

Dirección General del Territorio
Marítimo y de Marina Mercante



***Normas de Interacción
con los Usuarios Marítimos
IIIª Edición***



ÍNDICE

Introducción.....	5
-------------------	---

Capítulo I

I- Atención de Público	7
II- Clientes	20
III- Tipos de Comunicación	24
IV- Cómo recoger las inquietudes del Usuario Marítimo	27
V- Cómo Abordar las Quejas	30
Anexo "A" Aspectos Relevantes Interacción	33
Anexo "B" Tipos de Público y Estrategias	35
Apéndice 1 Anexo "B" Manejo Público Difícil.....	40
Anexo "C" Listado de Elementos Críticos.....	44
Anexo "D" Productos que entrega DIRECTEMAR	46

Capítulo II

I- Procedimiento Telefónico	48
II- Procedimiento Radiotelefónico.....	58

Capítulo III

Autoevaluación de Desempeño del Propio	62
Anexo "A" del Capítulo III Lista de Chequeo.....	64



ARMADA DE CHILE

LSR 4421

Introducción

En nuestra actuación, ya sea a través del teléfono como en forma personal, el público adquiere o recibe la primera imagen de la Armada en general y de DIRECTEMAR en particular. Lo que para nosotros puede carecer de importancia o simplemente pensamos que se trata de detalles superficiales, para los usuarios marítimos puede suponer la diferencia entre un buen o un mal servicio.

Debemos tener en cuenta que una falla al interactuar con un usuario por parte de algún miembro de DIRECTEMAR, ya forme parte del personal de contacto o con cualquier otro cometido, el público extiende ese error a toda la Institución, pues considera que es fruto de la política organizativa implantada.

Lo que se quiere resaltar es que, en cualquier caso, siempre es la imagen de DIRECTEMAR la que se transmite. Cuando un miembro de la Organización, cualquiera sea su rol, habla o actúa en el desarrollo de sus funciones, compromete el prestigio e imagen de la Institución.

De parte nuestra, el mensaje o información que se proporciona debe reflejar y transmitir:

- Amabilidad y respeto hacia el interlocutor.
- Voluntad de servicio.
- El accionar facilitador de la Autoridad Marítima para el desarrollo y crecimiento de los Intereses Marítimos.
- Reflejar un acabado conocimiento sobre la materia que se consulta.



Directemar, un Servicio de Excelencia

Introducción

¿A quiénes está dirigido?

Estas Normas están dirigidas a **todo el personal** que trabaja en nuestra Organización y, en forma muy especial, al que interactúa en forma directa con los usuarios marítimos ya sea en oficinas, Mesonlit o en inspecciones, patrullas terrestres o marítimas.

¿Cómo se ha de interpretar?

Se trata básicamente de un referente de normas o estándares de calidad y es aplicable como criterio de muchas situaciones de atención de usuarios y recomendaciones en cuanto a la mejor manera de actuar en el tema de las relaciones personales.

Las fórmulas de cortesía propuestas pueden y deben variarse según el transcurso de la conversación, el interlocutor, etc., acercando la conversación a nuestra forma de actuar.

6

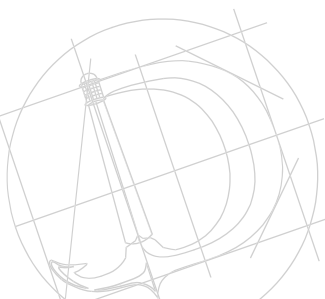
Todas las personas que trabajan en DIRECTEMAR deben asumir y adoptar estas normas desde el momento de su publicación.

¿Quiénes son los responsables?

Los Comandantes de Unidades, los Capitanes de Puerto, los Gobernadores Marítimos, los Directores Técnicos, los Jefes de Oficinas, de Departamentos, de Servicio y Jefes de Reparticiones serán los responsables de fiscalizar y motivar el cumplimiento de los procedimientos aquí indicados.

¿Cuál es la utilidad de esta publicación?

Mejorar el logro de los objetivos que se ha planteado la Autoridad Marítima en áreas tales como de atención a público, inspecciones y fiscalizaciones, etc., y ser un referente para la evaluación de dichas áreas para asegurar calidad al “Dar un servicio público de excelencia”.

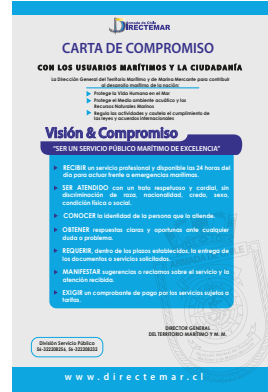


Capítulo I

I.- ATENCIÓN DE PÚBLICO

A.- GENERALIDADES

Se entiende por Atención de Público a toda interacción o relación entre un miembro de la Organización y un usuario marítimo. De modo que no sólo el personal que trabaja en el mesón de atención de público, sino que también lo hace el personal que ejecuta labores de inspección en tierra, abordaje, en actividades de practica o pilotaje, las personas que reciben documentación, atienden visitas o los que cumplen labores de apoyo como chóferes, mecánicos, abastecimientos, etc.



En este aspecto, es necesario tener presente lo que la Organización Marítima ha difundido, una Carta Compromiso con los usuarios marítimos y la ciudadanía en la que asegura a éstos los siguientes derechos:

I.- Atención de Público

- **Recibir un servicio profesional y disponible las 24 horas del día para actuar frente a emergencias marítimas.**
- **Ser atendido con un trato respetuoso y cordial, sin discriminación de raza, nacionalidad, credo, sexo, condición física o social.**
- **Conocer la identidad de la persona que lo atiende.**
- **Obtener respuestas claras y oportunas ante cualquier duda o problema.**
- **Requerir, dentro de los plazos establecidos, la entrega de los documentos o servicios solicitados.**
- **Manifestar sugerencias o reclamos sobre el servicio y la atención recibida.**
- **Exigir un comprobante de pago por los servicios sujetos a derechos y tarifas.**

8

Los conceptos indicados en la Carta Compromiso, deberán guiar el actuar de “todo el personal del Servicio del Litoral”, siendo responsabilidad de las respectivas jefaturas, orientar y exigir el cumplimiento del compromiso asumido con la comunidad.

En el Anexo “A” de este capítulo se presentan los aspectos relevantes que se deben tener presentes cuando los miembros de nuestra Organización, en cualquiera de sus ámbitos de acción, deban interactuar con el usuario marítimo.

B.- ESTRATEGIA DE ATENCIÓN AL PÚBLICO

Para potenciar la entrega de un servicio de excelencia se ha determinado como Estrategia de Interacción el cultivo de las siguientes “actitudes”:



Directemar, un Servicio de Excelencia

Capítulo I

“PROACTIVA”: esto significa que nos hacemos cargo de dar una respuesta, de resolver y satisfacer la expectativa del cliente interno y del usuario marítimo.

“AMABLE”: debemos ser cordiales y tener un comportamiento positivo con otros integrantes de la Organización y con los usuarios marítimos.

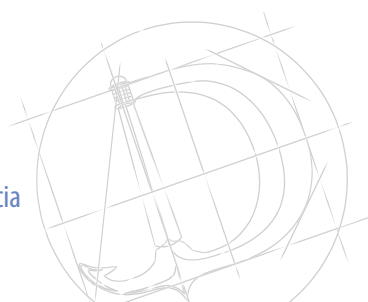
“SIMPLE”: debemos preocuparnos por hacer las cosas sin complicaciones y sencillas para facilitar la satisfacción de los requerimientos internos y externos.

“INFORMADA”: debemos conocer al revés y al derecho las funciones, reglamentos, leyes, procedimientos asociados al cargo que estamos ejerciendo y conocer en detalle “el negocio” de nuestros clientes.

“ORIENTADA”: nuestra atención debe estar centrada en la persona y en el Servicio que ofrecemos al cliente, atendiéndolo como a cada uno de nosotros nos gusta que nos atiendan y haciendo el mejor esfuerzo por cumplir con sus expectativas, dentro de la actividad que esta desarrollando.

“NATURAL”: debemos actuar y demostrar seguridad en nuestro accionar a través del conocimiento de las leyes, reglamentos, productos, servicios, procedimientos vigentes y proyectar una imagen impecable.

El detalle de las actitudes que debemos encarnar en nuestro diario quehacer, para reflejar la estrategia indicada y los principios básicos de toda interacción con los clientes internos y/o externos se muestra en el siguiente cuadro.



I.- Atención de Público

Anexo “A” ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES: INTERNOS Y EXTERNOS

Actitud	Norma	Principios Básicos de toda INTERACCIÓN con el “CLIENTE”
Proactiva “Hazte Cargo”	“Brinde una solución al usuario en el primer contacto”	- Resuelva su necesidad integralmente. Si no está a su alcance hacerlo, pida ayuda, pero recuerde que la <u>responsabilidad</u> de satisfacer la necesidad del cliente sigue “Siendo Suya” - Cumpla los compromisos adquiridos con el cliente. Lleve a cabo, integralmente, las expectativas ofrecidas. - Atender a un usuario es una oportunidad de conocerlo más y obtener información de él y de la actividad que realiza: Identifíquelo.
Amable “Actitud Positiva”	“Sea siempre cordial y positivo con el usuario”	- Anticípese al cliente, establezca el primer contacto, <u>mantenga</u> una sonrisa cordial mientras lo atienda y acoja al usuario demostrándole disposición de ayudarlo - Mire al usuario a los ojos - Mantenga un trato formal con el usuario. Trátele de usted o por su nombre. - Al momento de la despedida reitere su nombre y oriéntelo sobre las facilidades que existe en la Organización para que desarrolle su actividad.
Simple “Hazlo Fácil”	“Preocúpese de hacer las cosas simples y fáciles para el usuario”	- Utilice un lenguaje sencillo y cercano. - No utilizar conceptos técnicos. En caso de hacerlo, explíquese los con ejemplos. - En cualquier oportunidad que interactúe con el usuario marítimo indíquelo cual es el camino mas expedito para sus requerimientos futuros.
Informada “Conoce Tú Cargo”	“Recuerde que en INTRANET está la información mas actualizada”	- Conozca al revés y al derecho las funciones, reglamentos, leyes y procedimientos asociados a su cargo. - Conozca las funciones y el quehacer de los cargos de las personas que trabajan en su departamento / oficina - Conozca el “Negocio de sus Clientes” - La información que entregue al usuario debe ser actualizada. - Cumpla con los procedimientos establecidos, aunque se sienta presionado por un usuario molesto. - No descalifique a otras áreas de la Organización. Es una actitud CONTRARIA a la buena atención. - Recuerde que parte de su rol es dar la señal de alarma a la Organización cuando detecte inconsistencias o errores.
Orientada “Ponte en su Lugar”	“Atienda al usuario como a Ud. le gustaría que lo atendieran. Cumpla con las EXPECTATIVAS que él tiene”.	- El tiempo del usuario es tan importante como el suyo por lo que la espera debe ser lo más breve posible. - Cumpla con los plazos establecidos para la entrega de documentos. - Personalice la atención con la información que tenemos sobre el usuario. Entienda las emociones del usuario y actúe en función de ellas - Escuche atentamente al usuario. Haga preguntas para ratificar que entendió su requerimiento. - De soluciones a los requerimientos planteados y muestre disposición para explicarle y orientarlo. - Brinde una atención exclusiva al cliente, escuchándolo atentamente y evitando distracciones. - Cumpla los compromisos adquiridos con el usuario.
Natural “Proyecta Credibilidad”	“Proyecte una IMAGEN <u>impecable</u> en la forma de relacionarse con él, basado en el dominio que Ud. tiene de las materias profesionales”	- Proyecte una imagen impecable para el usuario, recuerde que él está viendo en Ud. A la ARMADA DE CHILE - Establezca una relación sincera con el cliente, entréguele toda la información pertinente - Demuestre seguridad frente al usuario, a través del conocimiento de las leyes, reglamentos, productos, servicios y procedimientos vigentes. - Utilice posturas, gestos y signos del lenguaje no verbal para potenciar su imagen.

Capítulo I

1.- Concepto de Atención

El concepto de atención a público en las Capitanías de Puertos es el de “una ventanilla única” donde hay un mesón de atención que tiene como máximo cuatro estaciones de trabajo (Personal Marítimo, Naves, Recepción y Despacho y Concesiones Marítimas y la Caja de Recaudaciones). El número de estaciones dependerá del grado de actividad de cada repartición y también de su dotación.

Los usuarios se atienden por orden de llegada y lo atiende la estación de trabajo que esté libre, lo que se requiere es brindar una atención rápida e integral que satisfaga todos los requerimientos que le formule el usuario al que está atendiendo. Para lo anterior, es fundamental que el personal que se desempeña en el MESONLIT domine los procedimientos y estén disponibles en el navegador. El lema “Pagado y Servido” refleja muy bien lo que se pretende.

No es aceptable que una estación no esté atendiendo y en otra exista una fila de personas, como tampoco lo es, el no dar cumplimiento a la entrega de la documentación contempladas en la Directiva G 02/004 “Establece Plazos y Tiempo de Respuesta para la Entrega de Documentación a Usuarios del Servicio Público Marítimo”, porque no está delegada la firma de documentos en ausencia del titular.

El personal que interactúa con el usuario marítimo siempre debe proyectar una IMAGEN impecable, que su presencia y su escritorio estén ordenados (pelo, maquillaje, uniforme, identificación). Mantener un rol ejecutivo y cercano, sin relatar jamás aspectos de su vida personal al usuario. Al responder el teléfono se debe indicar la repartición, el cargo y su nombre.

Nuestra ACTITUD debe reflejar la “Estrategia de Interacción” y para ello debe Tratar de Usted a su cliente (interno o externo), mírelo a los ojos y atienda SIEMPRE con una SONRISA. Brinde una atención exclusiva, escuchándolo atentamente y evitando distracciones. El tiempo de espera del usuario debe ser lo más breve posible y utilizar un lenguaje simple, sencillo y cercano.

I.- Atención de Público

2.- Proceso de Atención al Usuario

Una de las cosas más importantes en el proceso de atención es la limpieza y orden en todas las instalaciones, especialmente en aquellas destinadas para atender público.

El área debe tener una disposición adecuada del mobiliario para una rápida atención, evitando la presencia de elementos que puedan distraer las actividades que se están desarrollando. Los escritorios y la documentación a la vista de los usuarios (hojas, documentos, carpetas, archivadores) deben estar ordenados y limpios. Las dotaciones que atienden público, no debieran atender teléfonos fijos, móviles o equipos de radio.

Es aceptable tener en el área de atención de público una música agradable y a un volumen moderado, que no dificulte la interacción con los usuarios marítimos.

Se debe tener un amplio dominio de las diferentes materias que le pueden consultar y un acceso rápido a materiales o documentos para proporcionar información y contar con todos los elementos para satisfacer las diferentes necesidades.

Todo el personal que interactúa con el usuario marítimo debe portar su placa de identificación, para que éste sepa con quién está hablando.

C.- PROTOCOLO DE ATENCIÓN A PÚBLICO

El procedimiento que debemos emplear cuando atendamos público es:

1.- Fase de Bienvenida

(Saludar, presentarse, identificar, acoger)

Es recomendable siempre anticiparse al saludo del usuario para establecer el primer contacto de una forma cordial y presentarse. Si no conoce al usuario pídale su nombre para personalizar su atención y demuestre su disposición a ayudarlo.



Capítulo I

El tiempo de espera debe ser el mínimo posible.

Se puede hacer esperar al interesado cierto espacio de tiempo siempre que él entienda que es por un motivo justificado tal como hablar con otra persona, etc., siempre y cuando Ud., le haya dicho algo como:

- Un momento, por favor.
- Discúlpeme un minuto, por favor.

Siempre se debe atender a las personas por orden de llegada, de no ser así puede crear susceptibilidades en el resto del público presente. En caso de esperar una entrevista agendada, prepárese para que ella no altere sus actividades normales.

Sonría y cuide su tono de voz. Muestre actitud comprensiva y atenta. Esté siempre dispuesto a crear un clima positivo, de seguridad y tranquilidad que facilite la libre expresión de la solicitud del usuario.

Las primeras palabras imprimen el tono al resto de la conversación.

Se recomienda utilizar una fórmula similar a: “¿En qué puedo ayudarle?”

Tenga presente el tipo de público, sus características y las estrategias de trato que se indican en el “Anexo C”, para una mejor interacción con los usuarios marítimos.

2.- Fase de Gestión

(Identificar, entender, solucionar y sintetizar)

Escuche sin interrumpir. Póngase en el lugar de la otra persona, sea empático. Asienta. No contradiga. Haga preguntas para conocer sus requerimientos. Esclarezca confusiones. Si la gestión está a su alcance, solúciónela de inmediato. Informar al usuario la documentación, trámites y acciones necesarias para poder prestar el servicio adecuado a su solicitud, indicándole los plazos involucrados, de acuerdo con la Directiva G- 002/04.

II.- Tipos de Comunicación

Explique de manera clara y simple la solución acordada y asegúrese que el usuario haya entendido totalmente la información que se le entregó, en un lenguaje simple pero preciso.

Si es necesario, entréguele por escrito la información (es lo deseable en el mayor de los casos).

El usuario marítimo debe sentirse comprendido en su demanda cualquiera sea ésta. Calme sus preocupaciones e intente minimizar el problema. De nuevo, póngase en su lugar. Nunca trate al usuario como si él fuera el problema.

Explíquelo claramente cuál es el problema y su solución. Si lo anterior no es posible de inmediato, comuníquelo lo que va a hacer para solucionar su problema.

Tome nota si hay posibilidad de mejorar el servicio y posteriormente, hágalo saber a su superior directo (muy importante). Intente solucionar cualquier problema que el usuario manifieste o presente en relación a su trámite, conociendo y haciendo uso de todas las facultades disponibles del cargo.

En caso de no poder solucionar el problema mediante las vías anteriores, informar a la autoridad inmediata al respecto. Nunca culpe a otros del problema. Si el error es del Servicio, asúmalo y revierta la situación inmediatamente. Ofrezca disculpas por el error cometido.

3.- Fase de Despedida (Despedirse, orientar)

Entregar la documentación solicitada. Informar al usuario sobre posibles trámites futuros que necesite realizar y sobre dificultades que podrían presentarse. Indicar la fecha en que debe retirar su documentación. Despedirse cordialmente.

A continuación, se presenta en forma esquemática las etapas, procedimientos y actitudes que debemos reflejar ante nuestros clientes.

ETAPAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES EN LA INTERACCIÓN CON EL USUARIO MARÍTIMO QUE ACUDE A LA REPARTICIÓN.

Etapas	Procedimiento	Actitud específica en cada etapa	Actitud General
BIENVENIDA	Saludar	Anticiparse al usuario para establecer el primer contacto.	<u>IMAGEN</u> - Proyecte una imagen impecable, que su presencia y su escritorio estén ordenados (pelo, maquillaje, uniforme, identificación). - Fijese siempre en su dicción y vocabulario. - Mantenga siempre un rol ejecutivo y cercano, sin relatar jamás aspectos de su vida personal al usuario. - Al contestar el teléfono indique la repartición, el cargo y su nombre. <u>ACTITUD</u> - Trátelo de Usted, mírelo a los ojos y atienda SIEMPRE con una SONRISA. - Brinde una atención exclusiva, escúchelo atentamente y evitando distracciones. - El tiempo de espera del usuario debe ser lo más breve posible. - Utilice un lenguaje simple, sencillo y cercano
	Presentarse	Saludar cordialmente y presentarse.	
	identificar	Si no lo conoce, pídale su nombre, para personalizar la atención.	
	Acoger	Demuestre disposición a ayudarlo. ¿En que puedo atenderlos....?	
GESTIÓN	Identificar	Generar un clima de confianza con el usuario, obtener información de él	
	Entender	Escuchar atentamente, hágale preguntas para indagar acerca de su requerimiento	
	Solucionar	Ratifiquele su requerimiento para demostrarle que lo entendió. Infórmele lo que está haciendo, así demuestra interés y atención. Si la gestión está a su alcance solúciónelo de inmediato, de lo contrario infórmele el plazo. Demuestre seguridad al usuario con sus conocimientos profesionales Explíquelo de manera clara y simple la solución acordada.	
	Sintetizar	Confirme que la solución acordada sea lo que el usuario necesita. Cierre la atención con una síntesis de la gestión y pregunte SIEMPRE si tiene otra necesidad. Invite al usuario a que complete el formulario de satisfacción	
DESPEDIDA	Despedirse	Despidase cordialmente.	
	Orientar	Indíquele cual es el canal mas expedito en caso de que tenga un futuro requerimiento.	

II.- Tipos de Comunicación

D.- PROTOCOLO DE UNA INSPECCIÓN A UN USUARIO MARÍTIMO

1.- Fase de Presentación

(saludar, presentarse, identificar, acoger)

Efectuar un saludo cordial pero formal y presentarse o identificarse (grado, nombre, repartición).

Identifique a su interlocutor si no se conocen, o llámelo por su nombre, para que la persona se sienta acogida.



Sonría y cuide su tono de voz. Muestre actitud comprensiva y atenta, esté siempre dispuesto a crear un clima positivo, de seguridad y tranquilidad que facilite la libre expresión durante la inspección.

2.- Fase de Gestión

(informar, inspeccionar, sintetizar)

Las primeras palabras imprimen el tono al resto de la conversación. Explique claramente lo que va a realizar.



Solicite al usuario la documentación y acciones necesarias para efectuar la inspección.

Recepcione la documentación, revísela detalladamente, verifique su autenticidad y las dudas que se le presenten, pregúntelas cordialmente.

Capítulo I

Efectúe la inspección en terreno e invite a que el usuario lo acompañe, si lo estima conveniente o necesario. En caso de encontrar observaciones, explicarle al usuario claramente cuál es el problema y qué debe hacer para su solución.

Escuche sin interrumpir las explicaciones. Póngase en el lugar de la otra persona. Asienta. No contradiga. Haga preguntas para conocer los hechos. Esclarezca confusiones.

Asegurarse que el usuario haya entendido totalmente la información que se le entregó, en un lenguaje simple pero preciso.

Tener presente las indicaciones contenidas en el Apéndice “1” al Anexo “B” de este capítulo “Manejo de público difícil”.

3.- Fase de despedida (despedirse, orientar, registrar)

Una vez finalizada la fase de inspección y si se ha detectado una falta, citar al infractor a la Capitanía de Puerto, retirándole su licencia e informándole que dicha cita-

ción le servirá para desempeñarse en su actividad hasta la fecha que deberá presentarse en la Capitanía de Puerto.



Despedirse cordialmente.

Al arribar a la Capitanía de Puerto o al puerto base, se debe registrar en las bases de datos correspondientes las tareas realizadas y entregar a la Fiscalía Marítima Menor las citaciones emitidas con las licencias retiradas, objeto dicho cargo las incorpore a la aplicación y prepare los antecedentes para la justicia.

En la siguiente página, se presenta en forma esquemática las etapas, procedimientos y actitudes que deberán reflejar ante los usuarios marítimos en una inspección.

I.- Atención de Público

ETAPAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES EN LA INTERACCIÓN CON EL USUARIO MARÍTIMO EN UNA INSPECCIÓN O FISCALIZACIÓN.

Etapas	Procedimiento	Actitud específica en cada etapa	Actitud General
PRESENTACIÓN	Saludar Presentarse Identificar Acoger	• Anticiparse al usuario para establecer el primer contacto. • Saludar cordialmente y presentarse. • Si no lo conoce, pedirle el nombre para personalizar la atención. • Demostrar disposición a ayudarlo.	<u>IMAGEN</u> • Proyectar una imagen impecable. Que su presencia y tenida sea impecable (uniforme, identificación, equipos, libreta). • Fijarse siempre en mantener una dicción y un vocabulario acorde con su función. • Mantener siempre un rol ejecutivo, pero amable.
GESTIÓN	Informar Inspeccionar Sintetizar	Generar un clima de confianza con el usuario y explicarle en que va a consistir su inspección. Escuchar atentamente las preguntas e indagar acerca de la materia de inspección. Solicitar la documentación y las acciones necesarias para realizar su cometido. Revisar detalladamente la documentación presentada. Verificar su autenticidad y preguntar cordialmente las dudas que se presenten. Efectuar la inspección en terreno. Invitar al usuario que lo acompañe, si lo estima necesario o conveniente. En caso de observaciones explicarle al usuario claramente cual es el problema, que debe hacer para solucionarlo y el plazo que tiene para hacerlo. Mostrar seguridad ante el usuario de los conocimientos profesionales que Ud. posee. Explicar al usuario el resultado de la inspección y asegurarse que el usuario comprendió la información que se le entregó. Cerrar la inspección con una síntesis de la gestión y preguntarle SIEMPRE si tiene otra necesidad o duda.	<u>ACTITUD</u> • Tratar al cliente de Usted. Mirarlo a los ojos e interactuar SIEMPRE con una SONRISA. • Brindar una atención exclusiva. Escuchar atentamente lo que dice. Evitar distracciones. (teléfono celular) • Utilizar un lenguaje simple, sencillo y cercano • Reforzar la Estrategia de interacción con un lenguaje corporal tranquilo pero firme y decidido.
DESPEDIDA	Despedirse Orientar Registrar	• Despedirse cordialmente. • Indicarle cual es el canal mas expedito en caso de dudas o consultas. NO OLVIDAR : !!CERRAR LA INSPECCIÓN INCORPORANDO LO QUE SE HIZO A LA APLICACIÓN CORRESPONDIENTE !!	

Capítulo I

E.- CÓMO MANTENER LA INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO

1.- Analizar el lenguaje corporal

Intentar adivinar a través de sus gestos posturas y ademanes si el usuario está cómodo, insatisfecho con la información recibida o si no se atreve a preguntar, etc. (Vea detalles en Título II).

2.- Tratamiento de tú / usted

Al Usuario Marítimo se le tratará siempre de usted. Es importante hacerle sentir cómodo y un trato cordial evitará que se encierre en sí mismo, a la hora de realizar nuevas demandas o explicar adecuadamente lo que requiere.

3.- Proporcionar información complementaria y sugerirle ayuda

Aparte de la que soliciten, se le proporcionará otra adicional, pues lo normal es que desconozcan (y por eso no preguntan) muchos datos importantes.

4.- Preguntar con delicadeza

En muchas ocasiones será necesario realizarles algunas preguntas para precisar sus demandas. Se han de efectuar cuidadosamente, pues muchas personas pueden pensar que se trata de una intromisión, por ejemplo, para efectuar un determinado trámite: Ud. me podría indicar...

5.- Escuchar de forma activa

Mediante gestos (asentimientos con la cabeza, muecas, etc.) o frases cortas, se le dará a entender al usuario, que seguimos atentamente su conversación.

F.- CÓMO FINALIZAR UNA CONVERSACIÓN

Es la parte que mejor quedará grabada en el solicitante. Por ello, al igual que en una atención telefónica, la despedida debe ser atenta y amable.

No se puede alargar demasiado la conversación sobre todo si hay más personas a las que atender.

Quando sea el usuario que concurre a solicitar un producto, normalmente se dejará a él la iniciativa de la despedida. De lo contrario, puede parecer que nos incomoda su presencia.

II.- Los Clientes

Si nuestro interlocutor no concluye por su propia voluntad, se le explicará educadamente que hay otras personas que requieren de nuestros servicios.

Para el caso de las inspecciones, el fiscalizador tomará la iniciativa y se despedirá cordialmente como se indicó.

G.- ELEMENTOS NECESARIOS PARA UNA ATENCIÓN DE EXCELENCIA

En Anexo “C” se indican aquellos elementos que deben estar siempre operativos porque son trascendentes para dar un servicio público de excelencia.

II.- LOS CLIENTES

Por la importancia que tienen las personas en el logro de los objetivos de calidad de servicio, las organizaciones reconocen dos tipos de clientes:

El Cliente Interno y el Externo:

- Son **“Cliente Internos”** todas las personas que trabajan al interior de la Organización y que reciben de otro funcionario algún producto o documento que debe ser procesado o utilizado para cumplir sus funciones.
- Son **“Clientes Externos”** todas las personas ajenas a la Institución que requiera de nuestros servicios para satisfacer alguna necesidad o realizar su trabajo.

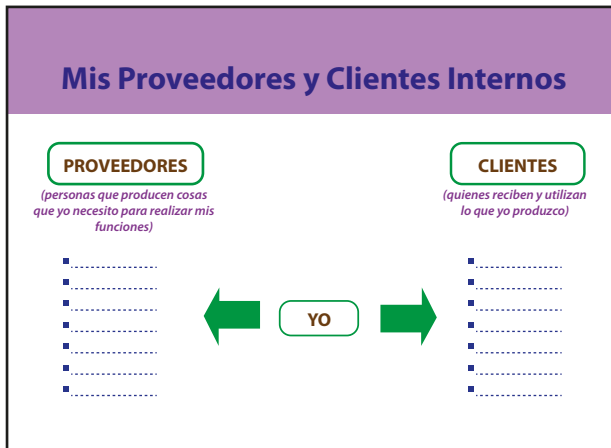
A) El cliente Interno.-

Cada integrante de la Organización es un Cliente Interno que actúa como “Proveedor y Cliente” al ejecutar sus labores diarias. Actúa como “Proveedor” cuando ENTREGA materiales, información o servicios a otros integrantes de la Organización o a los clientes externos y como “Cliente” cuando RECIBE de un integrante de la Organización, materiales, información o servicios para realizar o cumplir sus funciones. Entonces, el trabajo que realiza cada uno es un proceso, que forma parte de una gran cadena organizacional.

Capítulo I

Como las personas son el corazón de las organizaciones y en nuestro trabajo diario formamos un gran cadena de la que depende la calidad del Servicio hacia el usuario. Cada eslabón es muy importante en la cadena de Servicio y, si alguien falla, es la sección, es la oficina, es el departamento, es la Capitanía de Puerto, es la Gobernación Marítima, es la Dirección Técnica o es la Dirección General la que falla.

Por lo anterior, debemos saber quiénes son nuestros clientes y quiénes son nuestros proveedores (que pueden ser de mi repartición o de otras reparticiones marítimas) con el propósito de entregar un trabajo de excelencia para ellos y contribuir de esta manera al logro de la visión que aspira DIRECTEMAR. Les proponemos hacer un listado de ellos y ponerlo a la vista en nuestro lugar de trabajo.



Hecho la anterior, es fácil darse cuenta que el trabajo de cada persona de la Organización (sección, oficina, departamento de unidad a flote o repartición), por menor que uno crea que es, forma parte de un gran proceso que termina en la entrega de un servicio de excelencia. Tener presente lo indicado valora y refleja la importancia de lo que cada uno hace, razón suficiente para que cada uno, en lo que le toca, se esfuerce para dar lo mejor de sí.

II.- Los Clientes

Para trabajar mejor es conveniente tener presente que los clientes, en general, se clasifican en:

1) **Por su personalidad:** En **Introvertidos:** personas que contienen emociones antes de expresarlas, analizan, investigan, orientados a la tarea; **Extrovertidos:** que expresan las emociones, ponen ideas en acción, son buenos actores, vendedores, políticos y son orientados a la gente y **Combinados:** que combinan características del introvertido y el extrovertido, se ajustan más rápidamente a la vida. Son exitosos, buenos profesores y son ejecutivos.

2) **Por su Orientación a la Gente o Tarea:** Son personas Dominantes, directivas, enfáticas con lo que hacen, enfocados a que se haga el trabajo. Tienen necesidad de retos, control, estar a cargo. Buscan siempre mejorar ideas y hacer las cosas; **Orientados a la gente y su desempeño:** Son impulsivos, influenciadores, aman el reconocimiento y ser centro de atención. Necesitan reconocimiento, aprobación, popularidad. Buscan persuadir a otros; **Orientados a la Gente y su apoyo:** son un soporte, constante, Trabajan en equipo. Tienen Necesidad de seguridad, aprobación. Son ordenados y eficiente; **Orientados a la Tarea y sus resultados:** Son competentes, cuidadosos, necesitan averiguar el porqué de las cosas. Tienen la necesidad de hacer las cosas con calidad, excelencia y consistencia. Son personas inteligentes y generosas.

3) **Por su Estilo de Trabajo y Actuación:** **Gente Directa:** Dirigidos a la acción y a los resultados. Influyen en el entorno en lugar de reaccionar ante él. Son aventureros, inspiran confianza, deciden, se fijan en los detalles solo si ayudan a obtener resultados, ejercen autoridad, asumen retos, hacen las cosas de manera agresiva, delegan la responsabilidad pero no la autoridad, son directos y abiertos. Para trabajar con ellos: Se requiere ser directo y franco, se debe dejarlos escoger y tomar decisiones. Son llanos a discutir la forma de obtener los resultados; **Gente Extrovertida:** Dirigidos a la gente. Habladores, amigables, abiertos, les gusta la gente y trabajar en equipo. Entusiastas, servidores, persuasivos, venden constantemente, optimistas y les gusta mantenerse informados. Para trabajar con ellos: Se debe interactuar, hablar y no solo escuchar. Hacer parte del equipo. Proveer feedback y mostrar interés; **Gente Pacífica:** Les gusta la armonía y la cooperación. Son relajados y fáciles de

Capítulo I

llevar. No les gusta la presión. Aparentan tranquilidad y control, estabilidad emocional. Son persistentes y dependientes, organizados, todo movimiento cuenta, los procedimientos son importantes. Son amigables y calurosos. Planeadores y metódicos. Para trabajar con ellos: Se debe generar tranquilidad y calma. Pregúnteles por su ayuda pero no a último momento y considere su plan. **Gente Estructurada:** Quieren hacer las cosas correctas. Son cuidadosos, precisos, perfeccionistas. Resistentes al cambio, preguntan mucho. No les gusta cometer errores, organizados, chequean y chequean. Tradicionales y buenos para desarrollar sistemas. Les gusta estar bien informados para tomar decisiones, orientados a la calidad y a las reglas. Para trabajar con ellos: Se deben mostrar hechos, mostrarlos por escrito, enfocarse en hacer lo correcto. Buscar los errores en los procedimientos antes que en las personas. Darle la oportunidad de que pregunte.

B) El Cliente Externo o Usuario Marítimo

Es el cliente externo o usuario marítimo el que nos permite lograr nuestra visión y como tal es la persona que orienta nuestros esfuerzos y es un juez severo, esto significa que:

- Debemos satisfacer sus necesidades.
- No tiene tiempo, requiere agilidad en los trámites.
- Necesita simplicidad y sencillez.
- Capacidad de respuesta,
- Atención individualizada y transparencia

Como la medida de nuestro éxito la determinan los clientes, requieren que conozcamos: ¿Qué espera de nuestros productos – servicios? ¿Qué importancia tienen para él nuestros productos servicios y por qué? ¿Qué es lo máximo que aspira de nuestro producto o servicio? ¿Qué podemos hacer por él aquí y ahora.?

Además de lo anterior, debemos conocer **“Su Negocio”** para lo cual se recomienda tener presente y responder estas preguntas ¿Qué tipo de clientes tengo? ¿Empresas, personas, asociaciones...? Si son personas, ¿dónde están, quiénes son, cómo son, qué hacen, dónde lo hacen? ¿Qué importancia tienen para ellos mis productos o servicios? Si son empresas, ¿Cuál es su tamaño, qué venden o entregan, cómo lo venden, qué com-

III.- Tipos de Comunicación

¿por qué, cómo compran, cuándo compran, por qué se relacionan conmigo? ¿Qué importancia tienen para ellos mis productos o servicios? Si son asociaciones ¿Cuáles son sus intereses, a quiénes agrupan y qué los motiva? ¿Quién influye en sus decisiones? La actividad marítima asociada a mis clientes ¿Crece, decrece o está estancada, como afectará mi quehacer? ¿Se avecinan cambios que puedan afectarlos? ¿Qué importancias tienen para ellos mis productos o servicios?

En Anexo “B” se indica los tipos de clientes, sus características principales y la estrategia de trato necesaria para brindar una atención de excelencia.

III.- TIPOS DE COMUNICACIÓN

A. COMUNICACIÓN VERBAL

Este tipo de comunicación es muy importante y se requiere una preocupación personal de mayor cuidado.

1.- Componentes estrictamente verbales

Son las normas que facilitan el entendimiento entre los interlocutores y se pueden sintetizar en:

Emplear una expresión clara y concisa. Aclarar los puntos más confusos y aquellas palabras que resultan más ajenas a los no iniciados.

Todas las personas que participen en la conversación deben comprender lo manifestado por alguna de ellas. El discurso debe poder adaptarse al nivel cultural de cualquier oyente.

Mostrar interés por el tema que nos exponga y por resolverle las dudas que nos pueda plantear. El receptor participa activamente en la elaboración del mensaje y deberemos escucharlo con atención.



Capítulo I

2.- Otros componentes

a.- Volumen de la voz

Será lo suficientemente alto para que el receptor nos escuche con claridad, pero no tanto como para que resulte intimidatorio.

b.- Entonación

El tono de voz expresará amabilidad y cortesía.

c.- Fluidez y velocidad

La velocidad de locución no debe ser tan rápida para que la entienda el receptor. Tampoco será muy lenta, pues denota inseguridad y poca convicción.

d.- Claridad

La pronunciación y vocalización será clara y comprensible.



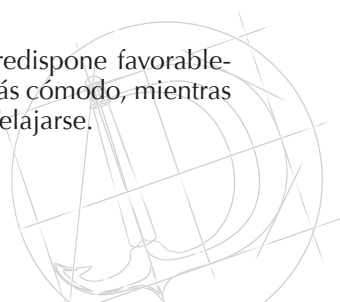
B.- COMUNICACIÓN NO VERBAL

1.- Expresiones faciales y corporales

La regla básica es no llamar la atención en ninguno de los siguientes aspectos:

a.- Sonreír

Tiene una doble ventaja. Al usuario le predispone favorablemente a la conversación y le hace sentir más cómodo, mientras que al personal de contacto le sirve para relajarse.



III.- Tipos de Comunicación

b.- Mirar al interesado a los ojos

Ayuda a establecer y a mantener una conversación, es muy importante hacerlo cuando se saluda a la persona. Ésta no debe ser una mirada persistente, pues incomoda al interlocutor.

c.- Gestos y posturas

Delatan intenciones y actitudes. No deben ser bruscos ni proclives ser mal interpretadas.

d.- Cuidado del aseo y limpieza personal

La indumentaria debe ser adecuada al puesto que desempeña, privilegiándose el uso de uniforme corporativo para el caso de los Empleados a Contrata o utilizando una ropa similar a éste en caso que no se tenga, ésta deberá estar planchada y limpia. Se deberán tener presentes los siguientes aspectos:

1) Mujeres:

- Zapatos y accesorios (Pulseras, anillos, relojes, collares) deberán estar acordes al uniforme.
- Maquillaje debe ser sobrio, sin colores fuertes o brillosos.
- Aroma, evitando perfumes fuertes.
- Uñas y manos bien cuidadas.
- Panties sin puntos corridos, siendo conveniente tener siempre un par de reemplazo.
- Cabello peinado y cuidado.

2) Hombres:

- Zapatos y accesorios (Pulseras, anillos, relojes) deberán estar acordes al uniforme y prestancia militar.
- Rostro afeitado, higiene bucal evitando mal aliento.
- Cabello peinado y largo adecuado.
- Uñas limpias y manos cuidadas.

e.- La identificación de las personas que interactúan con el usuario

Es muy importante como parte del proceso de atención y es por ello que tanto el personal del Mesonlit como los Inspectores, Prácticos de Canales y de Puerto, el personal embarcado y

Capítulo I

aquel que participa en labores de fiscalización y patrulla tengan a la vista su placa de identificación permanentemente.

IV.- CÓMO RECOGER LAS INQUIETUDES DEL USUARIO MARÍTIMO

Es importante para todos los estamentos de la Organización conocer detalladamente los productos y servicios que ofrece DIRECTEMAR, que están detallados en Anexo “D”, con el propósito de obtener la retroalimentación de los usuarios respecto de sus necesidades y expectativas sobre nuestro servicio.

Para lo anterior, es conveniente instruir al personal respecto a que toda información obtenida de los usuarios marítimos sobre estos aspectos, debe ser entregada al superior directo. Esta información es muy valiosa para dar un servicio público de excelencia.

Como otra forma de recoger las inquietudes de los usuarios marítimos y del público en general y como una herramienta de retroalimentación para el mejoramiento de nuestra relación con el usuario marítimo y del Servicio Público que brindamos. Se han implementado la página Web (www.directemar.cl) y se han instalado Buzones de “Sugerencias y Reclamos” en las Capitanías de Puerto, Gobernaciones Marítimas, Direcciones Técnicas y Oficinas que atienden público.

Los buzones tienen las opciones para recoger felicitaciones, solicitudes de información, reclamos, sugerencias y comentarios. Se ha diseñado un formulario que debe estar siempre a disposición de los usuarios. Es un formulario anónimo, es decir que no requiere de la identificación de la persona que lo emite. Este formulario (Página 28), debe obtenerse desde la web y ser puesto a disposición de los usuarios. Será responsabilidad del Jefe de la Oficina o Departamento involucrado mantener diariamente un número de formularios acorde a su grado de actividad.

El propósito de estos buzones es detectar las debilidades del Servicio Público que estamos brindando y mejorarlo lo más rápidamente que podamos. No tenemos que sentir temor a la crítica y debemos pensar que ellas son oportunidades para mejorar.

Anexo "B"

!!!SU OPINIÓN NOS INTERESA!!!

Para dar cada día un mejor Servicio.

Tipo de trámite que realizó:

Fecha: día-mes-año:

Nombre de la persona que lo atendió:

1) La documentación que Ud. solicitó ¿Le fue entregada dentro del plazo indicado por el funcionario que lo atendió?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☐ |
| De acuerdo | ☐ |
| En desacuerdo | ☐ |
| Totalmente en desacuerdo | ☐ |

2) ¿Se sintió acogido durante la atención?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☐ |
| De acuerdo | ☐ |
| En desacuerdo | ☐ |
| Totalmente en desacuerdo | ☐ |

3) ¿Le fue entregada toda la información que necesitaba para realizar el trámite que solicitó?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☐ |
| De acuerdo | ☐ |
| En desacuerdo | ☐ |
| Totalmente en desacuerdo | ☐ |

4) ¿La persona que lo atendió demostró conocimiento del trámite que usted realizó?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☐ |
| De acuerdo | ☐ |
| En desacuerdo | ☐ |
| Totalmente en desacuerdo | ☐ |

5) Si tuvo problemas con su trámite, la persona que lo atendió ¿lo ayudó a resolverlo?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☐ |
| De acuerdo | ☐ |
| En desacuerdo | ☐ |
| Totalmente en desacuerdo | ☐ |

6) Por favor, evalúe la calidad del servicio que presta esta Capitanía de Puerto:

- | | |
|------------|--------------------------|
| Muy bueno | ☐ |
| Bueno | ☐ |
| Regular | ☐ |
| Deficiente | ☐ |
| Malo | ☐ |

7) ¿Qué debemos mejorar para dar una mejor atención?

.....
.....
.....

8) Si Ud. desea una respuesta a su inquietud, indique su nombre, correo electrónico y número de teléfono.

.....
.....

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO

Dirección General del Territorio Marítimo y de Marina Mercante.

Capítulo I

Para recoger las inquietudes, se procederá de la siguiente manera:

A.- BUZONES EN CAPITANÍAS DE PUERTO:

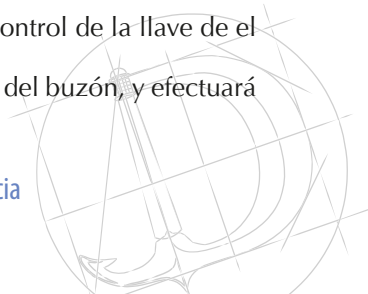
- 1.- Se deberá mantener siempre formularios de encuesta en la caja del buzón, designando un responsable para ello.
- 2.- El usuario marítimo, que lo desee, completará en privado, sin interferencias ni guías de ningún tipo, y depositará la encuesta en el buzón.
- 3.- La llave del buzón la deberá tener en su poder el Capitán de Puerto quien, en coordinación con la Oficina de Planificación y Control de cada Gobernación Marítima, retirará las encuestas quincenalmente y se las remitirá en un sobre debidamente sellado.
- 4.- El análisis será efectuado por dicha Oficina y trimestralmente enviará vía correo electrónico, los resultados de las encuestas y las acciones tomadas para solucionar los problemas detectados a la Oficina de Gestión Organizacional de DIRECTEMAR.

B.- BUZONES EN GOBERNACIONES MARÍTIMAS Y DIRECCIONES TÉCNICAS:

- 1.- Se deberá mantener siempre formularios de encuesta en la caja del buzón, designando un responsable para ello.
- 2.- La llave del buzón, estará a cargo del Depto. de Planificación y Control, quienes retirarán quincenalmente los formularios para efectuar el análisis correspondiente.
- 3.- Se remitirán trimestralmente a la Oficina de Gestión Organizacional de DIRECTEMAR, vía correo electrónico, los resultados de las encuestas y las acciones tomadas para solucionar los problemas detectados.

C.- BUZONES EN DIRECTEMAR:

- 1.- Se deberá mantener siempre formularios de encuesta en la caja del buzón, y el encargado de la oficina será el responsable de ello.
- 2.- El Jefe de Departamento mantendrá el control de la llave de los buzones instalados.
- 3.- Retirárá quincenalmente los formularios del buzón, y efectuará el análisis correspondiente.



V.- Cómo Abordar las Quejas

- 4.- Remitirá trimestralmente a la Oficina de Gestión Organizacional de DIRECTEMAR, vía correo electrónico, los resultados de las encuestas y las acciones tomadas para solucionar los problemas detectados.

Se espera que estas medidas permitan plantear acciones de mejora, ya sean correctivas o preventivas, teniendo en cuenta el trabajo de equipo y el compromiso de cada uno con la VISIÓN de la Dirección General de “Dar un Servicio Público Marítimo de Excelencia”.

IV.- CÓMO ABORDAR LAS QUEJAS

Por mucho que cuidemos nuestro accionar en los diferentes quehaceres de la organización, siempre habrá gente que encuentre motivos de quejas. Unas veces con razón y otras sin ella.

Este hecho es incontrovertible, la actitud inteligente no es ignorar la queja y desentenderse de ella, sino tratar de resolverla.

Es mucho mejor que un usuario marítimo con una inquietud en su mente venga directamente al Servicio, a que se dedique a divulgar su disgusto por todas partes.

El usuario marítimo que llega a usted con una queja es presumiblemente, alguien que confía en la capacidad de quien lo atiende para que lo trate ecuanimemente y hablar con él de buen grado, le da a usted una espléndida ocasión para conocerlo mejor y saber de la marcha de su actividad y de sus empleados.

Debemos asumir que un usuario que se queja nos está aportando una valiosa información para mejorar nuestros procesos y accionar. Nos está diciendo cómo una persona o una parte del público objetivo se siente afectado por el trato o las disposiciones de nuestra Organización. No importa que la imagen de DIRECTEMAR que trae la persona esté deformada, para él es real.

La queja puede ser dolorosa o molesta, pero también puede ser un buen y provechoso recordatorio para ciertos aspectos que algunos funcionarios o las unidades o reparticiones han descuidado.

Capítulo I

Si la queja es por escrito, siempre se debe dar un acuse de recibo, indicando que se investigará el hecho y se dará respuesta a la inquietud planteada. Es deseable agradecer la confianza por lo obrado y es necesario cuidar la identidad de la persona que denuncia para una mayor transparencia de nuestro actuar posteriormente.

A- ¿CÓMO CONVIENE PROCEDER CUANDO UN CLIENTE TRAE UNA QUEJA?

1.- Conduzca la conversación en privado, de ser posible

Invite de buen modo, aunque la persona venga en plan verbalmente agresivo, a un lado aparte, si no tuviese oficina. Mantenga su tono calmado.

2.- Escuche en silencio

Déjelo que cuente las cosas a su manera. No lo interrumpa para interrogarlo, o argumentar, eso vendrá después. Si cree conveniente tome notas mientras él expone su caso, para indicarle que escucha con profundidad y atención. Si no escucha con atención, no sabrá resolver adecuadamente el problema.

3.- Evite el máximo de interrupciones

Al hacerlo usted demuestra al usuario que está tomando su reclamo en serio.

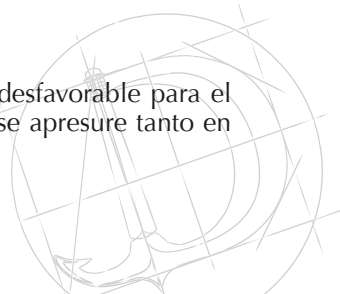
4.- Manténgase dentro del problema

Trate que el usuario no cargue contra el funcionario, si es culpa de éste (de recaudaciones, del mesonlit, del práctico, del inspector, del integrante de la patrulla, etc.). Si la culpa es del sistema, que no cargue contra la Repartición o DIRECTEMAR. Responda a las quejas como si fueran preguntas. Tenga presente el Apéndice 1 al anexo B, Manejo de Público Difícil.

Siga el ejemplo de los vendedores, cuando el cliente potencial les dice: “Su precio es demasiado alto”, el vendedor replica: “Supongo que usted no estará preguntando ¿Por qué este artículo es un poco más caro?. Y pasará, entonces a explicarse las razones de porque es así.

5.- Pese cuidadosamente sus palabras

Trate de tomar una decisión favorable o desfavorable para el usuario, en el momento mismo. Pero no se apresure tanto en



V.- Cómo Abordar las Quejas

su intención de dar una repuesta y vaya a dar una de la que después tenga que arrepentirse. Nada de malo tiene en decir: ¿Me permite hacer todas las averiguaciones antes de darle la solución definitiva?. Si usted no puede dar una respuesta inmediata, díglele al reclamante cuándo podrá hacerlo y no olvide tenerla para ese momento.

6.- No haga promesas que no pueda cumplir

Bastará hacer hincapié que al hacer promesas imposibles de cumplir se resuelve problemas inmediatos y por poco tiempo, pero crea otros a futuro mucho más grandes, acarreando desprestigio para el que hace la promesa y para el Servicio. Es preferible perder un poco de tiempo explicando, con honestidad y amplitud, por qué no puede hacerse lo que el usuario considera conveniente.

RESUMIENDO

“No hay que eludir las quejas, hay que resolverlas”.

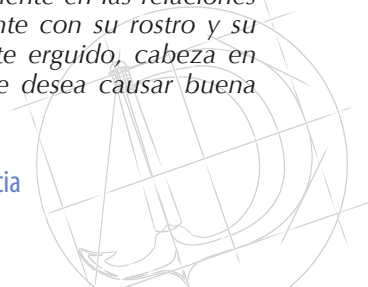


Anexo "A"

ASPECTOS RELEVANTES QUE SE DEBEN TENER PRESENTE CUANDO SE INTERACTÚA CON EL USUARIO MARÍTIMO

A continuación se detallan los aspectos más importantes que debe tener presente cada miembro de dotación de la Autoridad Marítima cuando interactúe con un usuario, para ser un profesional eficiente:

- *Atienda al Usuario Marítimo como le gusta que lo atiendan a usted.*
- *La atención de público es una instancia comunicativa entre usted y su interlocutor.*
- *Tanto usted como el usuario al tener un primer contacto, se forman cada uno una impresión del otro.*
- *La imagen que usted le proyecte reflejará, para él, la imagen de DIRECTEMAR.*
- *En la comunicación con el usuario influye poderosamente su actitud hacia él, hacia el tema de que tratan y hacia sí mismo.*
- *No se subvalore jamás. Usted es meritorio, no porque otros lo digan, ni por sus logros, sino fundamentalmente porque lo afirma usted mismo y actúa como persona de valor estimable.*
- *Hay que tratar a cada usuario como el ser humano que es: debe usted sonreírles, saludarlos, llamarlos por su nombre.*
- *Debe saber motivar a sus usuarios. Las motivaciones fundamentales de todos los seres humanos caen dentro de estas cinco categorías: fisiológicas, de orden y seguridad, de amor y pertenencia, de estimación y de autorrealización.*
- *El lenguaje corporal debe emplearse eficazmente en las relaciones humanas. Aprenda a expresarse positivamente con su rostro y su cuerpo. Una corporalidad dominante - porte erguido, cabeza en alto - entrega buenos dividendos cuando se desea causar buena impresión.*



Anexo "A "

- *Toda persona posee una burbuja personal, a la que deja entrar sólo a quienes le agradan. Es importante conocer la de los usuarios y cuidarse de invadirla, a menos que le inviten o realmente le convenga.*
- *Cuatro son las distancias en el ser humano; íntima, personal, social y pública. Cada una define el carácter de la interrelación. A mayor cercanía, más intimidad e informalidad; a menor proximidad, más frialdad y formalidad.*
- *La acogida de los usuarios es un aspecto vital en la atención de público. Toda persona debe ser recibida sin prejuicios.*
- *Si se comprende bien la solicitud del usuario, la atención brindada será realmente eficiente. Condición necesaria para la buena comprensión es saber escuchar activamente.*
- *Los usuarios pueden clasificarse, en razón de su sistema de representación sensorial, en visuales, auditivos y kinestéticos. Es importante identificarlos adecuadamente para sintonizarse con sus claves preceptuales.*
- *Debemos hablar al usuario de lo que él quiere, y no de lo que queremos nosotros. Para pescar hay que poner en el anzuelo lo que le gusta a los peces, no el plato preferido nuestro. No olvide que el usuario adquiere primero mentalmente el bien o servicio, y se le persuade más fácilmente mostrándoles en qué se beneficia él adquiriéndolo.*
- *Modular y pronunciar correctamente contribuye a causar una positiva impresión cuando se habla.*
- *Lo más importante al enfrentarse a un problema, es su correcta formulación.*
- *Una mentalidad creativa es fundamental para la generación de ideas que conduzcan a la resolución de un problema. Características de la personalidad creativa son: la originalidad, la capacidad de análisis, la sensibilidad para los problemas, la constancia en la elaboración y destreza comunicativa.*
- *Se puede manejar apropiadamente las objeciones/quejas y al público difícil no discutiendo, no creyéndose poseedor de la absoluta verdad, inquiriendo toda la información necesaria para identificar bien los reparos y destacando, más bien, el acuerdo por sobre la divergencia.*

Anexo "B"

Anexo "B"

TIPOS DE PÚBLICO, CARACTERÍSTICAS Y ESTRATEGIAS DE TRATO

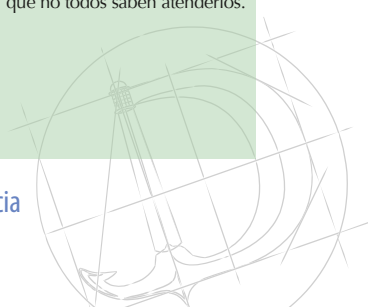
TIPO DE PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS	ESTRATEGIAS DE TRATO
Agresivo/Ofensivo	Se muestra superior a los demás y quiere siempre sobresalir, les gusta hacer gala de sus cualidades, exige pleitesía, muestra desprecio y subvaloración.	El primer pensamiento que se nos cruza al tratar con individuos ofensivos es volverse "irónico" o "ponerlos en su lugar". ¡NO LO HAGAS!. Con ellos lo mejor es ser amables. Esto los descoloca y hacer bajar el nivel de confrontación. hay que Mantener la serenidad, contar hasta 10. Escúchelos con paciencia déjelos desahogarse, muéstreles un vivo deseo de ayudarlo. Si es nuestra culpa, acéptelo y busque las soluciones.
Dominante	Le gusta hacer gala de sus conocimientos, es feliz diciendo lo que debe hacerse, le encanta corregir despectivamente, necesita hacer conocer su opinión..	Con ellos, hay que guardar serenidad y llevarlos al campo de la lógica
Grosero	Encuentra defectos en todo, habla negativamente, se queja constantemente..	Solicite respeto sin alterarse, demuestre su cultura con un comportamiento adecuado.
Enojado	Cuando se trata este tipo de clientes no hay que negar su enojo y decirle, "No hay motivo para enojarse o alterarse". Esto lo enojará más.	Ver más allá del enojo, no ponerse a la defensiva, no involucrarse en las emociones. No provocar situaciones más irritantes, Calmar el enojo. No hay que prometer lo que no se puede cumplir, Analizar a fondo el problema y darle una solución. Hay que ser solidario.
Discutidor	Son agresivos por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo o discutan cada cosa que digamos.....	No hay que caer en la trampa. Con ellos debemos solicitarle su opinión. Hablar suavemente pero firme Concentrar la conversación en los puntos en que se está de acuerdo. Contar hasta diez o más

Anexo "B"

TIPO DE PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS	ESTRATEGIAS DE TRATO
Arrogante	Se muestra superior a los demás y quiere siempre sobresalir, les gusta hacer gala de sus cualidades, exige pleitesía, muestra desprecio y subvaloración.	Hay que conservar la serenidad, comprender que normalmente son personas inseguras en plan de reafirmación
Orgullosa	Es creído y mira por encima del hombro. "usted no sabe con quién está hablando".	Debemos dejarlos hacer su papel, darles gusto resaltando sus cualidades para calmar su afán de figurar. Escucharlos con calma hasta que termine y luego hacerles saber que se entiende aunque no se compartan sus opiniones, ser cortés y diplomático
Criticón	Encuentra defectos en todo, habla negativamente, se queja constantemente. No hay nada que le guste. El servicio es malo.	Con ellos, hay que dejarlos que hablen, responder con amabilidad, cortesía y educación.
Eterno gruñón	Siempre malhumorado. Por todo reclama, le gusta hablar fuerte y que su descontento sea notorio. Amenaza llevar sus quejas a mandos superiores. Se niega a estar satisfecho, siempre tendrá un pero...Le gusta que estén pendientes de ellos. Suelen sentirse muy satisfechos con la impresión que causan temor con su permanente irritación, su tono y sus gruñidos.	Use mucho tacto y paciencia con él. Le encanta ver que ha causado impacto emocional en la otra persona. "Todo tiene arreglo señor, lo atenderemos como usted se merece"... "Siempre hay una solución entre personas de buena voluntad". Trátelos con afecto, aunque tenga ganas de estrangularlo. Poco a poco va bajando la presión de su estado. Detrás de esa fachada se suele esconder una buena persona. Si en su trato con él llega a perderle el temor no se lo dé a entender.
Exigente	Es el que interrumpe y pide atención inmediata. Esta reacción nace de individuos que se sienten inseguros y de esta forma creen tener más control.	Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.

Anexo "B"

TIPO DE PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS	ESTRATEGIAS DE TRATO
Comunicativo	Persona extrovertida que le gusta hablar mucho, acapara la atención saliéndose del tema y haciendo perder tiempo precioso.	Con ellos, hay que dejarlos hablar con paciencia y cortesía, cambiar el tema, mirar el reloj.
Charlatán	Habla hasta por los codos, sin concentrarse en el asunto, cuenta todos sus problemas.	Con ellos, hay que agradecerles su amabilidad y lo interesante de su coloquio, hacerles caer en cuenta de la limitación del tiempo.
Preguntón	Su curiosidad y agilidad mental hacen perder tiempo, quiere saberlo todo, exige mucha información sobre cosas que no le incumben.	Con ellos, hay que darles la información relevante y orientarlos para que satisfagan su curiosidad con otras personas, mostrarles la limitación del tiempo.
Simpático	Quiere ser muy gracioso y llamar la atención con sus apuntes simpáticos, se puede pasar siendo pesado, gallinazo y mal educado.	Con ellos, hay que interrumpirlos cortésmente, mantener la seriedad, cambiarles de tema, dígales con tacto lo ocupado que está.
Sabelotodo	"Está acostumbrado a tener confianza en sus decisiones y que se le obedezca. Se considera de un nivel superior a los demás. Sabe mucho acerca de cualquier cosa. Cuanto más joven es más arrogante	Déjelo hablar, le gusta que lo escuchen. Tome nota para darle importancia. "Sus mejores esfuerzos estarán dedicados a buscar lo que él precisa". Si tiene solución de la materia, llámelo personalmente, si no lo encuentra deje recado que lo llamó. Si no tiene la solución llámelo personalmente para informarle. Tiene un ego desarrollado, pero, al mismo tiempo, esa es su debilidad. Son clientes difíciles. Igual que el gruñón, suelen ser más fieles que otros tipos de clientes, porque no todos saben atenderlos.



Anexo "B"

TIPO DE PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS	ESTRATEGIAS DE TRATO
Realmente Conocedor	Es realmente entendido en lo que está solicitando. Ya sea por profesión o por profunda aflicción. Hace alcances atinados, puntuales y constructivos que podemos aprovechar.	Déjelo hablar, eso halaga incluso a los modestos. En segundo e importante lugar, puede aprender mucho de él. Pregúntele con interés: de sus respuestas puede obtener datos interesantes, que tras pasados a sus superiores puede ayudar a mejorar la atención futura. Dele las gracias, dígame que con este intercambio ha aprendido bastante.
Ventajista	Está muy interesado en obtener privilegios, tratos especiales por sobre las condiciones que están establecidas.	Aunque el trato que se les está dispensando sea muy similar al de cualquier cliente, es necesario destacar que: "Lo que se está haciendo..." "Cómo se está haciendo..." Únicamente se concede a clientes muy especiales. La jefatura ha tomado en cuenta de "quién se trata" para proporcionar estas normas de tratamientos.
Conquistador	Hacen insinuaciones, comentarios en doble sentido con implicancias sexuales, pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.	Se debe mantener una actitud calma, ubicada y de tipo profesional en todo momento. Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.
Impulsivo o Nervioso	Es impaciente, inquieto. Persona de acción. Le resulta difícil concentrarse en una cosa. Este cliente no se interesa por los detalles.	Es necesario tratar los rasgos sobresalientes de la inquietud o necesidad del cliente. Hay que tratar el problema por donde salte la inquietud de él aunque queden algunos razonamientos anteriores a mitad de camino.
Cauto o Calmoso	Es lento para pensar y es un gran preguntador ya que es un glotón de detalles. Este personaje es desesperante para el receptor que no domina la situación a las variantes del motivo de preocupación del cliente.	Trátele a la velocidad del pensamiento de él. Déle los detalles que requiere. No es tonto, sólo piensa a diferente velocidad. Al tratarlo con cortesía dejará que se atienda también a otra persona sin sentir molestia. Por lo general es gente de buen genio.

Anexo "B"

TIPO DE PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS	ESTRATEGIAS DE TRATO
Inseguro	Personas con poca confianza en sí mismos, no saben lo que quieren o no son capaces de comunicarlo con claridad.	Con ellos, hay que contagiarlos de serenidad, inspirarles confianza, asesorarlos con orientación y hacerles ofrecimientos concretos, una vez se definan sus necesidades.
Miedoso	Se amedrenta ante los ofrecimientos o sugerencias, desconfía de la buena intención.	Con ellos, hay que calmarlos, mostrarles que nuestra intención es servirlo, usar un tono condescendiente y de amistad.
Tímido	Duda mucho y se ofusca, cambia mucho de parecer, suele estar despistado y no sabe lo que realmente quiere.	Con ellos, hay que inspirarles confianza, convencerlos de nuestro deseo de beneficiarlos, hacerles preguntas que le ayuden a concretar lo que desean.
Reservado/silencioso	No expresa sus pensamientos, cuesta trabajo saber cual es su intención real. Habla poco, no hace preguntas. Contesta con un sí o un no, cuando el receptor requiere más detalles. Parece ausente o preocupado	Con ellos, hay que ser capaz de aguantar momentos de silencio, hacer preguntas abiertas que impliquen respuestas amplias. Escúchelo con atención. Observe disimuladamente sus gestos, sus ojos, sus reacciones faciales, para obtener lo que su lenguaje verbal no dice. No le dé a conocer que usted ha captado que él es introvertido o corto de genio. No le hable más alto. Arguya sin exceso de palabras.
Escéptico	Dan miradas de incredulidad, hace preguntas demostrando duda y desconfianza. Muchas veces nos hacen sentir molestos e inseguros.	Lo primero es tratar de conseguir su aprobación sobre puntos evidentes que él contestará que "sí". Si dice "sí" usted capitaliza esa respuesta y continúa conversando indicando que todo no es negativo. Si no contesta, considere que la respuesta fue sí.. el que calla, otorga.



Apéndice 1 Anexo "B"

Apéndice 1 al Anexo "B" MANEJO DE PÚBLICO DIFÍCIL

En este Apéndice se muestran las estrategias claves para manejar a los interlocutores difíciles.

EL CLIENTE DIFÍCIL

En nuestra pega siempre existe la posibilidad de que nos encontremos con un cliente difícil.

Puede ser una persona grosera, iracunda, frustrada, confundida o enojada. Estos encuentros no pueden generar una guerra.

Entonces... ¿Qué tenemos qué hacer?

¿QUÉ TENEMOS QUE HACER?

1) Permitir que se desahogue...

Decir como se siente

Que le resuelvan el problema

Presentará EMOCIONES como: Irritación, ira, decepción, frustración, cólera quiere echarle la culpa a alguien.

2) Cerrar la boca

Escuchar con atención

Evitar frases que irritan

Parece que usted no me entiende...

Usted debe estar confundido...

Usted tiene que...

¿Más frases?

Frases que irritan a los Clientes

Para evitar irritación

¿Qué diría usted en vez de?

- "No sé"
- "No"
- "Ese no es mi trabajo"
- "Yo no tengo la culpa"
- ¿Para cuando lo quiere?
- "Cálmese"
- "Ahora estoy ocupado"
- "Llámeme luego"
- "Es imposible"
- "No puedo ayudarlo"

Apéndice 1 Anexo "B"

3) No tomar la cosa como algo personal.

Evitar predisponernos

Cambiar de actitud

Es mejor cambiar que pelear

Adoptar una "Actitud de servicio"

Preguntarnos ¿Qué necesita el cliente? y ¿Cómo puedo proporcionárselo?

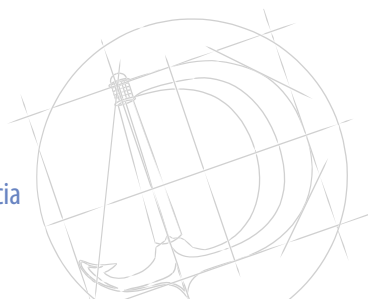
4) Manifestar empatía

Una breve y sincera expresión de empatía funciona maravillosamente para calmar a un cliente difícil.

Hacerle saber que usted comprende el motivo de su contrariedad, utilizando frases que manifiesten empatía.

Frases que manifiestan empatía

- Comprendo muy bien porque se sienten así...
- Comprendo lo que usted quiere decir...
- Eso tiene que ser muy molesto...
- Comprendo cuan frustrante tiene que ser eso...
- Siento mucho lo ocurrido...



Apéndice 1 Anexo "B"

5) Jamás discuta con su interlocutor

Aunque se enfrente a un Usuario Marítimo agresivo, **tenga siempre presente que su posición es de cooperación y no de conflicto**. Escúchelo activamente y emplee para dominarlo técnicas de lenguaje corporal, pero no caiga en discusiones. Manténgase firme, pero relajado y transmitirá tranquilidad al comportamiento de su interlocutor.

6) No sea tozudo

No se trata de que el usuario **"siempre tiene la razón"**. Se trata de que **PODRÍA tenerla**. No parta pensando "Yo tengo la verdad", entre en la relación con objetividad y sin prejuicios. Muchas veces se puede aprender de los usuarios. Recuerde la necesidad de crear un ambiente de empatía.

7) Pregunte

No todas las personas son iguales. Tal vez la mayoría comprenda sus instrucciones, cuando les recita usted el parlamento habitual; pero algunas pueden necesitar mayor información. No siempre, tampoco, le van a decir que no comprendieron algo. De tal manera, que usted puede preguntar: "¿Le quedó claro lo que acabo de informarle?".

"¿Necesita usted aclaración de algún punto?", "¿Puedo ayudarlo en algo más?".

8) Destaque el acuerdo y no la divergencia

Muéstrele a su interlocutor que los dos tienden hacia el mismo fin y, que si hay diferencia en los planteamientos, ésta es de método y no de propósito.

Si la persona parte diciendo "No" a nuestra proposición, nos va a costar tiempo y esfuerzo hacer que cambie de opinión y se disponga favorablemente hacia nuestros bienes o servicios. Por ello, hay que conseguir que desde el comienzo diga "Sí".

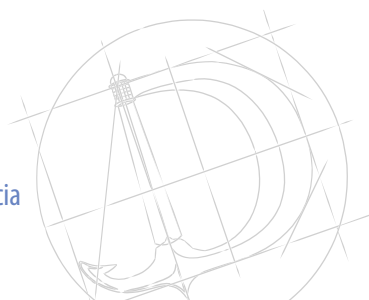
9) Hacer un seguimiento del problema

Contactarse **CON** el cliente para saber si la solución funcionó y arreglar el problema para evitar que vuelva a ocurrir.

Siga esta máxima: "Las personas son más importantes que las cosas".

Apéndice 1 Anexo “B”

Propóngase cultivar buenas relaciones humanas por encima de la adquisición de status, dinero o éxito. Trate bien a las personas y será bien tratado. Se destacará como un eficiente funcionario y un buen profesional y seguramente obtendrá además satisfacción personal y tendrá también, por su mismo profesionalismo, éxito y un nivel de prestigio en la organización.



Anexo "C"

Anexo "C" LISTADO DE ELEMENTOS CRÍTICOS

Se entiende por Elementos Críticos de una Capitanía de Puerto o Gobernación Marítima todos aquellos elementos que figuran en su inventario referencial y que son fundamentales para cumplir con su rol de Servicio Público y fiscalizador de un área jurisdiccional y cuyas fallas o inoperatividad debe estar en conocimiento del Gobernador Marítimo o del Director Técnico respectivamente.

Área Fiscalización

Elementos que no permitan realizar cabalmente las actividades contempladas de POLMAR en los patrullajes terrestres y marítimos o cumplir con requerimientos de otros entes del Estado. (Ej. falla de: camionetas, lanchas, botes de goma o su motor, GPS u otros elementos de registro gráfico, kit de pesca o narcotráfico, visores nocturnos).



Área de Atención a Público

Elementos que no permitan entregar, al personal que se desempeña en el Mesonlit, el servicio en los tiempos indicados para ello. (Ej. falla de: Impresora del mesonlit o de recaudaciones -falta de tonner- libretas, formularios, OO.II. o tarjetas ámbito marítimo, computadores lentos o aplicaciones relacionadas).

Área Telecomunicaciones

Elementos fijos o móviles que no permitan efectuar las labores de difusión y las comunicaciones de la repartición con o entre vehículos terrestres y lanchas tipo PM, LPM, LSG y otras

Anexo “C”

unidades de la Institución que operen en el área jurisdiccional o los usuarios marítimos (Ej. Falla de: fax, VHF portátiles, móviles, transceptores VHF, de HF, Antenas, Teleimpresores Telex, del sistema de llamada selectiva, transceptores de MF/HF/VHF asociados a la LLSD).

Área de Prevención de Riesgos

Elementos que no permitan inspeccionar ambientes o prevenir accidentes (Ej. falla de: Instrumentos para medir CO₂, medidores de gases, equipos de respiración autónoma, bomba muestreo de aire, trajes encapsulados, equipo MSA).

Área de Señalización Marítima

Elementos que no permitan efectuar el encendido de faros. (Ej. falla de: botes de goma o su motor, falla de instrumentos o falta de elementos en Talegón de reencendido, tractor).

Área de Inspecciones

Elementos que no permitan o dificulten efectuar un completo chequeo y medición de lo inspeccionado (analizadores de gases, medidores de soldadura, equipos de respiración, medidores de oxígeno, medidores de temperatura o distancia).

Área de Combate a la Contaminación

Elementos que no permitan o dificulten minimizar los daños al ecosistema al ocurrir un derrame. (Ej. falla de: barreras, recuperadores, trajes encapsulados, equipo de oxígeno, máscaras anti-gases, elementos del contenedor, aplicadores manuales).



Anexo "D"

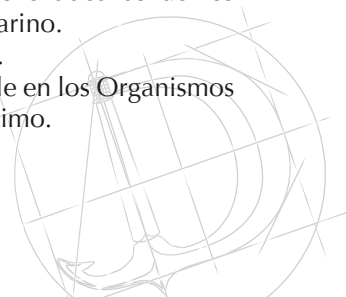
Anexo "D" **PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE ENTREGA LA** **AUTORIDAD MARÍTIMA A SUS USUARIOS**

Los productos y servicios que a continuación se detallan son aquellos tangibles que materializan el quehacer de cada ámbito de acción de la Autoridad Marítima y cuyo objeto es satisfacer las necesidades de los usuarios para su normal desempeño y que las actividades se desarrollen con seguridad para que los mares sean más seguros y limpios.

- Matrículas, títulos, licencias y otros permisos de seguridad.
- Cursos para el Personal Marítimo en cumplimiento al principio de subsidiaridad del Estado.
- Acreditar OTEC y Escuelas de Buceo para dictar cursos relacionados con la actividad marítima.
- Certificados de Operatividad y Seguridad de las Naves, Puertos y Terminales Marítimos.
- Certificado de uso en actividades marítimo portuaria y deportivas.
- Certificado de cumplimiento Código ISPS,
- Certificados de navegabilidad de las Naves Mayores, Menores y de los Artefactos Navales.
- Certificados de planos de construcción y TRG,
- Asignación de características de llamada a Naves Mayores, Menores y Artefactos Navales,
- Fallo de ISA de accidentes o siniestros ocurridos a naves o personas en aguas de jurisdicción nacional.
- Pasavantes.
- Certificado de matrícula, hipotecas, dominios y propiedad de naves Mayores, Menores y Artefactos Navales.
- Atención permanente de las frecuencias de Seguridad Marítima.
- Informes Meteorológicos,
- Avisos de Interés para los navegantes y el ámbito marítimo.
- Apoyo médico radial
- Comunicación Satelital con Naves
- Estudios climatológicos marítimos.
- Certificados de condiciones meteorológicas.

Anexo "D"

- Socorrer cualquier solicitud de auxilio en el área de responsabilidad SAR.
- Escolta de Naves
- Búsqueda de desaparecidos en el mar, lagos y ríos navegables.
- Rescate de bañistas en Temporada Estival
- Utilizar un Sistema de Señalización Marítima.
- Negar el uso del mar para ilícitos
- Informes de Investigaciones requeridas por el Ministerio Público
- Asesorías a la navegación en aguas interiores de la República a naves extranjeras y nacionales que lo requieran.
- Asesorías en las maniobras de puerto a naves extranjeras o nacionales que lo requieran.
- Mapas de sensibilidad ambiental de los puertos y bahías.
- Certificados de calidad de las aguas jurisdiccional.
- Permisos sectoriales y resoluciones de Zona de Protección Litoral (ZPL)
- Peritajes ambientales.
- Aprobar los planes de contingencia ambiental de Puertos y Terminales Marítimos.
- Aprobar los planes de emergencias de las naves.
- Certificados de equipos MARPOL de naves y artefactos navales.
- Certificados de embalajes de productos y carga,
- Combatir y contener en primera instancia derrames de hidrocarburo u otra sustancia nociva.
- Combatir en primera instancia las emergencias de mercancías peligrosas en los puertos.
- Permisos de ocupación anticipada.
- Concesiones marítimas transitorias y de escasa importancia
- Extracción de restos náufragos
- Entrega física de las concesiones marítimas y de acuicultura.
- Determinar línea de playas.
- Asegurar el cumplimiento de vedas.
- Asegurar el cumplimiento de las normas extractivas de los recursos naturales del suelo y subsuelo marino.
- Normativa marítima nacional actualizada.
- Resguardar los intereses del Estado de Chile en los Organismos Internacionales Técnicos del ámbito marítimo.



I.- Procedimiento Telefónico

I.- PROCEDIMIENTO TELEFÓNICO

A.- GENERALIDADES

Antes de indicar los procedimientos telefónicos, es necesario que los miembros del Servicio del Litoral conozcan las capacidades de sus teléfonos y las bondades de las plantas telefónicas de sus reparticiones y dominar al menos:

- La forma de cómo retener en espera una llamada.
- Cómo hacer una transferencia.
- Cómo tomar una llamada de un teléfono que está sonando.
- Cómo hacer una conferencia.
- Programar su teléfono para transferir llamadas automáticamente si está ocupado o no contesta.

Todos los teléfonos deben ser utilizados con la opción transferencia cuando no se responde o está ocupado, si la planta tiene dicha capacidad.

B.- RECEPCIÓN DE LLAMADAS

1.- Recepción

- a.- Se intentará contestar a la llamada con la mayor prontitud posible y el número de Ring o tonos no debe exceder de tres.
- b.- Deje de hacer lo que está haciendo, levante el auricular y concéntrese en el llamado y la atención de éste.
- c.- A continuación, deberá identificar la repartición, el grado y nombre del que contesta y saludar. Ejemplo para contestar una llamada:

DIRECTEMAR, habla el Sargento Jorge Rojas. Buenos días / Buenas tardes.

La fórmula de bienvenida como “buenos días” o “buenas tardes”, resulta más cordial que el “dígame” que es demasiado frío e informal.

Capítulo II

Si no quiere parecer descortés, nuestro interlocutor nos responderá con el mismo saludo. De este modo se establece de entrada un determinado carácter de formalidad y respeto mutuo, para proseguir la conversación se podría agregar ¿En qué lo puedo ayudar?.

Como norma general se pedirá a nuestro interlocutor que se identifique, si él / ella no lo ha hecho antes. Esta identificación será necesaria cuando se transfiera su llamada a otra persona o cuando la información solicitada así lo requiera.

2.- Desarrollo

Lo más común es que el interlocutor realice a continuación su demanda, que será habitualmente de 2 tipos:

a.- Solicitar información pero sin requerir la intervención telefónica de nadie en particular

En esta situación se proporcionará la información, si se dispone de ella; en caso contrario o creemos que las necesidades informativas de nuestro interlocutor no han sido satisfechas, se procederá a transferir la llamada al departamento, servicio, o persona más idónea .

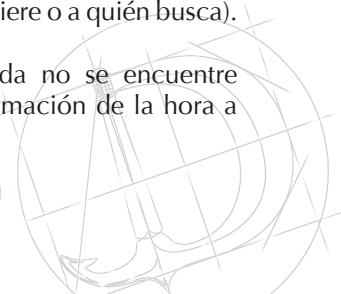
En cualquier caso comentaremos a nuestro interlocutor la posibilidad de obtener información adicional a través de otros medios o direcciones.(WEB/ publicaciones/ reglamentos).

En el caso de que no se posea la información ni sepamos donde remitir la llamada, se le transferirá a la central telefónica o al cargo de informaciones del Mesonlit.

b.- Solicitar la intervención de una persona en particular

Se procederá entonces a la transferencia supervisada de la llamada, es decir se esperará que el anexo conteste y se anunciará la llamada (Quién llama, qué quiere o a quién busca).

En la situación que la persona requerida no se encuentre disponible, se debe proporcionar la información de la hora a



I.- Procedimiento Telefónico

la que volverá, teléfono de contacto o se tomará nota para que la persona requerida devuelva la llamada, etc.

La principal diferencia en la recepción de llamadas según se trate de un emisor interno o externo, reside en la formalidad del trato y en la información dada.

Si bien lo ideal es que al recibir una llamada interna se mantenga la misma línea de formalidad, es perfectamente admisible suavizar esa rectitud en favor de una conversación más fluida y de una información más rica.

3.- Cierre

Se agradecerá su llamada o interés, dándole a entender que no ha supuesto ningún esfuerzo satisfacer sus necesidades.

Se puede emplear una de las siguientes fórmulas de cortesía en el caso de que se trate de un emisor externo:

- Gracias por su llamada. Buenos días / tardes.
- Gracias por su interés. Buenos días / tardes.

C.- PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN DE LLAMADAS POR EL TELÉFONO DE EMERGENCIA 137



El teléfono 137 está concebido para recepcionar llamadas de emergencia que enfrenten los usuarios marítimos y requieran de la presencia y acción de la Autoridad Marítima. Es deseable que este teléfono tenga visor para identificar el teléfono de la llamada (en este caso se deben esperar al menos tres ring).

Capítulo II

En mérito a lo anterior, está prohibido hacer o recibir llamadas administrativas por este número telefónico y se considerará una falta grave su transgresión de uso por parte de los miembros de la organización, sus familiares o amigos. A los usuarios marítimos que deseen comunicarse con la Organización a través de este número se les informará que éste está reservado solo para emergencias marítimas y no para tratar temas administrativos.

A continuación se propone un formato para tomar nota y determinar la activación de los medios de rescate marítimo y de la patrulla de POLMAR.

Este formato debe estar junto al teléfono 137 de manera de no perder tiempo al recibir el llamado y obtener la mayor cantidad de datos para tomar una buena decisión en el actuar.

Al contestar el teléfono se procederá como sigue:

- Se anotará el teléfono que indica el visor, en caso que el aparato telefónico cuente con dicha capacidad.
- 137 Rescate Marítimo
- Saludará (Buenos días /tarde /noche)
- Se identificará el que contesta (habla el EaC / Marinero...)

Y se deberá seguir la lista de chequeo que a continuación se indica para obtener la mayor cantidad de datos que permitan imaginarse la situación que se está viviendo y determinar el esfuerzo que se aplicará en la acción.



I.- Procedimiento Telefónico

LISTA DE CHEQUEO 137

a.- Identificación del denunciante

Nombre:
Teléfono:
Domicilio:

b.- Lugar donde ocurre o está ocurriendo la emergencia

Playa o sector:
Hora que ocurrió el accidente:

c.- Tipo de accidente o emergencia

d.- ¿Cómo supo o se enteró de la emergencia?

Está Ud. en el lugar
Lo vio o está viendo
Pasó por ahí

e.- Número de personas involucradas:

Cuántas personas		
Está o están vivos	Si.....	No.....
Desaparecidos (se ve o ven)	Si	No
Hay heridos ¿cuántos?	Si .../...	No

f.- Persona que recibió el llamado.

Nombre y grado:
Hora de la llamada:

g.- Hora de informe al Jefe de Guardia:

h.- Recibido por:

Antes de finalizar la llamada tranquilice a la persona que denunció el hecho, agradézcale su cooperación y asegúrele que se están tomando las acciones para acudir en ayuda lo más pronto posible.

Capítulo II

D.- EJECUCIÓN DE LLAMADAS

1.- Inicio

Del mismo modo que en la recepción de llamadas, se iniciará la conversación respondiendo con el mismo saludo con el que nuestro interlocutor nos ha recibido, es decir, “Buenos días” o “Buenas tardes”.

Si nuestro interlocutor no ha utilizado este saludo, lo emplearemos nosotros cuando haya finalizado su frase de recibimiento.

A continuación, se darán unos segundos para que responda a nuestra fórmula de bienvenida sino lo hizo en un principio y se procederá a identificarnos:

- En primer lugar grado, nombre y primer apellido.
- En segundo lugar la unidad en la que trabajamos en el caso de que se trate de una llamada interna o de la repartición (DIRECTEMAR / GOBERNACIÓN MARÍTIMA DE CALDERA / LSG ARICA) Si es una llamada externa a un usuario marítimo se dirá el nombre de la unidad.
- En el caso de que se realice la llamada en nombre de alguien, se dirá a continuación de parte de quién se llama y su función si es significativa.

Ejemplo: Buenos días, habla en Empleado a Contrata Luis Torres de la Capitanía de Puerto de Calbuco...

2.- Desarrollo

A continuación realizaremos nuestra demanda, que será principalmente de dos tipos:

a.- Si se va a solicitar la presencia de un interlocutor determinado, se utilizará una de las siguientes fórmulas:

- ¿Sería tan amable de comunicarme con... (Es recomendable)
- ¿Podría comunicarme con ..."
- Me gustaría hablar con ..."



I.- Procedimiento Telefónico

Se recomienda utilizar formas verbales condicionales y no con sentido imperativo (“comuníqueme con”, “quiero hablar con”, etc.). En cualquier caso, se finalizará la petición agradeciéndolo de antemano por ejemplo, con las siguientes expresiones: “por favor” o “gracias”.

b.- Si por el contrario se pretende solicitar información.

Se hará de manera que le quede perfectamente claro el motivo de nuestra llamada. Se hablará pausadamente, sin rodeos pero sin resultar demasiado directos. Del mismo modo que en el caso anterior, se acompañará la petición con las mismas expresiones: “por favor” o “gracias”.

3.- Despedida o cierre

Antes de concluir la conversación, se procederá a recordar, junto con el otro interlocutor, lo que se ha acordado antes de colgar e informarse de las horas más convenientes si debemos volver a llamar. Si hay que enviar un correo o fax, confirmar la dirección exacta, etc.

Se agradecerá el habernos atendido; para ello se empleará, por ejemplo, la siguiente fórmula:

Gracias por su ayuda. Buenos días / tardes

E.- TRANSFERENCIA DE LLAMADAS

Se transferirá la llamada a otro terminal telefónico cuando el interlocutor manifieste el interés de hablar con otra persona o cuando solicite información que nosotros no podemos proporcionarle.

En el primer caso, se comentará a nuestro interlocutor si es posible o no comunicarle con la persona que ha solicitado, y después se le pedirá que se identifique.

De lo contrario, puede parecer que tenemos algún motivo de carácter personal para no comunicarle después de conocer su nombre, utilizando las fórmulas del tipo:

¿Sería tan amable de decirme con quién hablo?”

Capítulo II

A continuación se le indicará que se va a transferir su llamada a la persona con la que ha solicitado hablar. La norma es que se dé una de estas dos situaciones:

1.- La persona con quien se quiere hablar no está disponible de inmediato:

Si por cualquier circunstancia se va a demorar su presencia se le comunicará y preguntará si desea esperar.

¿Le importa esperar unos segundos?" Cada 15 segundos se le informará de la situación: está su línea ocupada, está concluyendo una reunión, etc.

En el caso de que se vaya a retrasar demasiado, se le pedirá que llame más tarde o que se le llamará en cuanto esté disponible. (Anotar en ficha telefónica).

2.- La persona no está en la repartición:

En este caso, se anotarán los datos en una ficha telefónica y se actuará de la siguiente manera:

- Le manifestaremos que compartimos su decepción.
- Le propondremos ayuda.
- Anotaremos su mensaje
- Cerraremos la comunicación recordando el mensaje y las conclusiones acordadas.

Como norma general, en caso de ausencia o que la persona buscada no pueda atender la llamada, se anotará la siguiente información en una sencilla ficha telefónica que contenga al menos los siguientes datos para identificar bien a nuestro interlocutor :

Ejemplo de Ficha Telefónica:

Fecha
Hora de la llamada.
Nombre, cargo y empresa /
Institución del Interlocutor / a.
Teléfono de contacto / Fax.
Correo electrónico:
Texto del Mensaje: _____

Recibido por:

I.- Procedimiento Telefónico

F.- RECOMENDACIONES PARA HABLAR POR TELÉFONO

1.- Preparación

Tener el teléfono bien accesible y adoptar una postura cómoda durante su utilización.

Sostener el auricular con la mano contraria a la que se utiliza habitualmente para escribir, con el fin de tener esa mano libre para anotar los mensajes.

Tener cercanos los documentos y material necesarios (block de apuntes o ficha telefónica) para una correcta atención de la llamada y de modo que puedan consultarse con una mirada, tales como el directorio telefónico del personal administrativo de la repartición que hay en la Web, sus nombres o al menos de los responsables de departamentos de la repartición, los horarios de atención, etc.

Sonreír desde el momento en que se descuelga el teléfono: se oye por el teléfono y hace la voz más agradable. Ser educado con sus interlocutores sin caer en un tono artificioso, remilgado o empalagoso.

Al tomar el auricular se debe dejar de hacer lo que está haciendo y concentrarse en la conversación para dar una atención de excelencia, considerando que esta interacción con el usuario marítimo es igualmente importante que una atención presencial.

2.- La conversación

- Cuidar el tono y el volumen de la voz. Debe expresar cordialidad y amabilidad.
- Vocalizar adecuadamente. Si es necesario, no dudar en deletrear una palabra de la conversación utilizando el alfabeto marino.
- Emplear siempre un tratamiento de usted, a no ser que explícita o implícitamente nuestro interlocutor nos pida lo contrario.
- No dudar en reformular la demanda para ver si la hemos entendido bien.

Capítulo II

- Evitar las expresiones como “en breve”, “eventualmente”, “un poco”. Intentar, en la medida de lo posible, ser más concreto en las informaciones que aportamos.
- Permanecer concentrado en la conversación y evitar las distracciones.
- Para hacer entender que se escucha con atención, se recomienda intercalar, mientras mantenemos la conversación, expresiones del tipo “sí”, “de acuerdo”, “evidentemente”, “entiendo”, “correcto”, etc.
- No mostrarse impetuoso ni indignado, pues impedirán el correcto desarrollo de la conversación.
- Como muestra de respeto hacia el interlocutor, se procurará utilizar la mismo idioma con la que él nos hable.

3.- *Despedida*

Ser especialmente amables y considerados al despedirnos pues de esto dependerá la buena o mala imagen que recuerde de nosotros.

Si bien las fórmulas de bienvenida pueden considerarse más rígidas, las de despedida pueden variarse. El motivo no es otro que la conversación parezca más espontánea y natural, y no tanto un guión preestablecido.



II.- Procedimiento Radiotelefónico

II.- PROCEDIMIENTO RADIOTELEFÓNICO

A.- GENERALIDADES

Los operadores que utilicen los equipos de radiocomunicaciones del Servicio Móvil Marítimo, deberán conocer las capacidades de equipamiento de que disponen y su correcta utilización, esto con el propósito de asegurar al usuario un óptimo servicio tras cada requerimiento. Para tal efecto, deberán tener presente los siguientes aspectos:

1.- Preparación

Antes de transmitir, piense acerca de los asuntos que tiene que comunicar y si es necesario, prepare notas escritas para evitar interrupciones innecesarias y asegurar que no se gaste tiempo valioso en un canal ocupado.

2.- Escucha

Con el propósito de evitar interferencias o comunicaciones en curso, antes de comenzar a transmitir la llamada o cuando cambie de canal, debe comprobar que el canal no esté ocupado, siempre escuche antes de transmitir.

3.- Disciplina

El equipo VHF se debe usar correctamente y conforme a los reglamentos. En particular, se debe evitar lo siguiente:

- Llamar por el canal 16 para propósitos diferentes a situaciones de peligro o de seguridad cuando está disponible otro canal de llamada. (Las Estaciones Bases deben evitar llamar en C-16).
- Comunicaciones no relacionadas con seguridad y navegación, en canales de operación portuaria.
- Transmisiones no esenciales, por ejemplo, señales y correspondencia innecesaria y superflua.
- Transmitir sin identificación correcta.
- Ocupación de un canal particular bajo condiciones deficientes.
- Uso de lenguaje ofensivo.

Capítulo II

4.- Repetición

Se debe evitar la repetición de palabras y frases, a menos que la estación receptora lo solicite específicamente.

5.- Reducción de potencia

Cuando sea posible se debe usar la potencia de transmisión baja. Por ejemplo, en las comunicaciones dentro de la bahía se debe usar la potencia baja (1Watt).

6.- Comunicaciones con estaciones costeras

- Se deben seguir las instrucciones entregadas por las estaciones costeras.
- Las comunicaciones se deben realizar en el canal indicado por la estación costera. En caso que se solicitara un cambio de canal, éste debe ser confirmado por el buque.
- Al recibir instrucciones de una estación costera para detener la transmisión, no se pueden realizar más comunicaciones, hasta que se notifique lo contrario. (La estación costera puede estar recibiendo mensajes de peligro o seguridad y cualquier otra transmisión podría causar interferencia).

7.- Comunicaciones con otros buques

- Durante las comunicaciones de buque a buque, el buque llamado debe indicar el canal en que deberán tener lugar las transmisiones posteriores. El buque que llama debe confirmar la aceptación antes de cambiar de canal.
- Se debe seguir el procedimiento de audición descrito anteriormente, previo a que comiencen las comunicaciones en el canal seleccionado.



II.- Procedimiento Radiotelefónico

8.- Comunicaciones en situaciones de peligro

- Los llamados/mensajes de peligro tienen prioridad absoluta sobre todas las otras comunicaciones y se debe mantener una guardia de escucha.
- Cualquier llamado/mensaje de peligro debe ser registrado y presentado al capitán de puerto o jefe de servicio.
- Al recibo de un mensaje de peligro, si es en la vecindad, confirme inmediatamente su recibo. Si no es en la vecindad, deje pasar un intervalo corto de tiempo antes de confirmar el recibo del mensaje para permitir que lo hagan los buques más cercanos a la situación de peligro, o una estación costera.

9.- Llamado

- Cuando sea posible, para llamadas rutinarias se debe usar una frecuencia de servicio. Si no se encuentra disponible ninguna frecuencia de servicio, se debe usar el canal 16, siempre que no esté ocupado por un llamado/mensaje de peligro.
- En caso de dificultad para establecer contacto con un buque o estación, deje pasar el tiempo adecuado antes de repetir el llamado. No ocupe el canal innecesariamente y pruebe otro canal.

10.- Cambio de canales

Si las comunicaciones de un canal no son satisfactorias, indique el cambio de canal y espere la confirmación.

11.- Deletreo

Si se hace necesario deletrear (por ejemplo, nombres descriptivos, señales de llamada, palabras que podrían entenderse mal), use la tabla de deletreo que aparece en el Código Internacional de Señales (alfa, bravo, charlie, etc).

B.- RECEPCIÓN DE LLAMADAS POR RADIOTELEFONÍA DESDE UNA NAVE.

- Se deberá contestar la llamada con la mayor prontitud, identificando a la radioestación de acuerdo a los procedimientos establecidos.
- A continuación saludar con un “buenos días” o “buenas tardes”.

Capítulo II

- Luego el interlocutor procederá a solicitar su requerimiento, comúnmente una conferencia radiotelefónica, ya sea con un familiar o persona perteneciente a la Agencia.
- El trato debe ser amable, tanto para la persona de a bordo, como a la persona al cual se le transferirá el comunicado, dándole seguridad que contará con apoyo para cualquier requerimiento.
- Si la persona solicitada no se encuentra disponible, se informará al requirente y se le consultará si desea comunicarse con otra persona en su reemplazo. En caso de respuesta negativa se le preguntará si tiene otro requerimiento y el usuario desea terminar la comunicación, se le agradecerá su llamada con la frase “gracias por su llamada”, despidiéndose cordialmente con un “buena navegación”, “buenos días” o “buenas tardes” según corresponda.



C.- RECEPCIÓN DE SOLICITUD DE CONFERENCIAS RADIOTELEFÓNICAS PARA NAVES POR TELÉFONO PÚBLICO.

Se deberán seguir las mismas normas de cortesía enunciadas para la atención de público por teléfono.

En todo caso, los procedimientos de comunicaciones de atención a público citados en los párrafos precedentes, serán utilizados sin perjuicio de los procedimientos radiotelefónicos establecidos en Directivas y el Reglamentos.

I.- Autoevaluación del Desempeño Propio

AUTOEVALUACIÓN DE DESEMPEÑO PROPIO

A.- GENERALIDADES

El presente Capítulo tiene por objeto entregar una lista de chequeo para que cada miembro de la Organización verifique periódicamente si ha experimentado un avance real en el proceso de mejoramiento continuo de la interacción con sus clientes para “Entregar un Servicio Público Marítimo de Excelencia”.

Es deseable que se utilice en todos los estamentos de nuestra Organización, pues contribuirá a mejorar el clima de trabajo y aumentará la camaradería, y lo que tendrá como consecuencia una mayor eficiencia y eficacia en el cumplimiento de las metas que se ha fijado la Organización y puede ser utilizada en todos los niveles: Oficinas, Secciones, Divisiones, Departamentos o Reparticiones y no se requiere más que la voluntad y disposición personal para hacerlo.

La finalidad que persigue este instrumento es que cada persona pueda evaluar su desempeño, medir la calidad de servicio que está entregando y asumir el desafío personal de mejorar su interacción con sus clientes, logrando de esta manera efectuar un autocontrol que tenga como resultado un mejoramiento continuo del accionar personal.

B.- MÉTODO DE APLICACIÓN

Es deseable que esta lista de chequeo sea completada regularmente por cada integrante de la Organización.

El tiempo que medie entre cada test dependerá de cada persona, siendo deseable hacerlo a lo menos cada tres meses para hacer oportunamente los cambios necesarios tendientes a superar las debilidades que arroje la propia autoevaluación.

C.- PLANTILLA DE AUTOEVALUACIÓN

En el Anexo “A” se indica el formato de la lista de chequeo que incluye los ítemes que deben ser autoevaluados, recomendándose que las respectivas autoridades marítimas

Capítulo III

sean las encargadas de incentivar periódicamente que todo el personal que interactúa directamente con los usuarios marítimos y proveedores (Departamentos de DIRECTEMAR, Direcciones Técnicas, Gobernaciones Marítimas, Capitanías de Puerto, Secretarías, Fiscalías Marítimas, Personal que trabaja en el MESONLIT, Departamentos Logísticos, de Abastecimiento y Finanzas, Patrullas de POLMAR, Personal Embarcado, Prácticos Oficiales de Canales y de Puerto Inspectores de Embarcaciones Mayores y Menores, etc.), realice su autoevaluación, poniendo especial énfasis en que uno de los principales objetivos, es hacer saber a la jefatura directa las dificultades y necesidades que surjan de este chequeo, las que deben transformarse en un proceso de retroalimentación de la Organización y permitir el combate de nuestras debilidades internas, contribuyendo directamente a la mejora continua necesaria para cumplir nuestra visión.

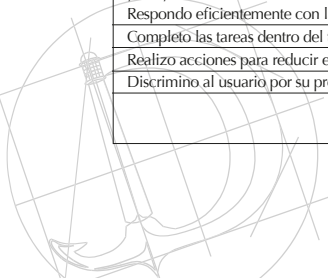
La autoevaluación posee los siguientes parámetros de medición, que deben ser aplicados a cada uno de los 5 indicadores que conforman la muestra, destacándose que el mayor logro de esta forma de evaluación es su carácter formativo:

- Muy frecuentemente (MF)
- Frecuentemente (F)
- A veces (AV)
- Rara vez (RV)
- No Apreciado (N/A).



ANEXO "A" CAPÍTULO III

LISTA DE CHEQUEO DE AUTOEVALUACIÓN DE DESEMPEÑO						
FECHA						
NOMBRE DEL FUNCIONARIO						
INDICADORES						
CALIDAD EN SERVICIO AL USUARIO MARÍTIMO						
4	3	2	1	0		
MF	F	AV	RV	N/A		
Mantengo mi lugar de trabajo limpio y presentado.						
Respondo a las necesidades de información y servicio que el usuario me solicita.						
Desempeño mis funciones con los resultados esperados por el usuario.						
Desempeño mis funciones con los resultados esperados por la Organización.						
Poseo la formación, preparación y las destrezas necesarias para el cargo que me ha sido asignado.						
Tengo la posibilidad, me siento incentivado y con ganas de cumplir y aplicar las destrezas que poseo en el cumplimiento de mis tareas.						
Mantengo la música ambiental en un volumen que no molesta al usuario.						
RESPONSABILIDAD EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES						
4	3	2	1	0		
MF	F	AV	RV	N/A		
Utilizo el uniforme de acuerdo al reglamento establecido.						
Estoy bien presentado (afeitado, peinado, aliento, ojos, facciones).						
Me preocupo de tener los elementos necesarios para el desempeño de mi trabajo.						
Domino las aplicaciones computacionales que se asocian a mi función.						
Estoy disponible cuando soy requerido dentro de mi horario de trabajo.						
Cumpló exactamente con los horarios de colación y de reincorporación a mis labores diarias.						
Utilizo la información necesaria para la realización de mi trabajo diario.						
Reporto con precisión la información relevante para mi departamento (Retroalimentación).						
Presento una preocupación activa por las necesidades del usuario.						
Respeto las normas establecidas en mi prestación de servicios al usuario.						
EFICACIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES						
4	3	2	1	0		
MF	F	AV	RV	N/A		
Organizo mi lugar de trabajo (materiales, papeles, programas, etc.) para facilitar el desarrollo de mis funciones.						
Preparo mis inspecciones y las realizo con el equipamiento necesario para dar un servicio de excelencia.						
Se puede confiar en el trabajo que realizo.						
Realizo propuestas que sugieran mejorar la atención al usuario y sus procesos asociados.						
Aplico la normativa establecida de un modo que facilita la atención al usuario.						
Mantengo la eficacia de mi desempeño ante situaciones de presión en mi trabajo.						
Cumpló con los plazos y normas de entrega de la documentación (Directiva G.02/004 y/o ley de bases administrativas)						
Respondo eficientemente con las tareas solicitadas.						
Completo las tareas dentro del tiempo razonable para ello.						
Realizo acciones para reducir el tiempo de atención.						
Discrimino al usuario por su presentación personal, raza o credo.						

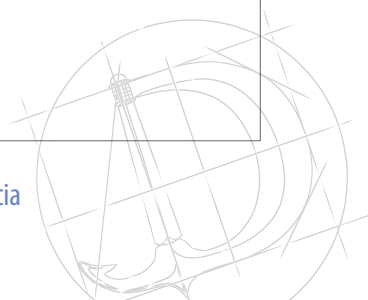


Anexo "A"

COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES	4	3	2	1	0
	MF	F	AV	RV	N/A
Conozco las funciones de mis compañeros.					
Aprovecho las oportunidades que me da la Organización para perfeccionarme.					
Demuestro iniciativa para actualizar mis capacidades de desempeño.					
Mi desempeño es congruente con los objetivos de "Dar un Servicio Público de Excelencia".					
Cumplo con mis tareas sin objetar el esfuerzo que ello demande.					
Tengo internalizado que soy un "Servidor Público".					

RELACIONES HUMANAS	4	3	2	1	0
	MF	F	AV	RV	N/A
Actúo de manera respetuosa cuando me relaciono con los usuarios.					
Trato de forma personalizada y acogedora al usuario.					
Mantengo la calma cuando dialogo con el usuario.					
Actúo de manera respetuosa cuando me relaciono con mis compañeros de trabajo.					
Cooperó con mis colegas en el desarrollo de las tareas de la unidad					
Actúo de manera respetuosa cuando me relaciono con la jefatura.					
Cooperó con la jefatura.					

MF Muy frecuentemente
 F Frecuentemente
 AV A veces
 RV Rara vez
 N/A No Apreciado





Estas normas fueron preparadas por la
Oficina Control de Gestión
División Servicio Público Marítimo
Año 2015



Capitanía de Puerto Edén

