa a revisar ciertas decisiones que afectan a la prestación del servicio o a la ejecución del contrato. Abarca los recursos de reposición y, en algunos casos, de apelación (artículo 154 Ley 142 de 1994).

SUSCRIPTOR: Persona natural o jurídica con la cual se ha celebrado un contrato de condiciones uniformes de servicios públicos.

USUARIO: Persona natural o jurídica que se beneficia con la prestación de un servicio público domiciliario, bien como propietario del inmueble en donde este se presta, o como receptor directo del servicio, a este último usuario se denomina también consumidor.

ACTITUD: disposición de una persona hacia algo o alguien. Es parecido al estilo y ambos pueden ser modificados.

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Consiste en un modo de atención en el que cada persona es atendida de manera singular e individualizada, en función de sus características propias y sus problemas personales.

ASERTIVIDAD: Estilo de comunicación que emplean aquellas personas capaces de exponer sus puntos de vistas de forma flexible, abierta, siendo amable y considerado con las opiniones de los demás, mostrando empatía y capacidad negociadora.

CALIDAD: Propiedad atribuida a un servicio, actividad o producto que permite apreciarlo como igual, mejor o peor que otros. Es el grado en que un servicio cumple los objetivos para los que ha sido creado. La satisfacción de los usuarios es un componente importante de la calidad de los servicios.

CAPACIDAD DE RESPUESTA: Hacer las cosas a su tiempo. Agilidad de trámites, mediante el conocimiento de los procedimientos.

COMPETENCIA: Capacidad y aptitud para realizar una tarea o desempeñar unas funciones de manera correcta y adecuada.

EMPATÍA: Es la capacidad de ponernos en el lugar de la otra persona y transmitírselo, para que sepa que comprendemos su situación.



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co



MEJORA: Acciones encaminadas a incrementar la calidad de los servicios y, por tanto, a incrementar la satisfacción de los profesionales y de los usuarios.

PERCEPCIÓN: Son las conclusiones que obtienen los usuarios sobre la forma en que se le prestan los servicios. Manera de sentir el servicio prestado.

SATISFACCIÓN: Estado en el que se encuentran los usuarios cuando al prestarles un servicio determinado quedan cubiertas sus expectativas, o incluso se les da algo más de lo que ellos esperaban encontrar.

I. INFORMACION GENERAL ANORI S.A

ANORI S.A. E.S.P. suministrar agua potable al 74.6% y presta el servicio de alcantarillado 62.6% en la zona urbana y del aseo en urbano 100% de la población y rural 65% distribuidos por zonas Anorí- Norizal, Anorí- la Plancha, Anorí- Dos Bocas y el corregimiento de Liberia. Para ello, cuenta con una red de distribución de acueducto 9.157,26 m, y de recolección 10.035,48 m.

Las actividades operativas, técnica, comercial y administrativa las atiende con 30 funcionarios contratados por obra y labor.

La planta de personal esta distribuidos de la siguiente manera: administrativos 4, Operativos 4, Practicante SENA 1, Operarios que atiende acueducto y alcantarillado 5 y operarios de aseo 20 los cuales son responsables del funcionamiento operativo y técnico de la empresa en el municipio de Anorí.

Horario de atención al público

Horarios de atención: lunes a viernes de 8 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 y recaudo 5:30 pm, los sábados 8 a.m. a 1:00 y recaudo 12:30 pm.
Para acueducto y alcantarillado disponibilidad las 24 horas.

La relación Empresa – Municipio, también es objeto de especial atención por la parte de los operaciones y mantenimiento del agua, al igual que el servicio al cliente o usuario.

Atención preferencial y prioritaria

Anorí S.A ofrece atención preferencial o prioritaria a las personas que presenten algún tipo de discapacidad, ya sea motora, auditiva o visual, mujeres en estado de embarazo, adultos mayores de sesenta (60) años, cuando requieran los servicios que ofrece la empresa.



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co



El manual de Atención al usuario, establece los lineamientos, dando cumplimiento a la Ley 1437 de 2011, en lo relacionado con la accesibilidad de las personas que deban ser atendidos preferencialmente de manera rápida y ágil.

Los servidores públicos ubicados en las ventanillas del servicio al usuario de la empresa deben tener trato preferencial de priorización en el turno con estos grupos poblacionales, y acatar el protocolo de atención al usuario, por lo tanto, deben tener en cuenta:

Si el estado físico de la persona lo requiere, hágase a su lado para quedar del mismo lado de ella. Definir el tipo de atención que requiere. Saludar siguiendo la fórmula: "Buenos días (tardes), mi nombre es (nombre y apellido) ¿en qué puedo servirle? (Hable en un tono moderado, audible y vocalice bien).

Tener consideración con esta situación particular que lleva al discapacitado al punto de servicio, dar todas las explicaciones que se requieran, si es necesario escribir lo que se ha manifestado verbalmente y demorar lo menos posible.

Si debe retirarse del puesto de trabajo para realizar alguna gestión relacionada con la solicitud presentada por el ciudadano(a), explíquelo por qué debe hacerlo y solicite que le espere por favor; al regresar al punto agradezca el tiempo de espera.

Si la solución a la solicitud del ciudadano o ciudadana está en manos de otro(a) servidor o servidora del mismo punto, infórmelo al superior inmediato (a) para que solicite a dicho servidor(a) que se desplace al puesto donde se encuentra el ciudadano o ciudadana y le preste el servicio solicitado.

Permanezca siempre en su puesto de trabajo, listo(a) para atender con dedicación exclusiva a la próxima persona que requiera de su servicio; en caso de dejarlo por un corto período de tiempo, asegúrese que alguno de sus compañeros(as) esté atento(a) a reemplazarlo(a) durante su ausencia.

Deje lo que esté haciendo mientras atiende al usuario, esto le hace sentir que se merece toda su atención. No olvide mantener contacto visual y sonreír a quien atiende. Asienta en señal de comprensión.

Si es posible utilice el nombre del ciudadano(a), antecedido por "señor, señora o señorita", por lo menos dos (2) veces durante la conversación.

Cuando esté llevando a cabo la atención del ciudadano no converse ni por teléfono ni con los compañeros de temas ajenos a la solicitud del ciudadano(a) que está atendiendo.

Mantenga una postura corporal que demuestre interés. No tutee al usuario ni utilice en su comunicación frases afectuosas.



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

II. OBJETIVOS DEL SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE

Brindar al usuario la seguridad de que la Entidad le atienda, con la capacidad de decisión suficiente para que sus peticiones, quejas o recursos sean resueltas de forma efectiva, oportuna y dentro de los términos y condiciones legales.

Integrar la empresa con la comunidad buscando los medios comunes y con una conciencia colectiva frente a la búsqueda de la satisfacción del cliente.

Desarrollar y optimizar el talento humano para tener las competencias necesarias mediante el fomento de la participación y el trabajo de equipo. Además, garantizar un continuo, aprendizaje, innovación y mejoramiento.

Medir los resultados pues lo que no se mide no se controla, por ello es necesario el establecimiento de forma periódica de indicadores y controles.

III. PROPIEDAD DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO

- **Confianza y seguridad:** Capacidad para transmitir confianza en la información que se suministra garantizando que la atención que se brinde sea segura y exacta. Ausencia de errores a la hora de prestar el servicio.
- **Capacidad de Respuesta:** Capacidad de optimizar el tiempo que se tiene establecido para realizar la atención.
- **Empatía:** Capacidad de percibir y responder a las necesidades, emociones y preferencias del cliente ("Sensibilidad Social") promoviendo una sintonía afectiva con las demás personas y generando un ambiente adecuado para la prestación del servicio.
- **Amabilidad:** Es el comportamiento afable, complaciente, afectuoso, educado, cortés que se tiene hacia la ciudadanía.
- **Competencia:** Son los conocimientos, habilidades y actitudes personales necesarias, la información, capacitación, la formación necesaria para la realización del servicio.
- **Credibilidad:** Es ser consecuente en lo que se dice y lo que se hace.
- **Comunicación:** Se debe informar al cliente con un lenguaje claro y conciso, de forma que lo pueda entender.
- **Tolerancia:** Capacidad que se tiene para comprender al cliente en sus





diversas actitudes y comportamiento manteniendo un clima adecuado para prestar el servicio.

IV. LA COMUNICACIÓN Y LA CAPACIDAD DE ESCUCHA AL USUARIO

La comunicación es un mecanismo que va inevitablemente asociado al comportamiento de las personas. Comunicamos no sólo con nuestras palabras, sino también con la forma en que las decimos y con la manera en que actuamos.

Este tema cobra máxima importancia en la prestación de servicios públicos, ya que las personas que acuden esta porque tienen un problema, una solicitud, una reclamación que no pueden resolver por sí mismas y acuden a otras personas para que den una o varias alternativas de solución.

En este contexto, todas nuestras acciones se convierten en mensajes para los usuarios. No siempre somos conscientes de que estamos emitiendo estos mensajes y mucho menos de lo que puedan estar interpretando los usuarios. Sin embargo, tienen un enorme valor para ellos.

Para que se pueda afirmar que está prestando un servicio de calidad, debe existir, dentro de él, una buena comunicación, pues no basta con tener una adecuada infraestructura, mucho personal, diversos canales de atención o avances tecnológicos para ello, es fundamental tener la capacidad de "comunicar" la información que poseemos, y que el cliente independiente de los intermediarios que sean necesarios la reciba correctamente y la comprenda.

Por ello la comunicación es el instrumento que se utiliza para exponer las ideas, dudas, experiencias, conocimientos, con el usuario y con los compañeros, no solo para los miembros de un Municipio sino también los pertenecientes a otros Municipios y otras dependencias.

Todo el personal debe adoptar estrategias de comunicación apropiada y distinta, en función de las características de los usuarios, de forma que consigamos adaptarnos continuamente a sus requerimientos y necesidades de información.

La capacidad de escucha es un elemento esencial del proceso de comunicación y, por tanto, de la atención de los usuarios. Esta capacidad de escucha se refiere, básicamente, al grado en que los usuarios perciben que somos capaces de ponernos en su lugar, que comprendemos lo que nos están exponiendo y que sabemos cómo se sienten. Además, resulta muy útil y eficaz mantener una actitud

de escucha "activa", es decir, demostrar al usuario que le hemos entendido perfectamente, que nos hemos enterado bien de su problema. Es muy útil, sobre todo en aquellas situaciones en las que hay que decir NO, en las que no se puede acceder a una petición. En estos casos, la escucha activa minimiza las posibles reacciones negativas del usuario.



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

Para ESCUCHAR ACTIVAMENTE es necesario:

- Dejar de hablar. Si se está hablando no se puede escuchar.
- Conseguir que el interlocutor se sienta con confianza. Hay que ayudar a la persona a que se sienta libre para expresarse. Para conseguirlo puede ayudar el ponerse en su lugar, es decir, establecer una relación de empatía.
- Demostrar al interlocutor que se está dispuesto a escucharle, manifestándole claramente nuestro interés y escuchándole para tratar de entenderle y no para oponernos.
- Eliminar las posibles distracciones, (interrupciones, llamadas telefónicas, puertas abiertas, etc.).
- Conducir la conversación, ser paciente, sin interrumpirle. Para ello, suele ser útil resumir, preguntar y parafrasear.
- Dominar nuestras emociones. Una persona enojada siempre malinterpreta las palabras.
- Evitar criticar y argumentar en exceso, ya que esto situaría a nuestro interlocutor a la defensiva, conduciéndole probablemente a que se enoje o se calle.
- Preguntar cuanto sea necesario. Además de demostrar que le estamos escuchando, le ayudaremos a desarrollar sus puntos de vista con mayor amplitud.
- De nuevo dejar de hablar: ésta es la primera y la última de las recomendaciones y de la que dependen todas las demás.

V. ESTILOS DE COMUNICACION EN LA RELACIÓN CON LOS USUARIOS

Existen distintas formas de relación y de comunicación entre las personas, simplificando, podríamos hablar de 3 estilos de comunicación:

- **Estilo agresivo de comunicación:** Lo presentan aquellas personas que provocan en las demás respuestas de defensa y de ataque. A veces, ni ellos mismos tienen conciencia de estos efectos. No suelen tener en cuenta los sentimientos de los otros y presentan poca capacidad de empatizar. Algunas personas piensan que, en una situación hostil, un estilo de comunicación agresivo consigue “mantener en su sitio” al contrario. Nada más lejos de la realidad: el estilo agresivo genera agresividad y el resultado final es una escena de violencia y, sobre todo, de pésima imagen para el que la contempla.
- **Estilo pasivo de comunicación:** Lo manifiestan personas con dificultades para negarse a las peticiones de los demás, aunque éstas no estén justificadas. Suelen anteponer los deseos de los otros a los suyos propios, encontrando serias barreras a la hora de hacer una legítima defensa de sus derechos.

En ocasiones, este estilo pasivo e inseguro puede generar en el público un comportamiento

Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co



agresivo en personas que piensan que, si presionan con violencia, pueden conseguir lo que desean.

- **Estilo asertivo de comunicación:** Las personas que se comunican de forma asertiva exponen sus puntos de vista al tiempo que toman en cuenta los de los demás; se sitúan en el lugar del otro y transmiten esta capacidad empática.

Entienden que la comunicación es cosa de dos y realizan sus planteamientos desde una posición abierta y flexible. Son valoradas positivamente por los demás, incluso a pesar de que no accedan a lo que no consideran justo.

Ser asertivo consiste en demostrar firmeza y seguridad, respetando al otro y teniendo en cuenta sus puntos de vista y sus planteamientos. Se trata de decir lo que pensamos, lo que queremos que suceda, sin sentirnos mal por decirlo y sin hacer que se sienta mal el otro.

Para ser asertivo en la relación con el usuario, y en general con cualquier persona, es necesario:

- Escuchar activamente, es decir, demostrar a la otra persona que nos hemos enterado de lo que nos ha contado.
- Decir lo que pensamos o lo que opinamos.
- Decir lo que queremos que suceda.

PRINCIPALES ELEMENTOS QUE INFLUYEN EN LA COMUNICACIÓN VERBAL

Algunos elementos tienen una notable influencia en la manera en que las personas perciben la forma en que nos dirigimos a ellas. Podemos citar:

- **Mirada:** Fundamentalmente la mayoría de las interacciones sociales dependen de ella. Actúa simultáneamente como emisor y como receptor. Las personas con mayores habilidades sociales y de comunicación miran a los ojos de su interlocutor mientras hablan y mientras escuchan. Cuando alguien no nos mira a los ojos mientras nos está hablando, automáticamente comenzamos a pensar cosas tales como que está nervioso, le falta confianza en sí mismo, etc. Además, la mirada es una potente señal de escucha: difícilmente se siente uno escuchado si mientras habla no le miran.
- **Expresión facial:** La cara es el principal sistema de señales para expresar emociones. Es el área más importante y compleja de la conducta no verbal y la parte del cuerpo que más cerca se observa durante la interacción, además de ofrecer retroalimentación sobre los efectos que nos produce lo que está

diciendo la otra persona. Las personas con mayores habilidades sociales reflejan una correlación entre su expresión facial y el mensaje que están



intentando comunicar.

- **Postura corporal:** Existen diferentes posturas que reflejan distintas actitudes y sentimientos sobre nosotros mismos y sobre los demás. Obviamente dependerá de la situación concreta, pero en términos generales puede decirse que la postura más eficaz desde el punto de vista de la comunicación es la postura de acercamiento: inclinando hacia delante el cuerpo. Una postura activa y erguida, dando frente a la otra persona directamente, añade más asertividad al mensaje.
- **Gestos:** Se han hallado correlaciones positivas entre los gestos y la evaluación de las habilidades sociales. Acentuar el mensaje con gestos apropiados puede añadir énfasis, franqueza y calor al mismo. Unos movimientos desinhibidos sugieren espontaneidad y seguridad en uno mismo.
- **Movimiento de las piernas/pies:** Cuanto más lejos esté de la cara una parte del cuerpo, menos importancia se le otorga desde el punto de vista de la comunicación. Agitar rítmicamente los pies puede interpretarse como un deseo de marcharse, de abandonar la situación. Igual ocurre cuando se cambia la posición de las piernas.
- **Auto manipulaciones:** Se realizan de forma inconsciente y aumentan con la incomodidad psicológica, el nerviosismo y la ansiedad. No tienen ninguna finalidad comunicativa y producen un efecto negativo en el interlocutor.
- **Distancia-Proximidad:** En todas las culturas existen una serie de normas implícitas referidas a la distancia permitida entre dos personas que hablan. Todo lo que exceda o sea menor de esos límites, provocará actitudes negativas.
- **Contacto físico:** El contacto apropiado dependerá del contexto particular, de la edad y de la relación entre la gente implicada.
- **Apariencia personal:** Cuando una persona se viste de una manera particular sugiere y anticipa la clase de situación en la que espera encontrarse implicada. Está definiendo la situación por su apariencia, influyendo así en el comportamiento de los demás.
- **Movimientos de cabeza:** Cuando se vuelve la cabeza hacia un lado, sea por el motivo que sea, el resultado siempre es un corte en las señales visuales de nuestro interlocutor. Asentir con la cabeza juega un importante papel en la interacción.
- **Volumen de voz:** Por lo general un volumen bajo sugiere e indica seguridad y dominio. Los cambios en el tono y volumen de voz se utilizan para enfatizar puntos; una voz que varía poco en volumen no es muy interesante de



escuchar. Hay que asegurarse siempre de que nuestra voz llega a un potencial oyente

- **Fluidez/Perturbaciones del habla:** Pueden causar una impresión de inseguridad, incompetencia, poco interés o ansiedad. Algunos ejemplos son: existencia de muchos silencios en el discurso, empleo excesivo de palabras de relleno durante las pausas, repeticiones, tartamudeos, pronunciaciones erróneas, omisiones y palabras sin sentido.
- **Claridad del habla:** Balbucear palabras, arrastrarlas al hablar, un acento excesivo, hablar a borbotones, etc., son algunos ejemplos de patrones de habla que pueden resultar desagradables para el oyente.
- **Rapidez del habla:** Un habla muy lenta puede provocar impaciencia y aburrimiento. Por el contrario, un habla muy rápida puede generar dificultades para entender el mensaje. Cambiar el ritmo, (por ejemplo, introducir una pausa), hace la conversación más interesante.
- **Retroalimentación:** El que habla necesita saber si los que le escuchan comprenden lo que dice, si están de acuerdo, si le desagradan... Existen tres tipos de retroalimentación:
 - Retroalimentación de atención: mirando más del 50% del tiempo, distancia apropiada, postura correcta, asintiendo con la cabeza, emitiendo afirmaciones verbales.
 - Retroalimentación refleja: consiste en proyectar el significado del contenido del que habla. Es vista como empática y reforzante.
 - Expresando sorpresa, diversión, agrado, etc., tanto a nivel verbal como no verbal.

CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTOS EN ANORI S.A. E.S.P.

Anorí S.A. E.S.P. dispone de los siguientes medios mediante los cuales el Suscriptor o Usuario podrá solicitar los servicios que presta la empresa garantizando que el cliente quede satisfecho.

1. Oficinas Atención al usuario

Anorí S.A. E.S.P. cuenta con una oficina donde se realiza atención al usuario en el Municipio y oficina en las áreas a las cuales tienen acceso los clientes con el fin de obtener atención personalizada.

Factores importantes en la atención presencial

La Voz: La modulación debe adaptarse a las diferentes situaciones. Para que la



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

información sea comprensible para el cliente, la vocalización debe ser clara para que el mensaje sea entendible.

El Aspecto: La presentación personal en muchos casos puede influir en la percepción que tiene el cliente respecto a la Empresa; con el aspecto físico se mostrará una imagen Corporativa, llevando el carnet de identificación de la Empresa y el (uniforme).

Expresividad en el Rostro: Generalmente el rostro es un primer punto en el que el cliente se fija; por ello es fundamental mirar al cliente, demostrando interés, actitud de escucha y reflejar seguridad en la información que se está dando. Por otro lado, en la expresión de la cara es relevante una sonrisa que no sea falsa ni forzada pues esto le da un carácter acogedor a la atención que se está brindando.

La Postura: la postura no debe ser rígida ni forzada debe permitir mantener la columna flexible, cuello y hombros relajados.

Aspectos a tener en cuenta cuando se atiende un cliente

- Saludo “Buenos Días, Buenas Tardes”.
- Identifíquese, diciendo su nombre claramente e inmediatamente ofrezca su ayuda ¿En qué le podemos servir?
- Preséntese como una persona positiva y siempre sonriente.
- Trate al cliente por su nombre.
- Mantenga contacto visual con el cliente alrededor del 70% del tiempo.
- Logre empatía con el cliente, identifíquese con él, analice su situación desde su perspectiva.
- Trate al cliente de la manera que le gustaría que lo trataran a usted.
- Ofrezca a cada cliente el tiempo adecuado así sea la hora de salir.
- Muestre interés autentico en el problema o situación de su cliente.
- Escuche detenidamente, muéstrese como un asesor.
- Sorprenda al cliente más de lo que esperaba.
- Use un tono de voz adecuado.
- Tome una posición abierta, sin cruzar los brazos.
- No se ubique frente al cliente, sino tome una posición negociadora ubicándose un poco de lado.
- Sea amable y despídase agradecido.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente molesto



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

- Manténgase calmado.
- Escuche, deje que el cliente se exprese sin interrupciones (puede que se calme poco a poco).
- Procure averiguar que ocasionó el problema.
- No culpe al cliente, independientemente de si tiene o no algo de culpa.
- Muestre que está comprendiendo la situación.
- Trate de que el cliente salga satisfecho.
- Cuando el caso tiene que pasar a otro compañero o al jefe trate de que el cliente no tenga que explicar nuevamente la situación.
- Siempre que sea posible, convierta el problema en una ocasión para mejorar la relación con el cliente.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente polémico

- Escuchar sus quejas con atención y sin interrupciones.
- No discutir, adoptar una actitud amable, serena y tratar de tranquilizarlo.
- Tratar de aclarar sus dudas.
- Prestarle atención y que así lo perciba.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente sabelotodo

- No quitarle la razón ni discutir.
- Cuando se equivoca mostrárselo con discreción.
- Mostrarle la solución de forma que no se ofenda, incluso haciéndole ver que él ha aportado la idea.
- Adoptar una actitud serena y atenta pero no dejarse dominar.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente minucioso

- Demostrar seriedad e interés.
- Trato correcto y amable.
- Dar respuestas precisas y completas.
- Demostrar eficacia y seguridad.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente hablador

- Ser amables, pero mantener distancia.
- Ir al grano.



- Mantener sobre ellos la iniciativa y el liderazgo de la conversación.
- Dirigir nuestras preguntas a la obtención de respuestas concretas.
- Evitar seguir todas sus bromas.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente indeciso

- Necesita más dedicación que otro cliente.
- Animarle a que plantee claramente sus necesidades o quejas para evitar su insatisfacción.
- Inspirarle confianza y seguridad.
- Aceptar sus puntos de vista.
- Guiarle con preguntas abiertas y ayudarle a que se explique.
- Orientarle de forma concreta sobre la mejor opción.
- Ofrecerle pocas alternativas.

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente grosero

- Ser cortés, diga lo que diga.
- Eludir su grosería no dándonos por aludidos
- Argumentar sin hacer caso de sus provocaciones

Aspectos a tener en cuenta cuando se presenta un cliente desconfiado

- Conservar la calma y respetar sus ideas.
- Hacerle preguntas.
- Buscar puntos comunes, que le den confianza en nosotros.
- No mostrarse insistente, ni discutir.
- No afirmar nada que no podamos demostrar.
- No contradecirle.
- Darle la razón siempre que la tenga

2. Buzón de Sugerencias

Anorí S.A. E.S.P. tiene instalado en la oficina de atención al cliente un buzón de sugerencias, ubicado en un lugar estratégico, debidamente identificado y formularios donde el cliente podrá dejar, mensajes, sugerencias y/o contestar un

breve cuestionario de interés y de gran utilidad para la empresa (se podrá preguntar por los servicios prestados, la atención que se brinda, quejas, etc.) este será uno de los sistemas de seguimiento al nivel de satisfacción del cliente.





Recopilar, analizar y evaluar las informaciones expresadas por los suscriptores o usuarios del servicio, con la finalidad de usar los resultados para emprender acciones en conjunto y responder a las necesidades encontradas en los levantamientos.

RESPONSABILIDAD DE FUNCIONES

Administración, Auxiliar Administrativo y Operativos

- Velar por el uso adecuado de los formularios.
- Asistir a las personas que no saben leer y escribir y que necesiten ayuda, si desean llenar el formulario.
- La auxiliar administrativa será responsable de la custodia de la llave, del candado del Buzón de Sugerencias.
- Harán el levantamiento y registro de la información en el formulario
- Firmar el formulario una vez consensuada la validez de la información.
- Entregar el formulario diligenciado a la persona encargada
- Entregar los formularios diligenciados de todo lo que se deposite en el buzón a la administración.

Levantamiento

Los buzones se abrirán cada quince días (el quince y el treinta del mes), empezando en el mes de enero de cada año. No deben ser abiertos bajo ninguna otra circunstancia.

Teniendo en cuenta (en el caso que deban seleccionar) que NO será valedero si en el mismo ítem el usuario/a marca más de una casilla queda sobre entendido que este ítem será nulo.

Procesamiento de la información entregada a la administración

El administrador, será el responsable del análisis de la información capturada por cada uno de los reportes y dará respuesta al usuario acompañado de las sugerencias de mejora.

La respuesta puede implicar una contestación negativa o positiva, lo cual debe informarse, si esta conlleva a una implementación, es importante es que el cliente perciba que se les pone atención a sus sugerencias.



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

FORMATO BUZÓN DE SUGERENCIAS ANORÍ S.A

NÚMERO	
---------------	--

Con el objetivo de mejorar nuestros servicios le agradeceríamos **cualquier sugerencia que usted desee hacernos llegar**. También puede remitirnos desde aquí sus preguntas.

Para poder formular una queja, sugerencia o felicitación será necesario aportar los datos personales que se solicitan en el correspondiente formulario. No se tramitará ninguna queja o sugerencia en la que no se haya cumplido este requisito. **No obstante, la tramitación de la información recibida será totalmente CONFIDENCIAL.**

Nombre: _____

Apellidos: _____

Dirección: _____

Email: _____

Motivo: **Petición** **Queja** **Reclamo**

Sugerencia:



Atención Telefónica

Es uno de los medios por donde se decepcionan llamadas que la ciudadanía utiliza para solicitar información, realizar las quejas, reclamos, sugerencias, denuncias, opiniones, etc.

Factores principales en la atención telefónica

Atender el teléfono es una habilidad que se aprende. Poniendo en práctica algunas de las pautas que se describen a continuación y mostrando interés:

La voz ante el teléfono

"La voz que oye el usuario es la cara que se muestra y por tanto la imagen que se forma de la organización".

A. Adaptar el tono de voz a las diferentes circunstancias:

- En la toma de contacto de la llamada debe adoptarse un tono cálido y acogedor.
- Para detectar necesidades ha de emplearse un tono que denote interés y escucha activa.
- Si estamos argumentando usaremos un tono que demuestre conocimiento del tema y seguridad.
- Si deseamos persuadir al usuario emplearemos un tono sugerente que invite a la acción.
- Cuando nos veamos obligados a poner objeciones utilizaremos un tono más bien bajo, pero sincero y convincente.
- Ante cualquier reclamación debe utilizarse un tono conciliador y tranquilizante

B. Variar la velocidad de elocución o habla, adaptándose en cada momento a las características de la conversación:

- Resulta fundamental hablar lentamente cuando queramos que el usuario retenga bien una determinada información.
- Se debe variar en un determinado momento la velocidad del habla para enfatizar una idea, o captar más la atención del interlocutor ante lo que se dice.



- Intentar adaptar la velocidad de la conversación a las características (edad, nivel cultural, etc.) del usuario.

C. Hablando con nitidez y articulando bien las palabras:

- Una buena articulación se logra abriendo bien la boca.
- Procurar no decir algunas palabras o frases, al dar por hecho que el usuario debe conocerlas.
- Es recomendable hablar a unos tres centímetros de distancia del auricular.
- Por la voz, el usuario percibe si...Estamos escuchando atentamente y con interés si somos sinceros con él.

El lenguaje por teléfono

"El éxito de una conversación telefónica depende en gran medida de la elección de las palabras que utilicemos".

- El vocabulario ha de ser fresco y actual, pero nunca vulgar. Utilizar preferentemente el tiempo presente.
- El estilo adoptado debe ser en positivo.
- Usar siempre palabras del lenguaje común.
- Hay una serie de palabras y expresiones que deben evitarse:
- Las expresiones negativas: "*No, es imposible*".
- Fórmulas agresivas: "*No, eso en absoluto*".
- Frases de relleno: "*Eventualmente*", "*tenga paciencia*".
- Las expresiones personales: "*Está usted equivocado*".
- Los tecnicismos: "*Le voy a hacer una PQR*".
- Expresiones que denoten inseguridad: "*No sé si podremos*".

Dos elementos esenciales: la sonrisa y el silencio

"La sonrisa es un elemento fundamental para lograr la personalización del contacto telefónico."

Hay que aprender a "sonreír por teléfono". Cuando sonreímos la voz suena más atrayente, lo cual permite empatizar con el usuario, obteniendo mejores resultados de la conversación telefónica.

"El contacto telefónico puede llegar a ser muy frío e impersonal. Por ello debemos humanizar este contacto".

Los momentos de silencio servirán para:



Transmitir una actitud de escucha activa, indicando al interlocutor que estamos cerca de él, pero sin interrumpirlo.

Obtener mayor información acerca de las ideas principales o de aquellas que resultan más importantes para el usuario.

DIEZ REGLAS DE ORO PARA ATENDER CORRECTAMENTE EL TELÉFONO

1. No dejar que el teléfono suene más de tres veces. Debemos responder rápidamente si estamos disponibles; en caso contrario, pasaremos la llamada a un compañero o anotaremos el número del usuario, devolviendo la llamada a la mayor brevedad posible.
2. Contestaremos siempre saludando, identificando el servicio y ofreciendo colaboración. Anorí S.A, buenos días o buenas tardes ¿en qué puedo ayudarle?"
3. Adoptaremos una postura adecuada y sonriremos cuando la ocasión se preste.
4. Nos centraremos en la llamada, cesando toda actividad y escuchando activamente. *"Le escucho, dígame sus datos que voy tomando nota"*.
5. Tendremos a mano todos los útiles e instrumentos necesarios para resolver las llamadas.
6. Hablar despacio, otorgando al usuario un trato personalizado y amable.
7. Proporcionar una información concreta y breve sobre el tema.
8. Mostrar seguridad, interés y capacidad resolutive.
9. Si necesitamos recabar información sobre el tema, nunca debemos dejar esperando más de un minuto al usuario.

Fases de la atención telefónica

Contacto inicial

En el contacto inicial, lo más importante es el saludo donde se le da la bienvenida al usuario, y se hace una presentación con actitud de servicio.

El saludo debe ser uniforme, independientemente del funcionario que reciba la llamada para darle el carácter de homogéneo al servicio. Se compone básicamente de dos partes:

- Buenos días/tardes/
- Localización: Anorí. S.A, Oficina de atención al usuario, le habla.
- Ofrezca su colaboración "¿En qué le puedo servir?"



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co

Desarrollo de la información

El funcionario después de iniciar el contacto con el ciudadano, pasa a descubrir que es lo que realmente quiere, que información necesita. Para ello es necesario:

- Escuchar atentamente.
- Interpretar sus objeciones.
- Realizar preguntas.
- En el momento de dar información refleje seguridad, sea persuasivo, contundente, sea concluyente.
- Otro de los factores importantes es la transmisión eficaz de la información pues el mensaje se debe transmitir de forma clara precisa y comprensible.

Despedida

Es el último detalle o percepción que el cliente se lleva de la Empresa. Por lo tanto, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Usar el nombre del interlocutor (siempre y cuando sea posible)
- Agradecer al cliente por haber recurrido a la oficina.
- Invitarle a que vuelva a contar con la Empresa cuando lo necesite.
- Despedida cortés y dejando que sea el usuario el que cuelgue.

Atención página WEB

La empresa cuenta con un correo electrónico serviciospublicos@anorisa.com.co, a donde el suscriptor o usuario puede acceder, realizando sus peticiones, quejas o reclamaciones.

El correo debe contener la información básica del suscriptor: nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, si es suscriptor de la empresa el código de identificación.

Estos correos serán direccionados directamente a la administradora, para la ejecución del trámite correspondiente.

Si es el caso será creada PQR, la cual será trasladada a la dependencia que corresponda el trámite; la respuesta debe ser devuelta mediante correo a la persona encargada del servicio al cliente con el fin de culminar el procedimiento en la página WEB.



CONCEPTOS BASICOS ANTE RECLAMACIONES, PETICIONES Y QUEJAS

CÓMO ACTUAR ANTE UNA RECLAMACIÓN

Una queja es igual a una **OPORTUNIDAD DE MEJORA**. Cuando un usuario insatisfecho, se dirige a nosotros para efectuar una reclamación, está colaborando con el sistema, ya que nos permite identificar problemas y efectuar propuestas de mejora de un servicio. Por ello debemos prestar una atención personalizada.

- **Transmitiremos confianza y seguridad**, haciéndole saber al usuario que será atendida su solicitud que deseamos ayudarle y sabemos cómo hacerlo.
- **Recibiremos amablemente**, y mantendremos la tranquilidad.
- **Escucharemos activamente** para descubrir cual es el verdadero motivo de la reclamación, evitando adoptar una postura "a la defensiva" y poniéndonos en el lugar del usuario.
- **Realizaremos preguntas** abiertas y cerradas para recopilar información, delimitando el problema.
- **Confirmaremos** y verificaremos con el usuario que hemos comprendido el motivo de su reclamación. Para ello resumiremos, situando la importancia del asunto en su justa medida.
- **Pediremos disculpas**. Si hay una verdadera explicación (no una justificación), debemos ofrecerla.
- **Lo más importante** es buscar la forma de resolver el problema, si está en nuestra mano, o derivarlo a la persona competente.

SI SE TRATA DE UN ERROR, DEBEREMOS:

- **Reconocer** el error, (aunque no sea culpa nuestra), enfrentándolo con calma y seguridad.
Anticiparnos, si es posible, y corregirlo; no esperar a que el usuario se dé cuenta de que ha habido un error.
- **Adoptaremos** una actitud competente; no se trata de "rasgarse las vestiduras", ni de hablar desde una posición de superioridad.
- **Escuchar**, no responder a las provocaciones; es más práctico mantener la calma e ignorar sistemáticamente los posibles ataques.
- **Pediremos disculpas**, ofreciendo una buena explicación.
- **Tomaremos las medidas necesarias** para evitar que en lo sucesivo se repita el mismo error, si fuera evitable.



- **Daremos las gracias** al usuario, por la oportunidad de mejorar el servicio que nos brinda al presentar su reclamación.

CÓMO RECIBIR UNA CRÍTICA

En ocasiones, los usuarios realizan críticas contra el servicio o contra nuestra persona. Unas veces las críticas son ciertas, otras no. ¿Cómo actuar ante ellas?

Es en estos momentos cuando la imagen de quien atiende el público, de la Empresa y del Servicio, puede salir reforzada, o, todo lo contrario; depende de la calidad de la respuesta y de las habilidades para hacerlo.

Veamos las pautas a seguir en las distintas circunstancias:

- La crítica que realiza el usuario es **CIERTA**, pero nosotros no somos responsables del error o del problema. Ante estas circunstancias lo primero es ser conscientes de que la irritación o la queja del usuario no se dirigen contra nuestra persona, sino contra la organización en abstracto, que se ha equivocado con él. Si nos ponemos en su lugar, entenderemos mejor su actitud.

¿QUÉ HACER?

- **Escuchar activamente**, dando sensación de escucha. (Es muy importante el papel de la mirada). En cuanto nos enteremos del problema, resumirlo, **ratificar la comprensión** ("Veamos si me he enterado bien: el problema que usted me cuenta es que...") y pasar a las posibles soluciones (no dejar que el usuario insista y le siga dando vueltas).
- **No defenderse ni defender a la institución**. No perder tiempo intentando demostrarle que nosotros no tenemos la culpa. Para el usuario lo importante es la solución o la explicación al problema que plantea.

Pasar a las soluciones. A partir de aquí, pueden ser útiles dos estrategias diferentes:

- **En primer lugar, pedir opinión** "¿Y usted qué sugiere que hagamos?"; "¿Cómo piensa usted que podríamos resolver este problema?". Si el usuario propone alguna



de las soluciones que teníamos previstas, tendrá un efecto más satisfactorio que si las proponemos nosotros. El riesgo está en que apunte soluciones que no podemos dar. Ante esto, podemos utilizar la segunda estrategia. Consiste en **ofrecer una posible solución o explicación al problema, utilizando una fórmula asertiva** para hacerlo:

- "Sentimos que se haya producido este problema. Realizaremos la verificación respectiva. Ahora, lo importante es que podamos encontrar las causas de su alto consumo. Le agradecemos mucho su comprensión y su ayuda. Y le aseguramos que se hará todo lo posible para que esto no vuelva a ocurrir."
- Si el usuario no quiere aceptar la solución o explicación, **utilizar la técnica del disco rayado**: repetir el mensaje, sin alterarse, sin responder a los posibles ataques personales, ni a la irritación de la persona, sin cambiar de tema.
- "Entiendo todo el trastorno que esto provoca y de veras lo sentimos. Sin embargo, lo único que podemos hacer es realizar las verificaciones respectivas con su ayuda."

Despedirse y agradecer la colaboración.

Si está en nuestra mano, tomar medidas para que no vuelva a ocurrir.

La crítica que realiza el usuario es Cierta y, además, nosotros si somos los responsables del error. ¿Cómo asumir nuestros propios errores? Por ejemplo, le hemos dado a una persona una información equivocada.

¿QUÉ HACER?

En primer lugar, escuchar activamente. En cuanto nos enteremos bien del problema, asumir el error. Cuanto antes lo hagamos, menos tiempo daremos a la persona que nos critica para seguir insistiendo. "Tiene usted razón, le he indicado mal. Lo siento mucho."

Intentar compensarlo de alguna forma. Negarnos a peticiones excesivas como forma de reparación.

"Voy a llamar personalmente a la persona encargada para asegurarme de la información suministrada. Permítame que se lo apunte en un papel. Espero que ahora no haya ningún problema. Siento mucho lo que ha sucedido. Muchas gracias por su colaboración"



No responder a los ataques personales si se producen. Ponerse en el lugar del usuario y pensar en las veces que le habrá ocurrido algo parecido.

Utilizar la técnica del disco rayado.

Despedirse y agradecer la colaboración.

- Tomar medidas para que no vuelva a ocurrir.
- Una tercera posibilidad ocurre cuando la crítica que realiza el usuario NO ES CIERTA.

¿QUÉ HACER?

En primer lugar, y como siempre, escuchar activamente hasta enterarnos bien del problema que plantea esa persona. No anticiparnos y no presuponer lo que va a decir (esto puede hacer que nos equivoquemos y que perdamos credibilidad ante el usuario).

Una vez entendido y comprobado que no tiene la razón, hay que decírselo, utilizando un estilo de comunicación asertivo, es decir, con firmeza y con respeto.

"Entiendo que usted lo vea de esa forma, sin embargo, yo, (o nosotros), no lo vemos así. (Explicar brevemente el tema)."

- Utilizar la técnica del disco rayado.
- Emplear explicaciones breves y repetitivas.
- No salirse del tema.
- No responder a los ataques personales o a otras críticas.
- Intentar cortar rápidamente, ofreciendo alguna posible solución o alternativa.
- Despedirse y agradecer la colaboración.

CUANDO NO ENTENDEMOS LO QUE NOS DICE EL USUARIO

Nos referimos a situaciones en las que no llegamos a oír lo que expresa el usuario o no comprendemos su significado en su totalidad. En ambos casos es conveniente pedir al usuario con toda naturalidad que repita sus mensajes. Para evitar que la persona se sienta torpe o incapacitada para expresarse, conviene responsabilizarnos de esta falta de comprensión, "*Disculpe, pero no lo he comprendido, ¿puede usted repetirme?*"

Otra posibilidad es resumir con nuestras palabras lo que hemos entendido y plantear después nuestra duda, "*Entiendo que lo que usted plantea es... sin embargo, lo que no entiendo es.*"



En circunstancias de este tipo sirve de poco demostrar al usuario que no se está expresando correctamente, ya que nos puede conducir a un enfrentamiento, y lo único que conseguiremos es desviarnos del asunto que estamos tratando.

Una solución útil para facilitar la comunicación en estos casos es pedir que nos ponga un ejemplo práctico de una situación concreta. Esto nos ayudará a centrarnos en aspectos reales. - *"Sigo sin comprender muy bien, ¿me podría poner un ejemplo?"*

El hacer preguntas referentes al problema servirá también para mostrar nuestro interés por lograr una mayor comprensión y alentará al usuario a utilizar otras palabras para expresarse.

CUANDO EL USUARIO NO NOS ENTIENDE

Son aquellas situaciones en las que o bien el usuario no nos oye, o no comprende el mensaje que emitimos.

En estos casos es muy importante también no ponerle en evidencia y comprobar cuál es el motivo por el que tenemos este problema. Estas situaciones suelen vivirse de manera muy diferente, dependiendo del carácter del usuario. En el caso de usuarios tímidos, retraídos y cohibidos, vivirán estas circunstancias manifestando una conducta de huida, ocultamiento y vergüenza.

Por el contrario, las personas que presentan comportamientos más agresivos, lo harán ofendiéndose y culpando a los demás de su falta de expresión.

En el proceso de comunicación lo verdadero no es lo que dice el emisor sino lo que entiende el receptor. El desconocimiento de esta ley suele ser el origen de todas las dificultades de comunicación. La responsabilidad de una correcta comunicación es del emisor.

¿QUÉ HACER?

Cuando el problema se debe a problemas de audición del usuario podemos repetir la misma información vocalizando más y elevando el tono de voz. Si no comprende, repetiremos la idea con otras palabras. Poner ejemplos que aclaren la idea principal. Simplificar el mensaje. Aclarar una idea y cuando se comprenda pasar a la siguiente.



Evitar tecnicismos y palabras de difícil comprensión. Pedirle al usuario que nos manifieste lo que ha comprendido y preguntarle exactamente lo que no entiende. Algunos mensajes de utilidad:

- "¿Me explico?"
- "¿Consigo aclarar esta idea?"
- "Quiero decir que..."

CÓMO DECIR NO

Nuestra actitud y predisposición debe ser siempre positiva, aunque a veces es preciso decir NO a algunas de las reclamaciones, peticiones o solicitudes de los usuarios. El objetivo es conseguir que entienda que no es posible acceder a su solicitud, sin que afecte a la relación y la imagen de la empresa y del servicio. Para hacerlo debemos tener presente:

Escuchar activamente, personalizando la relación e identificándose para que la persona tenga un referente. Es muy importante que la persona tenga la completa seguridad de que hemos entendido su petición. De esta forma, la reacción al oír el NO será más positiva.

A veces los usuarios se enfadan ante las negativas y salen del centro diciendo: "Si me hubiera oído, no me habría dicho que no, pero estaba entretenido(a) con otras cosas y no me escuchó".

Recordar la importancia de la mirada para transmitir sensación de escucha.

Una persona a la que no miramos mientras nos cuenta su problema, no se sentirá escuchada.

Si la respuesta depende fundamentalmente de nosotros y no es posible acceder a la petición, debemos ser claros y explicar el porqué de nuestra negativa. Si no depende de nosotros, informar, derivar o gestionar, indicándole que la respuesta no es de nuestra competencia, pero atendiéndole adecuadamente. No argumentar ni justificar en exceso, para garantizar la comprensión del mensaje.

Escucharemos las réplicas y, si fuera posible una alternativa, acceder a ella. Si no es posible, o si no se acepta, utilizar la técnica del disco rayado: repetir el



mensaje hasta que se entienda y acepte. No responder a los posibles ataques personales, ni a las posibles críticas. Recordar que tenemos derecho a no contestar a todo. Sólo repetir la negativa y las posibles alternativas. "Entiendo que esto sea un problema para usted, sin embargo, no podemos aceptar su petición.

Estar preparados para su reacción emocional, mostrando comprensión ante ella. Dejarle hablar, no intentar que se calle, pues esto genera agresividad. Escucharle en todo momento demostrando una escucha activa.

Intentar buscar alternativas, sobre todo dando información adecuada, sin crear falsas expectativas que favorezcan conflictos posteriores. Si nos comprometemos en alguna cuestión concreta ("Ese valor es imposible, pero tenemos la opción como mínimo un pago por..."), ser cumplidores de nuestro ofrecimiento. No generar falsas expectativas, que no podamos cumplir.

Debemos intentar que el usuario al que se ha dado una negativa, perciba que existen razones o normas para ello, que somos imparciales y, sobre todo, que se le ha tratado de modo correcto y con el respeto que merece.

QUÉ HACER EN UNA SITUACIÓN DE AGRESIVIDAD

Una persona en una situación de agresividad necesita ser tratada de forma asertiva, para que su enfado empiece a disminuir y se pueda mantener con ella una conversación normal. En estas circunstancias es necesario demostrar seguridad y firmeza, pero nunca intentar ponerse a la altura de la persona agresiva. La agresividad genera más agresividad.

La calidad en la atención al público exige que, en ninguna circunstancia, debamos intentar frenar la agresividad con una actitud violenta o retadora. Primero, porque se ofrece una imagen de mal servicio y de poca profesionalidad y segundo, porque no sirve de mucho; es más, en muchos casos se produce más violencia.

Las pautas de actuación que se proponen seguir en estos casos hacen que la agresividad disminuya rápidamente. Para ello es necesario seguir este protocolo paso a paso:

¿QUÉ HACER?

- Demostrar a la persona que entendemos su enfado.



- Escuchar activamente: mantener la mirada, asentir, resumir y repetir su queja o problema.
- Esperar a que disminuya la irritación.
- No hablar hasta que la persona empiece a tranquilizarse.
- Seguir preguntando, conseguir que siga hablando. De esta forma, la temperatura del enfado empezará a bajar rápidamente.
- Hasta que no tengamos suficiente información, no creer que sepamos cuál es el problema y la solución.
- En cuanto disminuya algo la irritación, invitar a la persona a seguir hablando en una zona privada.
- Cuando empiece a calmarse, si es posible, pedirle que se siente y sentarse con ella.
- Mantener un tono de voz calmada, e incluso, ante los gritos o tonos elevados, bajar la voz.
- Utilizar la técnica asertiva del "banco de niebla" (mostrarse de acuerdo parcialmente con los argumentos del otro).
- Mantener una posición corporal firme, sin que resulte amenazadora o prepotente, ni tampoco insegura o sumisa.
- Insistimos en que mantener la mirada es una señal muy potente de seguridad y de firmeza.

Una vez que la persona se ha calmado y se han ofrecido posibles alternativas o soluciones, antes de despedirse, expresar nuestros sentimientos en relación con lo sucedido. Pedirle que en otra ocasión no se manifieste de esa forma ya que no es necesario comportarse así para ser atendido con interés y respeto.

MUY IMPORTANTE

Si creemos que la situación "se nos va de las manos" o no conseguimos que la persona se calme, pedir ayuda. Decir al usuario que otro compañero seguirá la conversación, ya que parece que no llegamos a ningún acuerdo. Explicar al compañero brevemente la situación, para que el usuario no tenga que empezar desde el principio.

POR ÚLTIMO, INDISPENSABLE TENER EN CUENTA EN LA ATENCIÓN

- Hacer sentir al cliente que se está atento, con un tono de voz empático de acogida.
- No se debe tutear al ciudadano como sinónimo de respeto pues no se le ve al interlocutor.





- Tomar nota para recordar los puntos importantes.
- Preguntar cuando no se esté seguro de haber comprendido lo suficiente.
- No interrumpir al cliente cuando está hablando.
- No sacar conclusiones precipitadas.
- Reformular los hechos importantes.
- Cuando el cliente hable, se debe hacerle entender que se le está escuchando mediante la emisión sonidos o palabras de afirmación



Dirección: Calle 30 N°29-35 Anorí- Antioquia
Teléfono: 8350169
Correo: serviciospublicos@anorisa.com.co