

LA COMUNICACIÓN.

La **comunicación** es la puesta en común de un mensaje.

La **atención** es acoger con interés el problema que se nos plantea, es saber ponerse en el lugar del otro.

La **información** es la resolución de la duda planteada.

En la comunicación se transmiten mensajes voluntarios e involuntarios. Dicho de otro modo se comunican hechos e ideas pero también opiniones, emociones y sentimientos.

Nuestros sistemas de valores, religiosos, filosóficos o sociales, nos proporcionan marcos de referencia por medio de los cuales nos juzgamos a nosotros mismos y a los demás.

Cada persona o cada transmisor, elabora y recibe su mensaje de acuerdo con su sistema de referencia, su mundo. Esta percepción siempre será subjetiva en mayor o menor grado y depende de diversos factores:

- **Edad:** Entraña diferentes experiencias, intereses, valores, actitudes, necesidades, formas de expresión.
- **Extracción:** ^{SOCIAL} Diferente extracción social implica diferentes necesidades, valores, esperanzas.
- **Educación:** Diferencias de conocimiento que a su vez originan diferencias de vocabulario y conceptos generales y particulares.
- **Salud:** afecta a la calidad de los cinco sentidos, energía, resistencia al cansancio, nivel de adaptación.
- **Inteligencia:** Afecta a la agilidad mental e influye en la facilidad en que

LA COMUNICACIÓN.

La **comunicación** es la puesta en común de un mensaje.

La **atención** es acoger con interés el problema que se nos plantea, es saber ponerse en el lugar del otro.

La **información** es la resolución de la duda planteada.

En la comunicación se transmiten mensajes voluntarios e involuntarios. Dicho de otro modo se comunican hechos e ideas pero también opiniones, emociones y sentimientos.

Nuestros sistemas de valores, religiosos, filosóficos o sociales, nos proporcionan marcos de referencia por medio de los cuales nos juzgamos a nosotros mismos y a los demás.

Cada persona o cada transmisor, elabora y recibe su mensaje de acuerdo con su sistema de referencia, su mundo. Esta percepción siempre será subjetiva en mayor o menor grado y depende de diversos factores:

- **Edad:** Entraña diferentes experiencias, intereses, valores, actitudes, necesidades, formas de expresión.
- **Extracción:** ^{↑ SOCIAL} Diferente extracción social implica diferentes necesidades, valores, esperanzas.
- **Educación:** Diferencias de conocimiento que a su vez originan diferencias de vocabulario y conceptos generales y particulares.
- **Salud:** afecta a la calidad de los cinco sentidos, energía, resistencia al cansancio, nivel de adaptación.
- **Inteligencia:** Afecta a la agilidad mental e influye en la facilidad en que

pueda entenderse y manipularse distintas clases de conceptos.

- **Raza:** La procedencia étnica y racial puede llevar a problemas de discriminación.
- **Religión:** Influye en los valores, la cultura y las creencias.
- **Sexo:** Afecta a la facilidad o la dificultad de comunicación con personas del sexo opuesto.
- **Formación:** Afecta a la habilidad en el trabajo, a las experiencias ocupacionales y a la utilización de una jerga o vocabulario técnico.

COMPORTAMIENTOS QUE MEJORAN NUESTRA ACTITUD CON LOS VISITANTES.

- Atender.
- Tener paciencia.
- Manifestar interés.
- Pedir explicaciones.
- Ser objetivos. Evitar prejuicios.
- Interpretar correctamente.
- Ponerse en el lugar del otro.

Para ello **DEBERÍAMOS**:

1. Tener intención de ayudar

- *El visitante no es una carga. Nosotros podemos necesitar, en cualquier momento, los servicios que ellos nos demandan.*

2. Evitar comparaciones:

- *Cada visitante es un mundo.*

3. Tener un nivel de confianza mínimo.

- *Se adquiere mediante conocimiento, información, comunicación y educación.*
- *Todo ello transmite: credibilidad, fiabilidad, seguridad.*

4. Ser concreto.

- *Información clara.*
- *Lenguaje adecuado.*
- *Evitar la divagación y la generalización.*

5. Tener en cuenta el nivel del visitante.

- *Atender al contenido y no a la forma.*
- *Adaptar la comunicación.*

6. No emitir juicios de valor.

- *Ser prudente.*
- *No prejuzgar.*

Después de ofrecer un mensaje al visitante, **DEBERÍAMOS SABER SI LO HA CAPTADO**, para ello, sería conveniente:

1. Escuchar activamente.

- *Hacer saber al visitante que le escuchamos.*
- *Repetir con palabras nuestra lo que ha dicho.*
- *Preguntar cuando hay alguna duda.*
- *Asentir mediante movimientos de cabeza.*
- *Escuchar con optimismo.*

2. Tomar notas.

- *En el estilo de quien habla.*
- *Sirve para: retener datos y detalles, y resumir el mensaje del visitante.*

3. Pedir más información:

- *Sirve para enriquecer y aclarar*

4. Reclamar ejemplos concretos:

- *Da fuerza al mensaje.*
- *Evita las confusiones producidas por una expresión verbal deficiente o una escucha inadecuada.*

5. Resumir y repetir lo esencial del mensaje transmitido por el visitante.

ASPECTOS QUE INCIDEN NEGATIVAMENTE EN LA COMUNICACIÓN CON EL VISITANTE.

- Justificarse o defenderse.
- Personalizar los problemas.
- Trabajo burocratizado.
- Colas de visitantes.
- Visitantes y/o trabajadores problemáticos.

VENTAJAS DE UNA BUENA COMUNICACIÓN.

- Apoya y estimula modos de comportamientos positivos.
- Corrige comportamientos que no favorecen ni al individuo ni al grupo.
- Aclara las relaciones entre las personas.
- Ayuda a comprender mejor al otro.

**SÓLO LA CAPACIDAD DE ESCUCHAR NOS PERMITE
DARNOS CUENTA DE LAS NECESIDADES Y DEMANDAS
QUE LOS VISITANTES REALIZAN**

La profesora de una guardería infantil, viendo la falta de respuesta de un niño cuando era llamado por algún motivo, se comunica con los padres de éste, preocupada por la posible sordera que en él había detectado ya que pensaba que sus padres no eran conscientes de esa deficiencia en su hijo. Tras una breve charla con los padres, éstos le aseguran a la profesora que esa dificultad no existe y para demostrárselo le hacen la siguiente propuesta:

“ Deje caer una moneda sobre el suelo cuando el niño esté de espaldas”. Efectivamente respondió ante ese sonido en medio de un momento de alboroto en la guardería.

**OÍMOS AQUELLO QUE ESCUCHAMOS PERO, A VECES, SÓLO
ESCUCHAMOS LO QUE NOS INTERESA OIR.**

No solamente nos comunicamos con palabras. Los gestos, las actitudes, el uniforme, el aspecto físico o incluso un perfume ayuda a comunicarnos con los demás o a levantar barreras infranqueables que impidan la comprensión mutua.

El aspecto que manifestamos a nuestros visitantes va a denotar el grado de interés, confianza, seguridad y agrado que nos dirijan como representantes del Consorcio.

Las posturas que adoptamos pueden ser un dato clave sobre nuestra personalidad y carácter y expresan nuestras actitudes con los demás:

- Inclinación del cuerpo hacia el interlocutor: atención, interés, actitud positiva.
- Inclinación del cuerpo hacia atrás: desinterés, pasado.
- Movimiento de hombros: duda, abatimiento.
- Rascarse el cuerpo: desgana.
- Agarrarse a la mesa: ante la inseguridad se intenta dar sensación de firmeza.
- Brazos abiertos al estar sentados: receptividad.
- Brazos caídos: abatimiento.
- Brazos cruzados: postura de descanso o paliza que me espera.
- Brazos atrás: descanso, falta de compromiso.
- Espalda rígida: tensión y nerviosismo.

- Manos apretadas o jugueteando: nerviosismo.
- Manos entrelazadas: frustración.
- Manos en ojiva: seguridad.
- Mirar excesivamente: superioridad, falta de respeto o actitud amenazante.
- Escaso contacto visual: falta de atención, descortesía, falta de sinceridad o timidez.
- Dejar de mirar a los ojos, bajando la vista: sumisión.

La sonrisa agrada a los visitantes pero en el momento adecuado. No porque tengamos una sonrisa "Profiden" al comienzo de la entrevista, vamos a satisfacer sus necesidades. En caso de no satisfacerlas, además, perderemos credibilidad en nuestro asesoramiento.

Hay que utilizar una sonrisa relajada y no esforzada en el momento preciso.

<p style="text-align: center;">CON NUESTROS GESTOS Y POSTURAS</p> <p style="text-align: center;">COMUNICAMOS MUCHO MÁS DE LO QUE CREEMOS</p>
--

El mensaje está integrado por las palabras y las actitudes. Cuando no hay correspondencia entre las palabras y las actitudes, se tiende a dar prioridad a estas últimas.

TRATAMIENTO DE QUEJAS Y CONFLICTOS

El problema de un visitante que queda sin resolver o al que no se le presta el debido interés, trae como consecuencia una mala imagen del Consorcio para ese visitante y para otros posibles.

- Una buena experiencia es comentada a tres o cuatro personas.
- Una mala experiencia es comentada a diez o doce personas.

La **queja** es un sentimiento o una actitud del visitante. Las quejas no se pueden tratar técnicamente, nos meteríamos en discusiones bizantinas.

La **reclamación** en cambio, al ser un argumento o razonamiento que se propone en contra de otro, parte de una situación real y justificada. Hay que tratarlas profesionalmente. Las reclamaciones son una referencia que puede servirnos para mejorar nuestro servicio al visitante.

El **conflicto** es una situación de antagonismo que resulta problemática y de difícil resolución. Nace de las deficiencias de la comunicación o bien de diferencias en la interpretación de las cosas.

No existe una forma única para resolver las quejas y reclamaciones sin embargo, hay **ASPECTOS QUE PUEDEN AYUDAR:**

- **Escuchar al visitante.** Con ello se elimina su hostilidad y comprenderemos el motivo de la queja. Hay que dejarle hablar.
- **Identificar el problema.** Determinar si es una queja o una reclamación y, en consecuencia, si debemos tratarla técnicamente o no.

- **Ofrecer una solución.** Cuando conocemos el problema del visitante, tenemos que intentar resolverlo lo antes posible:
 - Sin culpar al visitante.
 - Sin poner disculpas.
 - Sin culpar al Consorcio.
 - Sin responder con ira o agresividad.
 - Manteniendo un tono de voz que transmita seguridad y respeto.
 - Transmitiendo aceptación y apoyo.
 - Indicando qué acciones serán tomadas y cuando.
- **Comprobar la satisfacción del visitante.** Con frases como “espero que sea la información que buscaba” o “de acuerdo”.

CÓMO SOLUCIONAR SITUACIONES CONFLICTIVAS.

Las técnicas para abordar eficazmente un conflicto son la **sinceridad**, la **claridad**, la **seguridad**, la **flexibilidad** y la **capacidad de escuchar**.

Podemos definir cinco tipos o formas de enfrentarse a una situación conflictiva:

- **Complaciente** ^{quizá suavizar} (suavizar). Es adaptarse a los intereses del otro.
- **Transigente** (tolerar, aceptar). Es consentir, en parte, con lo que no se cree justo, razonable o verdadero.
- **Competitivo** (forzar). Es enfrentarse, imponer los razonamientos.
- **Elusivo** (retirarse). Es alejarse física o mentalmente del conflicto.
- **Colaborador**. Es solucionar los problemas.

La eficacia de cada uno de ellos depende de las circunstancias y de las condiciones en que se produzca el conflicto.

¿CÚANDO ES CONVENIENTE UTILIZAR CADA ESTILO?

Complaciente. Cuando cediendo en lo inmediato se pueden obtener mejores resultados futuros. En asuntos muy importantes para la otra parte y que no sean trascendentales para nosotros.

Transigente. Cuando los dos tienen algo de razón y conviene buscar el compromiso. Cuando se puede encontrar una solución mutuamente aceptada y que satisfaga parcialmente a ambas partes.

Competitivo. Cuando está de por medio el cumplimiento de normas. Cuando lo requiera el bien común o las normas éticas.

Elusivo. Cuando no se tienen a mano los antecedentes o información que nos permitan llegar a una decisión. Es una forma diplomática de dejar el problema al margen. Aplazar la cuestión para un momento mejor, o simplemente retirarse ante una situación amenazante.

Colaborador. Cuando hay posibilidades de trabajar con la otra persona en busca de una solución. Conviene cooperar siempre que sea posible.

En caso de que no podamos manejar el conflicto sería indicado solicitar la intervención o la mediación de una tercera persona (otro compañero).