

4 Atención al usuario en los centros sanitarios

1. ATENCIÓN AL PÚBLICO EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

1.1. LA IMAGEN DE LA ADMINISTRACIÓN.

En todos los grupos sociales la desconfianza, la incertidumbre y el desconocimiento lleva la mayoría de las veces a la crítica de los ciudadanos hacia otros. Con el sector de la Administración y de los funcionarios públicos sucede lo mismo: se percibe una desconfianza casi generalizada acerca de toda actividad laboral pública, pero ello sobreviene como consecuencia del desconocimiento de esa actividad, que, por otra parte, es muy sencilla; sin embargo, su funcionamiento resulta muy desconocido para la sociedad, incluso para aquellos ciudadanos que frecuentan, de una u otra forma, oficinas y despachos en los que tiene relaciones con los informadores públicos.

La figura del celador implica, muchas veces, una relación humana de confianza. Pero la verdad es que la actividad de atención al ciudadano no goza siempre de la mejor imagen. Tal vez la raíz del problema esté en la falta de información del público al respecto o la no puesta en práctica de los rasgos característicos personales que todo informador público ha de tener presentes en la realización de su trabajo. En efecto, el perfil del informador público en su trabajo de atención al ciudadano está conformado por cualidades susceptibles de aprender y de mejorar con la realización del propio trabajo. Se trata, más que de unos dones naturales, de una técnica de trato con los clientes. Y esa técnica se puede aprender y mejorar con la práctica.

1.2. ¿QUIÉN ES EL CLIENTE DE LA ADMINISTRACIÓN?

En cualquier empresa podemos encontrar dos tipos de clientes muy diferenciados. El **cliente interno**, que es el empleado público que recibe servicios de otro empleado de la propia Administración. En este sentido, todos somos clientes internos, puesto que constantemente estamos recibiendo servicios de nuestra Administración. Y el **cliente externo**, que es el "consumidor" de las informaciones y atenciones al ciudadano procedentes de los informadores públicos. Es el cliente más valioso, pues sin él no tiene sentido la actividad laboral de los funcionarios. Todos somos clientes externos desde el momento en que necesitamos asesoramiento o tengamos necesidad de cualquier servicio de la Administración.

1.3. LAS ACTITUDES DEL CIUDADANO HACIA LA ADMINISTRACIÓN.

Las personas somos diferentes unas de otras debido a las circunstancias ambientales donde nos movemos, a la educación recibida, a la influencia familiar...

- Las actitudes tienen como rasgo característico el hecho de que se pueden dar de modo inconsciente, sin que la persona advierta que está actuando de un modo concreto y no de otro movido precisamente por una predisposición que está por encima de nuestra intención. Se trata de un comportamiento o estado de ánimo (positivo o negativo) que tiene repercusiones externas
- Por otra parte, las actitudes de las personas suelen ser fruto de la experiencia: la repetición de situaciones y experiencias concretas en nuestras vidas hacen que reaccionemos y nos comportemos de una determinada manera y no de otra.
- Además, la actitud puede ser objeto de aprendizaje: actuamos a veces de acuerdo con los hábitos del grupo social en el que nos movemos o al que pertenecemos, pudiendo llegar a actuar de una u otra manera sin haber tenido previamente la experiencia pertinente.

1.4. ¿CUÁNDO EMPIEZA Y TERMINA LA ATENCIÓN AL CIUDADANO?

1. **Acercamiento.** Como el cliente desconoce cómo resolver su problema, hemos de acercarnos a él como cliente potencial con la máxima profesionalidad: conocimiento del problema, capacidad de resolución, honestidad, cortesía y buen trato. Es un momento crucial de la "venta de imagen" en el que el ciudadano ha de percibir que deposita su confianza en una persona con solvencia.
2. **Emisión de la información.** El ciudadano ya es cliente nuestro pero puede desconfiar de la eficacia de nuestro servicio. Es el momento en el que el

informador público puede demostrar que, efectivamente, es merecedor de la confianza depositada por el cliente y anunciada por el informador público. La emisión de la información he de ser lo más breve posible: cuando queremos algo lo queremos cuanto antes, dentro de un tiempo razonable. Tardar más de lo razonable es darle pie para que desconfíe de nuestra profesionalidad y solvencia.

1.5. PERCEPCIÓN Y EXPECTACIÓN DEL SERVICIO POR EL CIUDADANO.

Percepción es el proceso mental consistente en seleccionar, organizar e interpretar información con la finalidad de darle un significado. La percepción es la visión de la realidad que una persona se hace. Esa visión varía en función de las circunstancias de esa persona- cliente. Desde la perspectiva de atención al ciudadano es más importante lo que se percibe que lo que se ve. De nada le sirve al ciudadano que le atiendan mal en unas bonitas, modernas y confortables oficinas.

Expectación es lo que una persona cree y puede o debe ocurrir. La expectativa está condicionada por referencias externas o experiencias anteriores

Una percepción puede ser cambiada por una expectativa o viceversa. La calidad de atención al cliente no se mide por la impresión, sino por lo que se ajusta a las expectativas del cliente, es decir, por lo que se percibe frente a lo que se esperaba.

2. COMPORTAMIENTO DEL CIUDADANO

2.1. COMPORTAMIENTO PASIVO.

Se da cuando una persona no trata de influenciar a otra, es propio de personas que no pueden tener alta autoestima, tiene miedo a actuar de forma agresiva y no dan su opinión sobre hechos y cosas, dudan incluso de decir lo que desean.

Necesitan que les facilitemos su expresión, hacerles hablar a través de preguntas abiertas y más tarde preguntas cerradas para ir concretando y tener más información.

2.2. COMPORTAMIENTO AGRESIVO.

Este comportamiento se caracteriza por ser emocional, tender a realizar juicios, buscar defectos, a obligar, a exigir... Físicamente se refleja por el movimiento continuo de las manos y brazos, levantar la voz, mal humor generalizado, el agresivo se enfadará con el primer representante de la Administrador.

No debe de perder las buenas maneras y no dar respuestas que pueden ser provocadoras, lo mejor es frenar la parte irracional de su comportamiento y negociar, conviene aplicar la escucha activa y hacer que nos preocupa.

2.3. COMPORTAMIENTO PASIVO-AGRESIVO.

Es una manera de comportarse de la gente cuando se encuentra hostil (nuestro comportamiento es igual que en casos anteriores).

2.4. COMPORTAMIENTO ASERTIVO.

Este comportamiento se da en las personas que afirman claramente, se expresa con franqueza y de manera constructiva. Es el comportamiento ideal que todos deberíamos tener siempre.

3. LA COMUNICACIÓN COMO ATENCIÓN AL CIUDADANO

En toda comunicación intervienen seis elementos básicos:

- **Emisor:** la persona que habla
- **Receptor:** la persona que escucha
- **Mensaje:** la información que se trasmite
- **Canal:** el medio por el que transmitimos la información; lenguaje oral, escrito y gestual.
- **Código:** el lenguaje en el que emitimos el mensaje (técnico, sencillo...)
- **Ruido:** es todo elemento perturbador, ajeno al emisor y al receptor capaz de entorpecer el proceso de comunicación o incluso anularlo

La comunicación ha de organizarse. Según el **emisor**:

- Planificar la comunicación
- Definir los objetivos de su mensaje
- Eliminar los prejuicios personales
- Elaborar un mensaje corto y sencillo

Nos debemos de preguntar si el **receptor**:

- Ha recibido el mensaje
- Lo ha interpretado correctamente
- Lo acepta
- Actúa en consecuencia.

3.1 AYUDAS A LA COMUNICACIÓN.

La comunicación es bidireccional, y busca la participación de nuestro interlocutor.

3.1.1. Escucha activa.

Es el conjunto de acciones verbales o no verbales destinadas a la consecución de una escucha óptima. No hemos de confundir escuchar con oír. Algunas normas para una escucha activa

- Establecer un clima agradable
- Estar dispuesto a oír a la otra persona en sus propios términos
- Estar preparado sobre el tema que se prepare
- Ser comprensivo con las circunstancias del interlocutor
- Evitar las distracciones
- Escuchar y asumir las ideas básicas
- Preguntar

3.1.2. Feedback.

Consiste en facilitar a nuestro interlocutor información sobre lo que hemos percibido o entendido lo que nos está comunicando. Mediante esa información le damos la oportunidad de aclarar su mensaje confirmado, la eficacia del feed back se queda determinada por la confianza entre el emisor y receptor.

Efectos positivos del feedback

- a) Apoya y estimula modos de comportamiento positivos, cuando éstos son reconocidos (Si no lo he entendido mal, usted está interesado...).
- b) Corrige modos de comportamiento "Nos hubiera ayudado más, si hubiera traído la carta nada más recibirla".
- c) Aclara las relaciones entre personas y ayuda a comprender mejor al otro.

3.1.3. Reformulación.

Consiste en reformular o parafrasear lo que dice el cliente. Repetimos (de forma igual o diferente) las palabras o frases emitidas por él anteriormente.

- Animamos a seguir hablando.
- Sabremos más y con más precisión las necesidades del cliente.
- Demostraremos que lo hemos comprendido bien.
- Conoceremos mejor sus motivaciones.
- Nos permitimos reflexionar lo que le vamos a decir.

3.1.4. Causas en los fallos de comunicación:

3.1.4.1. Psicológicas.

- Entendemos lo que queremos.
- Nuestro estado emocional condiciona lo que queremos decir.

- No sabemos escuchar.
- Estamos a la defensiva.

3.1.4.2. Mecánicas:

- Utilizamos un lenguaje excesivamente técnico.
- No vocalizamos adecuadamente.
- Enviamos mensajes mal elaborados.

4. REGLAS BÁSICAS EN EL TRATO CON EL CIUDADANO

4.1. ACOGIDA.

La acogida tiene cuatro partes: recepción (iremos al encuentro con una sonrisa deduciendo que nos agrada su visita), saludo, presentación, ponernos a su disposición.

En la acogida se pueden utilizar las técnicas utilizadas anteriormente (como parafrasear).

4.2. RESPUESTA AL CIUDADANO.

Una vez que hemos escuchado al cliente, el segundo paso es responderle prestándole el servicio requerido.

Explicar. Cuando un cliente se acerca a la Administración espera, entre otras cosas, recibir información precisa sobre su problema.

- Asegurarnos de información correcta.
- Evitaremos los tecnicismos, utilizando un lenguaje simple, y coloquial si nos encontramos con dificultades nos ayudaremos de gráficos y escrituras.
- No utilizaremos explicaciones aprendidas, no olvidemos que cada cliente tiene unas necesidades específicas.
- No asumir que las personas saben de temas administrativos, facilitaremos los detalles imprescindibles, pero sin aburrirles contándoles sólo lo que necesitan.
- No tratar al paciente como si fuera menos que nosotros sólo porque no conoce ciertos procesos, lo haremos de forma sencilla, amistosa y objetiva y sin manifestar signos de superioridad.
- No explicaremos nuestros problemas a los pacientes.

Convencer. Es la acción verbal intencionada para influenciar la actitud o comportamiento del ciudadano, convencer no es coaccionar. A la hora de convencer hay que tener en cuenta que los ciudadanos quieren creer lo que decimos y que a ellos les gustan tratar con alguien en quien confían.

Persuasión, no negociación. La negociación es el proceso de alcanzar un mutuo acuerdo cuando existe una disparidad de intereses. Con la persuasión intentamos convencer a alguien para que acepte una cierta posición o conclusión, mientras que con la negociación buscamos una solución rápida para ambas partes.

4.3. ¿CÓMO TRATAR AL CIUDADANO ENFADADO?

Una persona en situaciones tensas puede cambiar de estado de ánimo, llegando a perder los nervios, ante esta situación lo mejor que se puede hacer es no dejarnos afectar por el estado de ánimo del paciente, esto se puede conseguir con **escucha activa**.

- Miremos al ciudadano directamente (prestando toda nuestra atención)
- Acerquémonos a él, sin intimidarlo
- Abramos nuestras posturas, no cruzar ni brazos ni piernas, ya que puede pensar que vamos a la defensiva o que ocultamos algo.
- Mirémosle a los ojos, no demasiado tiempo que se puede sentir intimidado.

4.4. LAS RECLAMACIONES.

4.4.1. Disminuir la tensión.

- Recoger siempre con calma y consideración la reclamación, favoreciendo el diálogo.
- Permanecer calmado, no evitar la responsabilidad ni sentirse especialmente afectado
- Dejar hablar y escuchar, hace falta que el paciente vacíe su cólera, a veces puede debilitarse por sí misma al ser expresada en voz alta, quien se siente escuchado tiene más predisposición a escuchar.
- No entrar en discusión, respondiendo violentamente no conseguiremos nada.

4.4.2. Escuchar objetivamente la situación.

- Ponernos al lado del paciente. Hacerle saber que comprendemos sus dificultades y preocupaciones. Tomar notas, cuando sea necesario: esta actitud calma que siente que le estamos escuchando. También le invita a ser más prudente en sus afirmaciones.
- Establecer hechos. Hay que hacer hablar a nuestro interlocutor. Transformaremos la reclamación en pregunta, en reformulación así averiguaremos las causas, responsabilidades.

4.4.3. Proponer una solución.

En este punto habrá que hacer un diagnóstico de responsabilidad, con mucha prudencia si el cliente está equivocado, y con las excusas apropiadas si tiene razón. En cualquier caso, reconocer el error, pero proponiendo una solución que sea satisfactoria si la hubiese.

5. ATENCIÓN E INFORMACIÓN AL ENFERMO Y FAMILIARES.

La atención al enfermo y a los familiares se concreta en las siguientes funciones

5.1. ORIENTACIÓN AL USUARIO, DURANTE SU ESTANCIA EN EL CENTRO SANITARIO, REFERIDA TANTO AL PROPIO CENTRO.

- Ubicación de los Servicios y Unidades del centro.
- Horarios de los distintos servicios.
- Información a los pacientes sobre las horas de visita y consulta para la información médica.

Como referida a los servicios ajenos al Centro.

- Medios de transporte.
- Hospedería para familiares.

5.2. PROCURAR UNA MAYOR COLABORACIÓN ENTRE LOS USUARIOS Y EL PERSONAL QUE TRABAJA A SU SERVICIO.

5.3. ATENCIÓN PERSONALIZADA A FAMILIARES.

- Disminuir la preocupación de los familiares.
- Información a los familiares sobre la planta o Servicio en el que se encuentra el paciente, incidencias, tiempos de espera, traslados.
- Localización de familiares.

5.4. CANALIZAR LAS QUEJAS, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS DE LOS USUARIOS.

6. FUNDAMENTOS ÉTICOS.

Todos aceptamos la existencia de unos fundamentos éticos que obligan a los profesionales de salud en su trabajo cotidiano. La creciente complejidad de la estructura

sanitaria, los avances de la tecnología sanitaria, el número de nuevas técnicas sanitarias, la aparición de nuevas y complejas enfermedades, junto con el reconocimiento de que el paciente no sólo es un paciente sino una persona con unos derechos y libertades fundamentales. Los fundamentos éticos se estructuran hoy en dos niveles

1. Es de obligado cumplimiento, cuyos contenidos suelen estar recogidos en las leyes de los países democráticos y hacen referencia a la no maleficencia (principio que exige que todas las personas sean tratadas con el mismo respeto y consideración en los órdenes físicos y psíquico), y a la justicia (que exige que todas las personas sean tratadas con el mismo respeto y consideración en el orden social).
2. No es de obligado cumplimiento si la ley no la menciona explícitamente, pero constituye un objetivo al que los profesionales de salud, como personas civilizadas deben tener, está relacionado con la beneficencia (que supone la obligación de hacer el bien tal y como cada uno lo entiende, procurando siempre minimizar los riesgos previsibles) y con la autonomía (que defiende la necesidad de considerar a todos los seres humanos capaces de tomar decisiones por sí mismos con relación a todo lo que afecta a su modo de vida).

BIBLIOGRAFÍA.

Trinidad Olivero, L. Adiestramiento: Estilos de comunicación. Rev. LRG nov. 2003.

Cruz Moreno, M. y López Jaén, A. M. El Auxiliar de Enfermería en hospitalización. Formación Continuada Logos. 9ª Edición. Marzo 2010.

http://sescam.jccm.es/web1/ciudadanos/elSescam/MANUAL_ATENCION_USUARIO.pdf

En el momento de la impresión de este manual están vigentes todos los enlaces de Internet citados en el tema.