

# **PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL USUARIO**

## EL PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL USUARIO

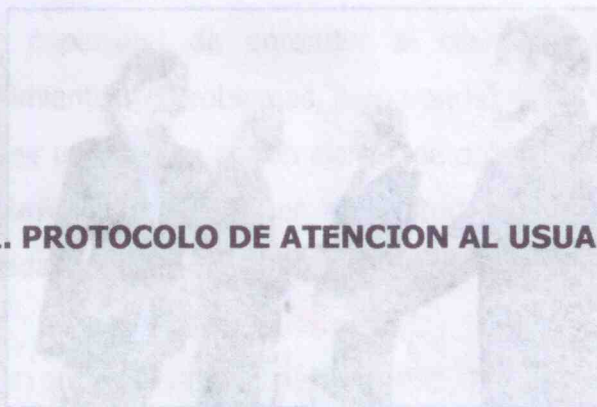
### TABLA DE CONTENIDO

- Protocolo de Atención al Usuario
- Protocolo de Atención Presencial
- Protocolo de Atención Telefónica
- Protocolo de Atención Correo Electrónico
- Atención a Clientes con discapacidades
- Atención al Cliente Interno

El presente protocolo de atención al usuario tiene como objetivo fundamental el de servir que el cliente y éste de la mano a la ciudadanía, a las entidades públicas y privadas y colaboradores de la Empresa Pública Municipal de Saneamiento Ambiental de Babahoyo a conocer los requerimientos de corteza que se deben tener en cuenta al momento de interactuar con nuestros clientes internos y externos de tal manera que les permita poder, con agilidad y eficiencia, ante los diversos planteamientos, garantizando así una atención oportuna en los canales de atención de esta al ciudadano.

## 2. PROTOCOLO DE ATENCIÓN PRESENCIAL

### 1. PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL USUARIO



El presente protocolo de atención al usuario tiene como objetivo fundamental el de ser una guía que oriente y lleve de la mano a la ciudadanía, a las entidades públicas y privadas y colaboradores de la Empresa Pública Municipal de Saneamiento Ambiental de Babahoyo a conocer los lineamientos de Cortesía que se deben tener en cuenta al momento de interactuar con nuestros clientes internos y externos de tal manera que les permita actuar, ser escuchados y orientados ante la dificultad planteada, garantizando así una atención optima en los distintos canales de atención de cara al ciudadano.



## 2. PROTOCOLO DE ATENCIÓN PRESENCIAL



La atención presencial es el primer momento de comunicación y tal vez el más importante que tiene nuestra entidad con los clientes internos y externos, porque es desde ahí donde se conocen las necesidades y deseos de nuestros usuarios, las cuales se deben atender de manera oportuna, rápida y eficaz.

Igualmente, se debe tener un buen ambiente de atención para nuestros ciudadanos desde que ingresa y salen de la entidad sin importar su raza, género, etnia o religión, por lo cual se debe tener presente los siguientes aspectos:

➤ **Actitud Positiva:** Es tener la mayor disposición para ayudar activamente al usuario y transmitir a través de una imagen plena la seguridad de que su inquietud o petición va hacer recibida y atendida.

➤ **Cortesía:** La cortesía es uno de los factores claves del servicio, es la mejor forma de ganar seguidores de nuestra entidad y mantenerlos satisfechos. La amabilidad, el respeto y los buenos modales logran una percepción buena y positiva de entidad en el cliente. Por tanto se debe incluir en nuestro lenguaje cotidiano estas palabras que siempre deben hacer parte de la comunicación con el ciudadano:

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| - Buenos días           | - Permítame un momento   |
| - Buenas tardes         | - Tome asiento por favor |
| - En que puedo ayudarlo | - Gracias                |
| - Con mucho gusto       | - Bienvenido             |

➤ **Escuchar:** es la capacidad de captar, atender e interpretar la petición que necesita el



cliente de nosotros, por eso debemos escucharlo activamente para que sea tramitada de forma conveniente por parte de la entidad, en pocas palabras es situarnos en el lugar del cliente para conocer su inquietud y así atenderla satisfactoriamente.

- **Empatía:** Es la capacidad de entender al cliente, averiguando claramente sus necesidades, sentimientos, o problemas, comprender el mensaje que nos quiere decir y así poder establecer una comunicación clara y de doble vía.
- **Personal bien informado:** conocer a plenitud la entidad, su misión, su visión y objetivos para brindar una información completa y segura sobre los productos y servicios de la EMSABA EP.
- **Asertividad:** Es expresarnos de manera amable, franca, concreta y precisa, logrando decir lo que queremos sin afectar a los demás, en el momento, lugar y forma adecuada. Es no dejarnos influenciar por nuestras emociones al momento de expresarnos y/o actuar. Una persona asertiva genera:
  - Mejores relaciones interpersonales
  - Mayor confianza en sí mismos
  - Asume mayor responsabilidad
  - Tiene un mayor autocontrol
- **Los gestos:** el lenguaje gestual, sobre todo de la cara, deberá resultar acorde a un trato de cordialidad y educado. Nunca deberán mostrarse gestos de desagrado o pereza.
- **El tono de voz:** El tono de voz y la expresión deben ser amables, utilizar palabras completas al hablar, no gritar ni mantener un tono de voz muy bajo que no pueda ser escuchado. Vocalizar y hablar despacio.
- **No estar a la defensiva:** Evite ponerse a la defensiva, no discuta con el cliente, mantenga la calma y escúchelo, si está en sus manos la solución, resuelva el problema sino páselo a un nivel superior.
- **Despedirse:** Agradecer al ciudadano o ciudadana el haber recurrido a la Institución para resolver su problema y si se le puede servir en algo más, con el gesto de darle la mano ya que manifiesta más seguridad.
- **Seguimiento:** Realizar el trámite de la petición y verificar que la misma tenga seguimiento de la información hasta que se le dé la respuesta al ciudadano.



### 3. PROTOCOLO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA



La atención telefónica inicia al momento en el que se recibe y se contesta la llamada sin dejarlo que suene el tercer timbre, ahí se abre el canal de dialogo entre los ciudadanos y la entidad y se deben seguir las siguientes normas de atención en esta vía:

- Dar el mensaje de bienvenida en el que indicaremos el nombre de nuestra entidad EMSABA EP, informar el área a donde ingresa la llamada (Área de Sistema, Oficina de Atención al Usuario, Subgerencia Financiera etc.)
- Usar el saludo apropiado según la hora del día: buenos días, buenas tardes, buenas noches.
- Dedicación "exclusiva", al momento de atender una llamada dado que es un momento muy importante para la empresa. Una mala comunicación podría hacernos perder nuestros usuarios.
- Al hablar, se tiene que procurar que el tono de voz sea natural, más bien bajo (el teléfono acentúa el volumen), vocalizar, articular correctamente y hablar despacio.
- Escuchar activamente al ciudadano cuando nos exprese su necesidad, y tener así la información completa para poderlo ayudar, dado que el teléfono es el elemento de comunicación que la mayoría de las personas eligen para contactarse y darse a conocer.
- No hacer ruidos como masticar, suspirar o rascarse. Si algún objeto se le cae recójalo después de colgar, porque en el intento se corre el riesgo de tirar el aparato, colgar la llamada e interrumpir la comunicación, lo que puede resultar molesto para el cliente.
- Durante la atención telefónica se debe brindar a nuestros clientes internos y externos una atención completa y exclusiva durante el tiempo de la comunicación.
- En la despedida, hay que agradecer la llamada y dejar al interlocutor con la sensación de no haber perdido el tiempo; deje la sensación que tanto usted, como su entidad, se interesan por las personas y ofrecen soluciones y una atención cálida y respetuosa.



#### 4. PROTOCOLO DE ATENCIÓN POR CORREO ELECTRÓNICO



La atención al cliente por correo electrónico es muy importante, porque nos permite atender en tiempo real las distintas inquietudes, sugerencias, comentarios que tengan nuestros ciudadanos en los distintos espacios, ciudades y países donde estén inmersos en su día a día.

Así mismo, se deben tener en cuenta los siguientes pasos para una correcta atención por este medio:

- Cada vez que ingrese un correo electrónico a nuestra entidad, se debe informar al usuario que su correo ingresó al sitio correcto y que será respondido de manera oportuna y eficaz dentro del tiempo establecido para ello según el asunto de su comunicación, porque esto habla bien de usted como trabajador, compañero y de la organización, ya que muestra orden, seriedad y respeto por quien lo envía.
- Cuando escriba un correo electrónico asegúrese de redactar correctamente, que lo escrito será entendido por la persona que lo recibe.
- No se debe mentir o exagerar algo al usuario, se debe ser sincero con el cliente nunca mentir, ya que es contraproducente. El cliente puede sentirse engañado, es decir la atención al usuario requiere de total transparencia, porque es la imagen viva que propaga a través del territorio sobre la entidad.
- No descuidar la atención de nuestros clientes internos y externos de este medio por ello cada respuesta que se dé por email debe ser cordial y profesional.
- Utilizar el comprobador de ortografía antes de enviar la respuesta, es de muy mala educación enviar un mensaje con errores de ortografía y demuestra falta de competencia, de seriedad y formación por parte del trabajador, además da mala imagen de la organización.
- Una vez se dé la respuesta de la comunicación enviada por el usuario la entidad debe despedirse, dándole las gracias por comunicarse con nosotros, esperamos seguir contando con su compañía y, desde luego, con sus apreciaciones.

## 5. ATENCIÓN A CLIENTES CON DISCAPACIDADES



La atención al cliente en situación de discapacidad, se debe atender con respeto, con igualdad, con una respuesta clara y oportuna a las inquietudes que nos manifiesten, siempre debemos mostrar como entidad el lado positivo de la discapacidad: centrar la atención en las capacidades en lugar de las limitaciones.

- Evitar enfoques (miradas) prolongados en aparatos como bastones o muletas etc.
- Permitir que las personas con discapacidad hablen por sí solas, evitando dirigir la palabra siempre a los acompañantes o tutores.
- Cuidar los mitos o estereotipos: evitar considerar a las personas con discapacidad como dependientes, en estado lastimoso, como objetos de veneración, peligrosa.
- Presentar a las personas con discapacidad de la misma forma multidimensional que a las demás; integrar la discapacidad de una persona en su identidad total.



## 6. ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO

**El primer mercado de una empresa es su cliente interno, donde una empresa también debe ser competitiva para luego servir al cliente externo.**



Cuando hablamos de Atención al Cliente, con frecuencia solo pensamos en el Cliente Externo. Solemos olvidar que los supervisados, compañeros y colaboradores también son Clientes Internos y merecen la misma calidad de atención que se les exige tener con los Clientes Externos.

Estos Clientes Internos pueden ser personal operativo, administrativo, gerencia media, proveedores de materia prima, etc., y son en gran medida los responsables de la Calidad que como empresa ofrecemos a los clientes externos.

El cliente interno es aquel miembro de la empresa que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma empresa a la que podemos concebir como integrada por una red interna de Proveedores y Clientes. Por ello, el Proveedor Interno deberá satisfacer las necesidades de su Cliente, de igual modo que la empresa deberá satisfacer a su Cliente Externo. Una clara conclusión que podemos extraer tanto para los Clientes Internos como Externos es que es fundamental comprender sus procesos para poder satisfacerles.

Características que ha de cumplir el Proveedor interno:

- Debe conocer el proceso de su Cliente interno
- Debe saber cuáles son sus necesidades y expectativas, es decir, debe saber qué valor ha de añadir a su trabajo para que sea apreciado por su Cliente.
- Tener mecanismos para medir tanto la satisfacción del Cliente como la Calidad de su trabajo
- Tener mecanismos para corregir las desviaciones encontradas



Características que ha de cumplir el Cliente interno:

- Comunica sus necesidades al Proveedor interno y colabora con la mejora de los procesos del Proveedor
- Acuerda con el Proveedor interno los estándares de calidad exigidos para la tarea o proceso
- Soluciona las desviaciones conjuntamente con el proveedor
- Es igual de exigente con su Proveedor interno como respetuoso con los requisitos de su Cliente interno.

Es importante conocer los tiempos, a quien acudir cuando se requiere realizar alguna gestión y cuáles son los requerimientos de mis Clientes y Proveedores internos. Para ello a de tener perfectamente definidas cuáles son sus funciones y responsabilidades en los procedimientos, instrucciones y normas, cómo ha de actuar ante desviaciones, qué criterios utilizar, hasta dónde puede llegar, etc. Podemos errar en pensar que nos han dado un "mal servicio", cuando hemos llevado nuestro requerimiento a un departamento equivocado.

Cada integrante de la empresa ha de conocer perfectamente, no solo el funcionamiento de su proceso, sino de todos aquellos a los cuales puede influir con su trabajo:

- ¿Sabe de qué depende que Ud. haga su trabajo de forma oportuna y competente?
- ¿Está consciente de cómo afectan sus decisiones a otros procesos, o cuál es el impacto de su trabajo sobre su Cliente interno y/o la Empresa?
- ¿Sabe lo que sucede con su trabajo una vez que está fuera de su correo, oficina o departamento?

La Atención Interna favorece los procesos de fortalecimiento del liderazgo, sentido de pertenencia, neutraliza e incluso evita los rumores o las especulaciones, minimiza los ruidos y distracciones y , por ende, incrementa la productividad y creatividad, motiva al talento, enfoca los esfuerzos y, premia y reconoce el éxito

Conociendo esto podemos hacer seguimiento, comprender y avanzar en los procesos relacionados, dar información veraz a nuestro Cliente externo y hacer el trabajo lo mejor posible.

Si nuestros clientes internos fueron seleccionados como el talento ideal para formar parte de nuestra empresa, se le ha capacitado, se le da la libertad de tomar decisiones y le ofrecemos nuestro respaldo, se le recompensa cuando se destaca en su trabajo entonces crearemos en él una satisfacción que lo llevará a desarrollar lealtad hacia su Empresa y ofrecerá a nuestros

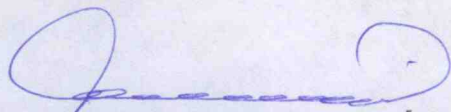


clientes externos calidad en todos sus servicios.

La buena atención al cliente interno es un arte que se debe cultivar, practicar a diario y se hace realidad en la acción cotidiana. Implica una estrategia formal y planes de acción concretos, en los cuales la comunicación interna juega un rol esencial para consolidar, transmitir y compartir los valores corporativos, cumplir la misión y alcanzar la visión planteada.

Al comprender la importancia de ofrecer un Servicio de Calidad en el interior de la Empresa, se logrará un buen Servicio al Cliente Externo. Si desea que las cosas funcionen afuera, en primer lugar debe conseguir que funcionen dentro de la Empresa.

"Si los clientes-proveedores internos dejarán la confrontación entre ellos y concentrarán sus energías en la competencia, la empresa funcionaría eficazmente"



**ING. RAMON ESCOBAR MENÉNDEZ**  
**GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE SANEAMIENTO AMBIENTAL DE**  
**BABAHOYO – EMSABA EP**