

CURSO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Edición Especial “ADUANAS”

PROGRAMA GENERAL

CONTENIDO

- Tema 1 EL ORGANISMO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ACTORES**
- Presentación del curso. Contenidos. Reglas del juego. Concepto de Servidor Público. Presentación personal y expectativas de los participantes.
 - Percepción del servicio por parte de los participantes.
 - Presentación de resultados de las encuestas.
 - El cliente y el funcionario frente al relevamiento de opinión: dos percepciones de una misma realidad.
 - Evaluación por parte del grupo: Fortalezas y debilidades
 - Qué puede hacer cada participante para revertir las debilidades
 - El circuito que cumple el usuario
- Tema 2 ORGANIZACIÓN. RECURSOS HUMANOS Y ROLES.**
- Definición de Organización.
 - El funcionario público en épocas de cambio
 - Misión y visión institucional.
 - Rol desempeñado por el funcionario público.
 - Actividad y actitud desarrolladas que propenden al cumplimiento de la Misión y de la Visión.
 - Visión compartida
- Tema 3 MOTIVACIÓN, CULTURA Y CLIMA ORGANIZACIONALES**
- Concepto de motivación.
 - Teoría de Maslow
 - Motivación y desempeño.
 - Usuarios y sus necesidades.
 - Cultura organizacional y clima
 - Concepto de clima en las organizaciones.
 - Variables que intervienen en la configuración del clima.
 - Cultura, clima e impacto en el usuario
- Tema 4 GRUPOS Y LIDERAZGO**
- Concepto de grupo; características.
 - Tipos de líderes.
 - Características de un líder eficaz.
 - Breve conceptualización de Grupo.

Tema 5 EL EQUIPO DE TRABAJO Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CIUDADANO

- Concepto de equipo.
- Diferencias entre equipo y grupo.
- Tipos de equipos.
- Las 5C del trabajo en equipo.
- Etapas en la formación de un equipo.
- Actitudes que favorecen el trabajo en equipo.
- Actitudes que perjudican el trabajo en equipo.
- Ventajas de trabajar en equipo.
- El equipo de trabajo y cómo lo percibe el Ciudadano.

Tema 6 COMUNICACIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO

- Comunicación y percepción. Diferencias perceptuales.
- El esquema de comunicación.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Palabras clave para la mejor comunicación oral y escrita.
- Preguntas abiertas y cerradas.
- Escucha activa.
- Identificación del mensaje primario y secundario.
- Imagen institucional, grupal e individual.
- Paradigmas. Barreras para la comunicación.
- Medios de comunicación al ciudadano.

Tema 7 MARKETING Y SERVICIO

- Nociones básicas de marketing. Cliente interno y externo.
- Servicio. Características de los servicios. Pistas tangibles. Calidad del servicio. El factor humano
- Servicio esperado versus servicio real. La teoría del barril.
- Los tres factores clave para la diferenciación en calidad de servicios.

Tema 8 ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO

8.1 El momento de la verdad

- La era de la atención al ciudadano. El personal de contacto.
- Antes, durante y después del momento de la verdad.
- Patologías del personal de contacto.
- Identificación de patologías en cada servicio.
- Resignificación de la encuesta.
- Video del IEM

8.2 El Sistema de Atención del Ciudadano (SAC)

- El sistema de satisfacción del ciudadano.
- Ejercicios de aplicación del Sistema de Atención del Ciudadano

8.3 Atención telefónica. Manejo de objeciones

- La atención telefónica
- Manejo de quejas, reclamos y sugerencias
- Ejercicios de aplicación
- Carta: a partir de hoy...

Tema 9 EL DEBER SER DE NUESTRA ATENCIÓN AL CIUDADANO

- Propuestas de mejora:
 - La oficina de atrás: Ajustes mutuos con proveedores internos para optimizar la atención al ciudadano.
 - La oficina de adelante: Plan de trabajo para la atención al ciudadano, con asignación de roles titulares y de alternativa. Identificación de los distintos puestos de trabajo.
- Taller: Decálogo para lograr ciudadanos satisfechos

Tema 10 LA OPTIMIZACIÓN DEL FLUJO DE TRABAJO

- Análisis, discusión y selección de las propuestas de mejora.
- Propuestas y resistencias.
- La organización centrada en el ciudadano y el diseño de la estructura.
- Taller: manual de operaciones.

Tema 11 MEDICIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ATENCIÓN

- Talleres:
 - Definición de indicadores de evaluación de gestión del ciudadano y plan de mediciones.
 - Plan de relevamiento periódico de la satisfacción de los ciudadanos.
- Selección final de propuestas de mejora a elevar a la Dirección
- Conclusiones y evaluación del curso.

BIBLIOGRAFÍA

- La gestión del marketing de servicios: Principios y aplicaciones para la actividad gerencial, Pablo Fernández/ Héctor Bajac, Granica, 2003
- Marketing services: Competing through quality, L.Berry/ A. Parasuraman, The Free Press
- Servucción- El marketing de servicios, Pierre Eiglier/ Eric Langeard, McGraw Hill, 1993
- ¡Escúchame! Soy tu cliente, Ron Willingham, Prentice Hall, 1996
- Organización atenta, Joan Elías, Ediciones Gestión 2000, 1994