

53º CONGRESO DE LA SEFH

COMUNICACIÓN AFECTIVA

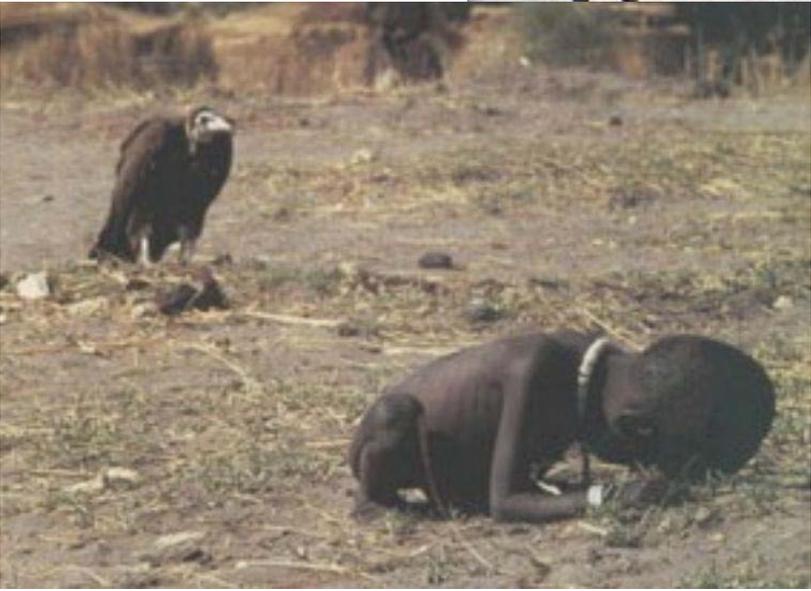


JORDI BESALDUCH

Valencia, 22 de Octubre 2008



EL MUNDO ACTUAL



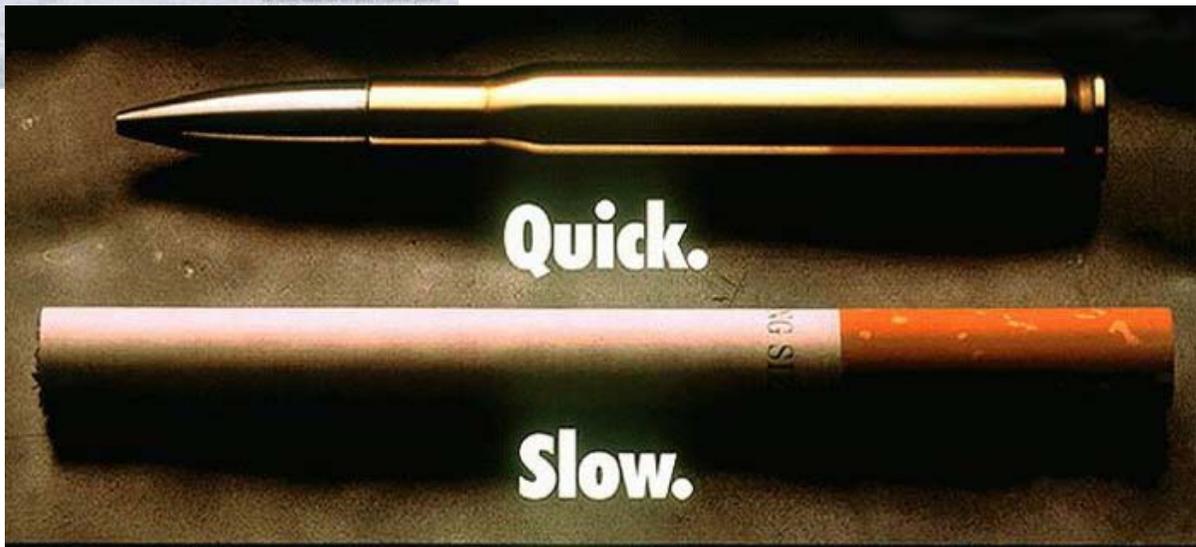
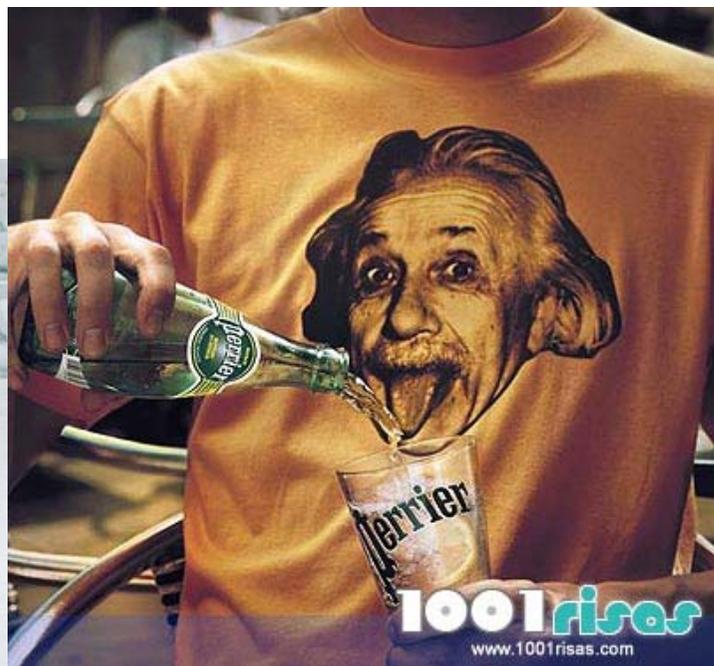
EL MUNDO ACTUAL



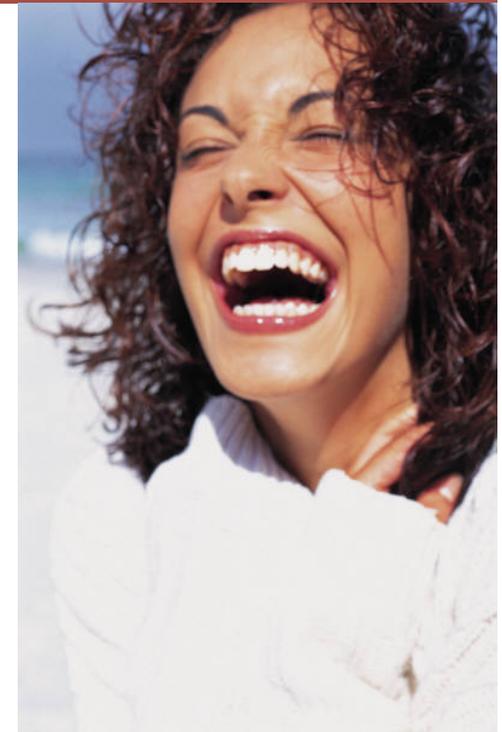
EL MUNDO ACTUAL



DON'T
TREAT OTHERS
THE WAY YOU
DON'T WANT TO
BE TREATED.



EL MUNDO AFECTIVO

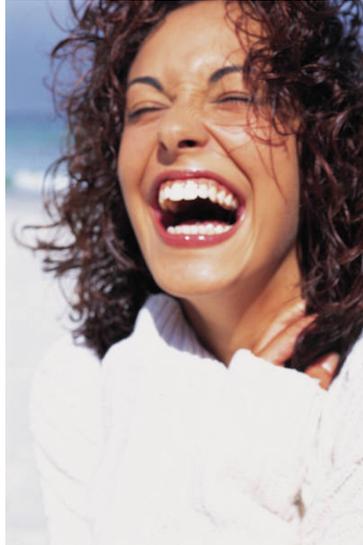


¿QUÉ ES LA AFECTIVIDAD?

**MODO EN QUE SOMOS
IMPACTADOS INTERNAMENTE POR
LAS CIRCUNSTANCIAS DEL
EXTERIOR**



ALGUNA PUNTUALIZACIÓN



EMOCIÓN

REACCIÓN generada como respuesta a la valoración de un acontecimiento externo o interno. (neurofisiológico)



SENTIMIENTO

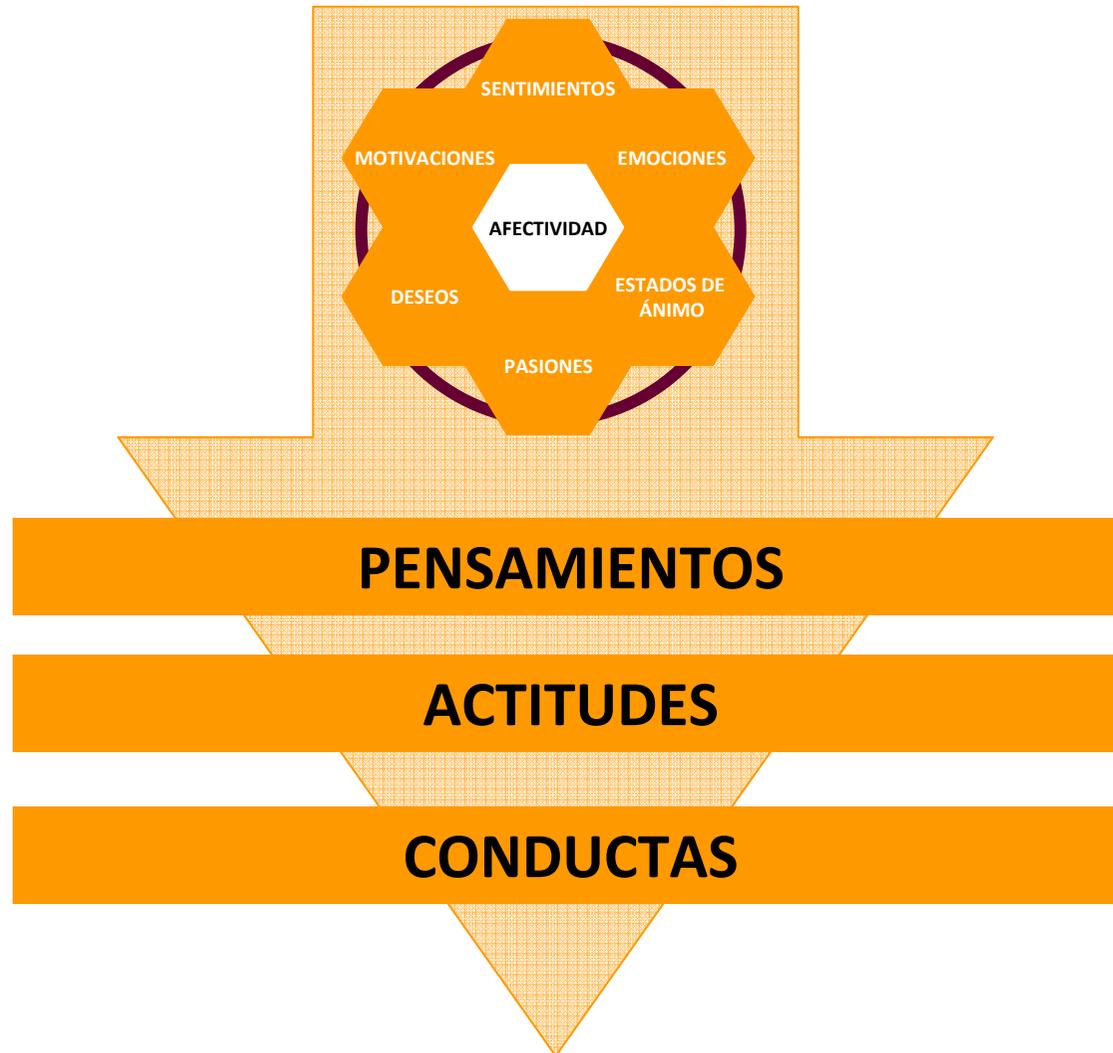
Es la experiencia subjetiva de la emoción (cognición)



ESTADO DE ANIMO

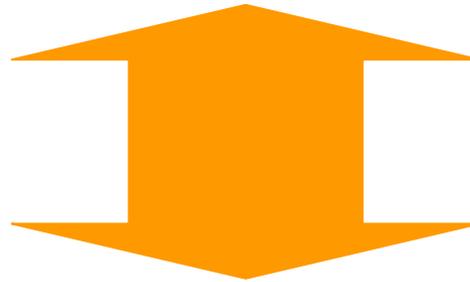
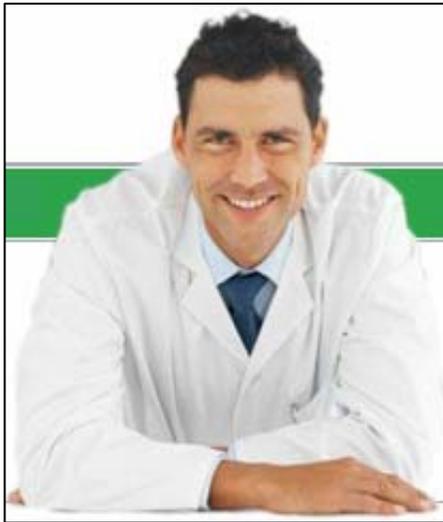
Estado emocional mantenido durante el tiempo (Semanas o más tiempo)

POR QUÉ ES IMPORTANTE LA AFECTIVIDAD



Y TODO ESTO POR QUÉ.....

**RELACIÓN
PROFESIONAL**



**RELACIÓN
AFECTIVA**



Y TODO ESTO POR QUÉ.....

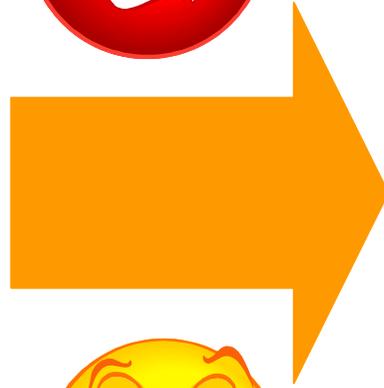
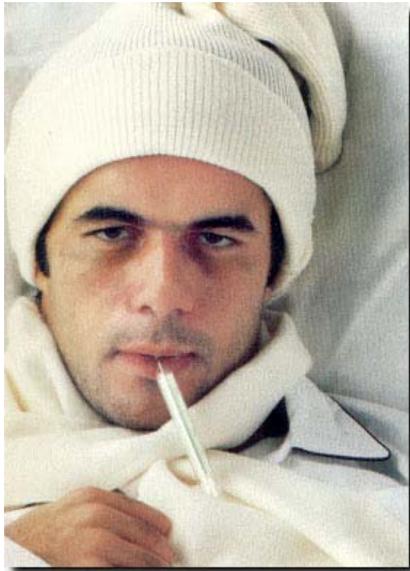
**LA RELACIÓN QUE SE ESTABLECE ENTRE DOS SERES HUMANOS :
EL PROFESIONAL DE LA SALUD QUE INTENTARÁ AYUDAR AL
PACIENTE EN SU ENFERMEDAD Y EL PACIENTE QUE ENTREGA SU
CONFIANZA AL PROFESIONAL PARA SER ASISTIDO**



Relación Interpersonal que se centra en el **logro** de algo **que interesa a los dos actores**, aunque medularmente a uno:

LA SALUD DEL PACIENTE

Y TODO ESTO POR QUÉ.....

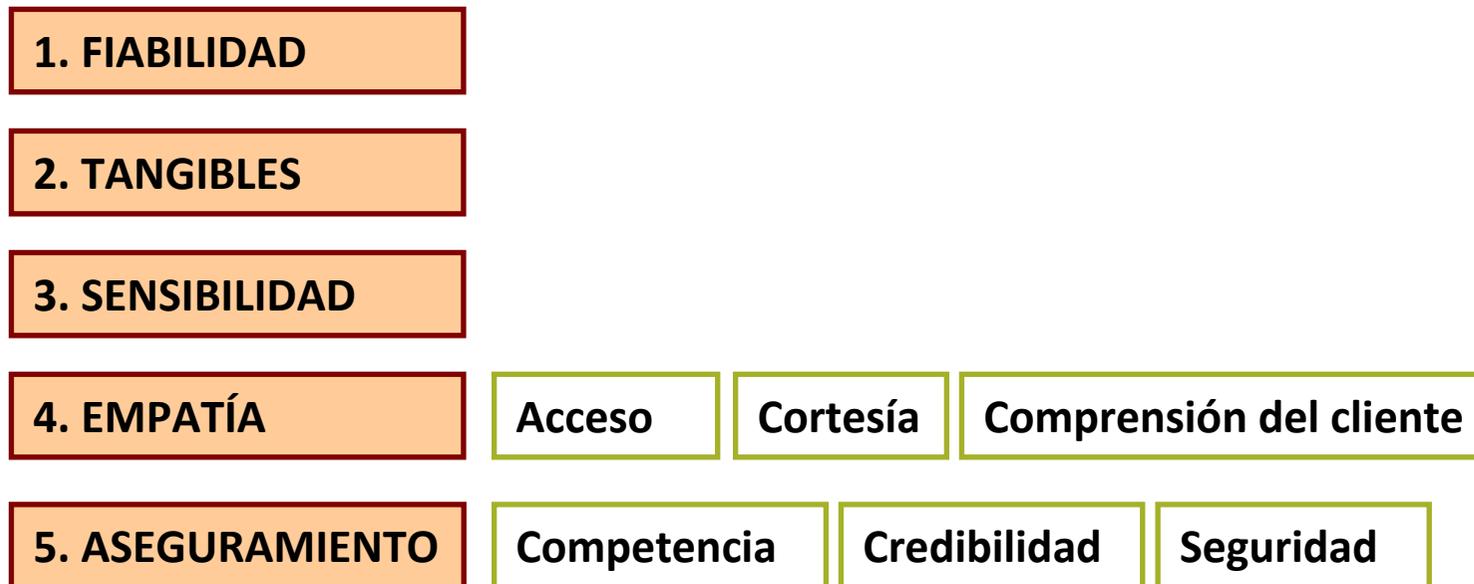


**ES QUIEN VA
A VALORAR EL
SERVICIO QUE
RECIBE**

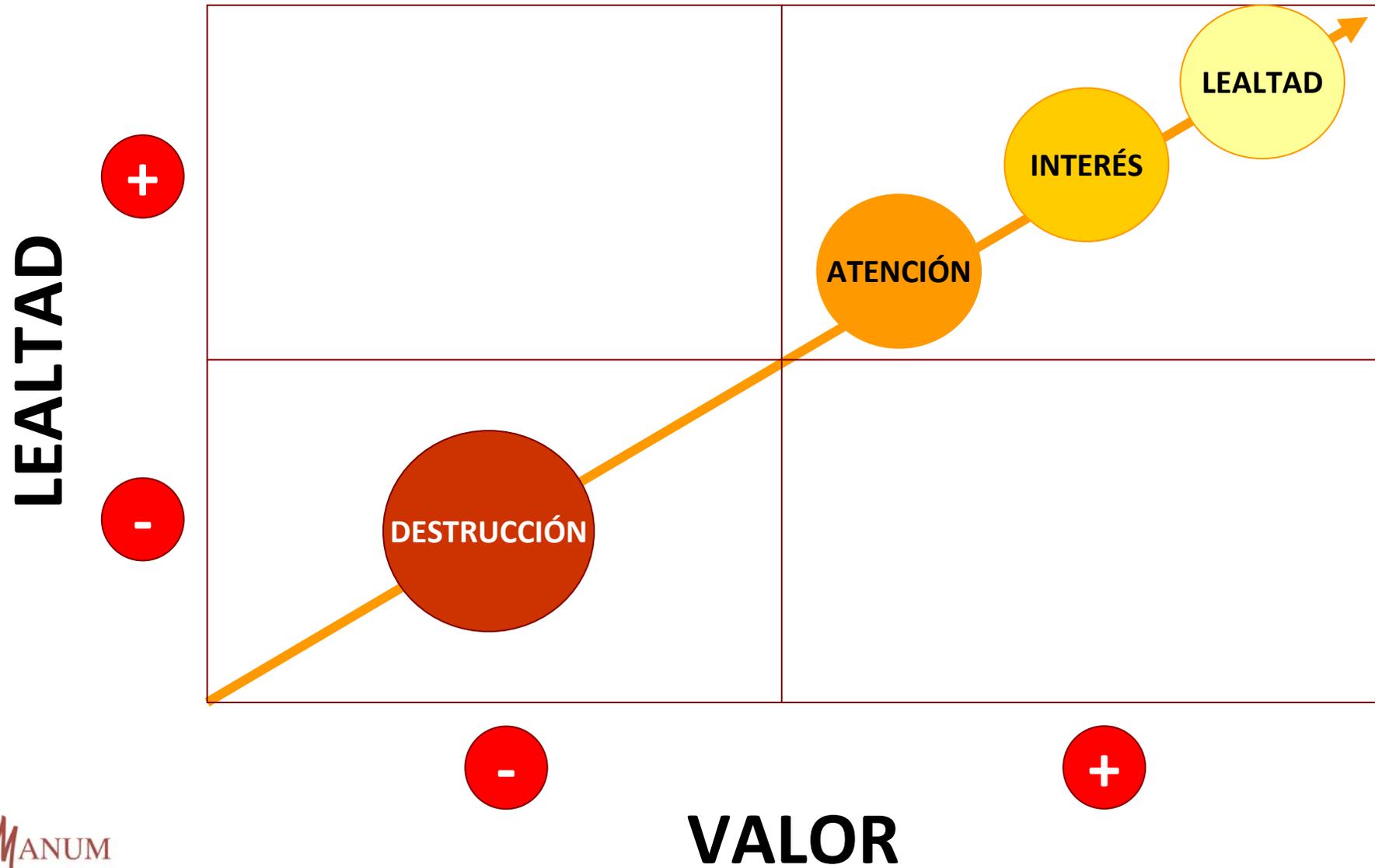
PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA CALIDAD Y DEL SERVICIO AL CLIENTE

VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO

La evaluación de la calidad del servicio por parte del cliente consta de cinco dimensiones:



LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE

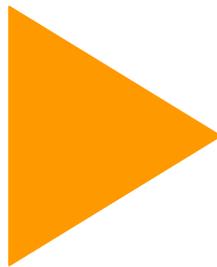


LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE

HACEN QUE ME SIENTA



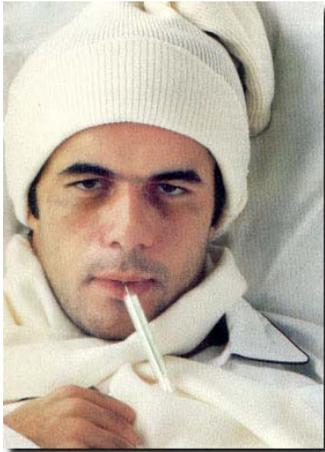
LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE



- El proceso lleva más tiempo que lo que el cliente esperaba
- No se responden a las preguntas del cliente
- Ignoro al cliente o le pido que me repita detalles que me ha dado antes
- No satisfacer las necesidades emocionales del cliente
- Sistemas lentos, procesos ineficientes o convertir algo simple en complejo
- Decirle una cosa al cliente y hacer otra
- Tratar al cliente como una mera transacción
- No emplear tiempo escuchando al cliente

LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE

HACEN QUE ME SIENTA



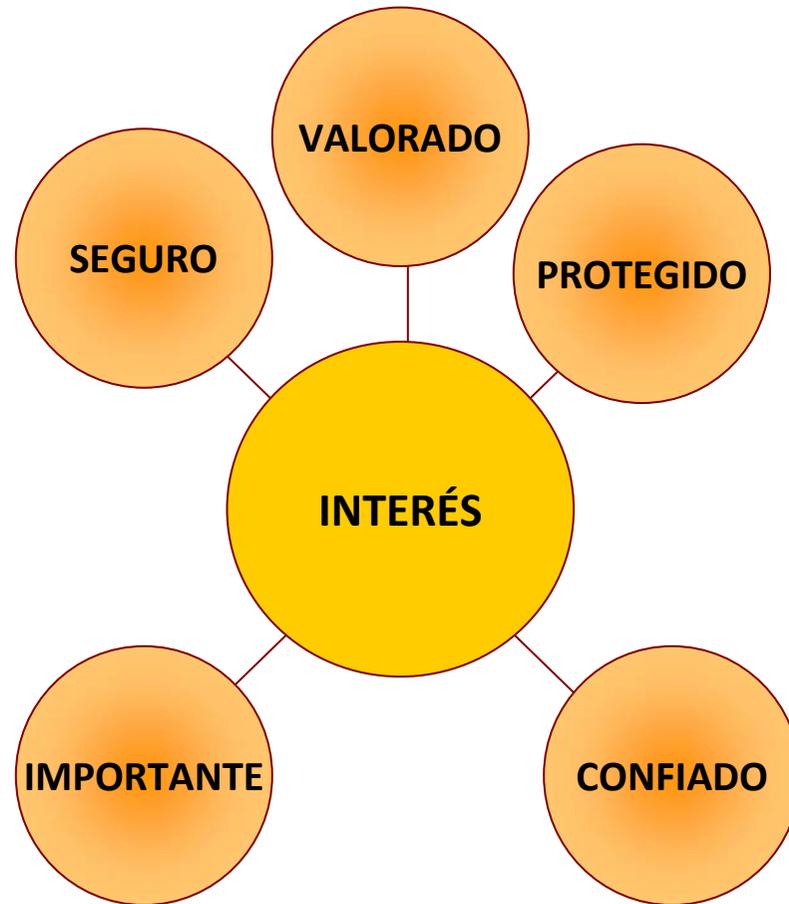
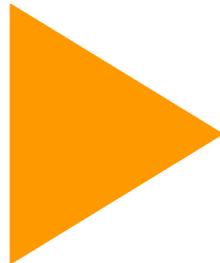
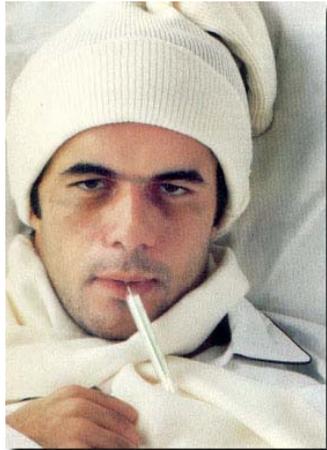
LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE



- **Implicar activamente al cliente de alguna manera**
- **Combinar un poco de aprendizaje y diversión**
- **Comprender el perfil del cliente y encontrar qué le puede resultar interesante**
- **Considerar diferentes maneras para conseguir que tu mensaje llegue**
- **Hacer uso de los sentidos**
- **Dar a los clientes algo que valorarían y no se considera parte del servicio**

LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE

HACEN QUE ME SIENTA



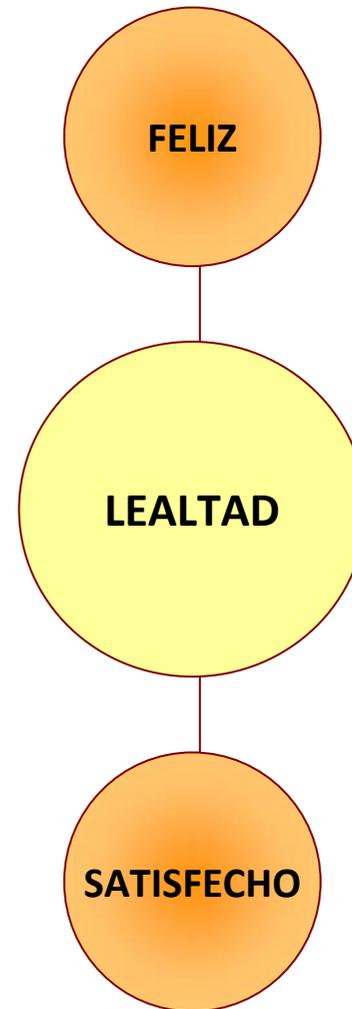
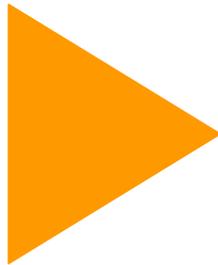
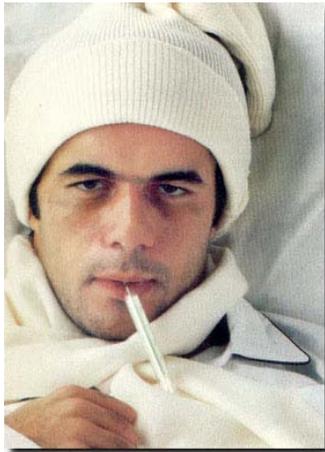
LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE



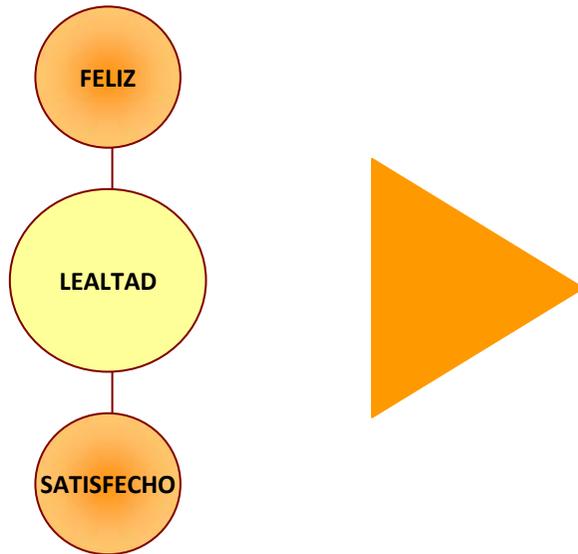
- Utilizar un lenguaje que recuerde a la mente de su cliente que está seguro
- Enseñar al cliente el proceso lógico y mostrarles por qué es una decisión
- Reiterar mensajes de seguridad
- Emplee tiempo escuchando al cliente
- Anticípese a las necesidades del cliente
- Muéstrelle al cliente que está interesado en ellos y no en su actividad
- No dude en lo que hace
- Sea transparente
- Escuche todas las pistas que el cliente lance

LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE

HACEN QUE ME SIENTA



LA EXPERIENCIA EMOCIONAL DEL CLIENTE



- **Comprenda la imagen integral del cliente**
- **Construya una relación afectiva y efectiva con su cliente**
- **Tener una clara comprensión de las expectativas emocionales del cliente para poder cubrirlas**
- **Buscar algo fuera de la norma**
- **Elimine sus emociones negativas**
- **Crear una experiencia con los clientes que realmente sea empática**

Y POR QUÉ DE TODO ESTO.....

**RELACIÓN
PROFESIONAL**

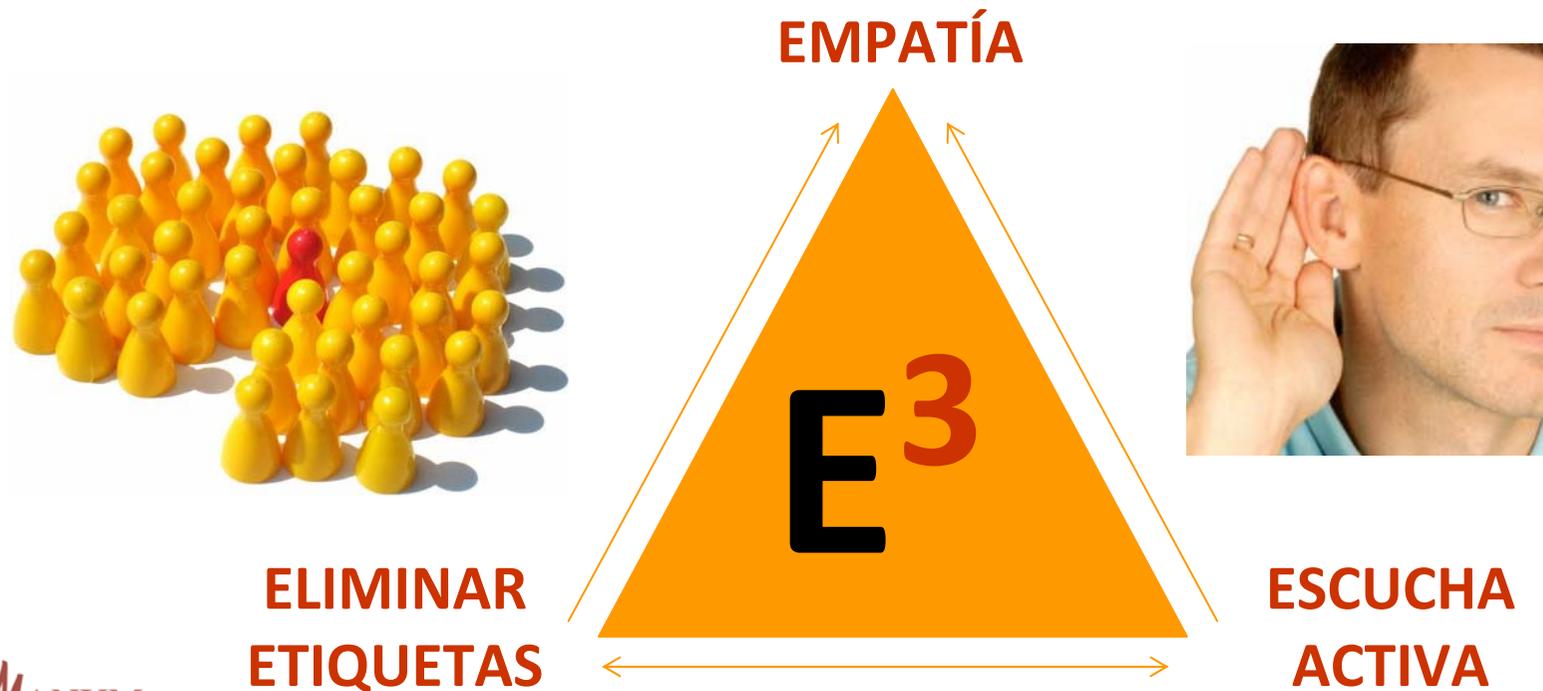


**RELACIÓN
AFECTIVA**



QUE ENTENDEMOS POR COMUNICACIÓN AFECTIVA

La Comunicación Afectiva es la que se recibe en un estado de ánimo favorable... o bien, que el emisor del mensaje ha sabido propiciar un estado anímico adecuado para la recepción del comunicado, en la persona o en el grupo de personas receptivo.



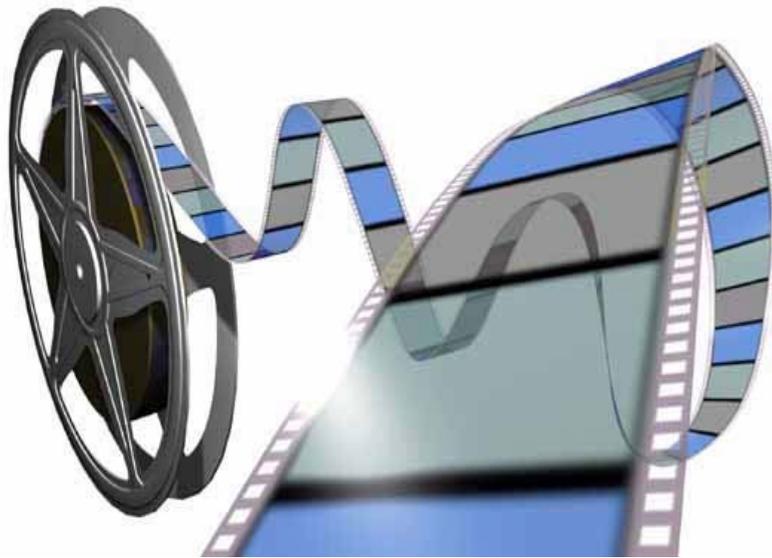
EMPATÍA

E³

**Actitud hacia el otro
caracterizada por un esfuerzo
objetivo y racional de
comprensión intelectual de los
sentimientos de aquel,
excluyendo particularmente
todo entrañamiento afectivo
personal y todo juicio moral**



VIDEO



EL VERDADERO
SIGNIFICADO DE
LA EMPATÍA

EMPATIA

E³



Las personas con empatía son aquellas capaces de escuchar a los demás y entender sus problemas y motivaciones



UN EJEMPLO DE ESCUCHA "ACTIVA"

THE ULTIMATE ROMANTIC COMEDY

loveactually

Very romantic. Very comedy.

UNIVERSAL PICTURES and STUDIOCANAL present a WORKING TITLE Production in association with DNA FILMS
ALAN RICKMAN BILL NIGHY COLIN FIRTH EMMA THOMPSON HUGH GRANT LAURA LINNEY LIAM NEESON MARTINE MCCUTCHEON "LOVE ACTUALLY"
ROWAN ATKINSON (Story by MARY SELWAY, Co-Story by CRAIG ARMSTRONG, Co-Producers) DEBRA HAYWARD LIZA CHASIN
Casting Director JOANNA JOHNSON Line Producer CHRIS THOMPSON Executive Producer JIM CLAY Director of Photography MICHAEL COULTER
Editor NICK MOORE Producer GURBACH KENNYKOVYTHA Executive Producer THOMAS YOUNG Executive Producer JILLIEN KILLICK Executive Producer RICHARD CURTIS
www.workingtitlefilms.com

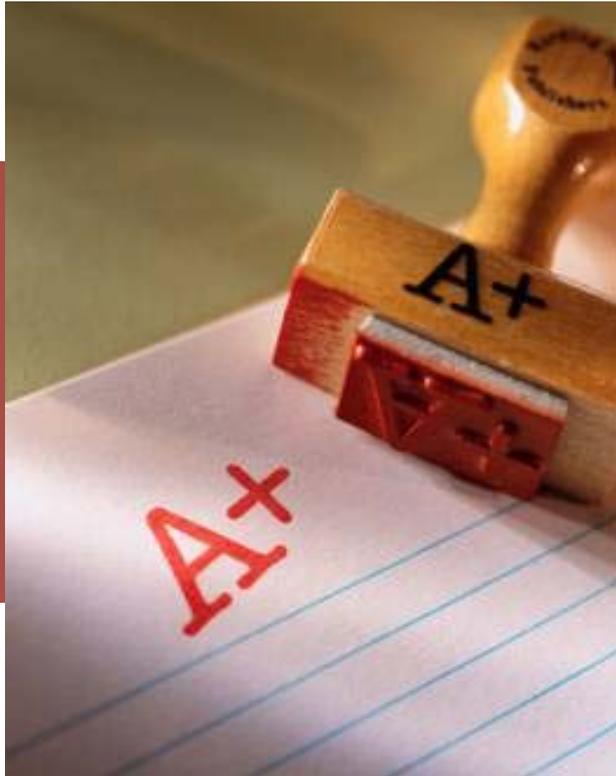
in cinemas - on november 21, actually
www.loveactuallyfilms.com

ESCUCHA ACTIVA

E³

4 claves para escucha activa:

- 1. ESCUCCHAR SIN INTERRUMPIR.**
- 2. ESCUCCHAR PRESTANDO EL 100% DE ATENCIÓN**
- 3. ESCUCCHAR MÁS ALLA DE LAS PALABRAS**
- 4. ESCUCCHAR INCENTIVANDO AL OTRO A PROFUNDIZAR EN EL TEMA**



AUTOEVALUACIÓN DE MI NIVEL DE ESCUCHA ACTIVA

TÉCNICAS DE ESCUCHA ACTIVA

E³

CONTACTO VISUAL

Indicar que está interesado en el interlocutor y lo que está diciendo.

NO INTERRUMPIR

Facilita la comunicación del locutor y demuestra una escucha activa.

USO DE ESPACIOS ABIERTOS

Evita generar sensaciones de barreras derivadas de una posición dominante o de jerarquía.

TÉCNICAS DE ESCUCHA ACTIVA

E³

PARAFRASEAR

Permite clarificar lo que está siendo expuesto y demostrar un interés en el proceso de comunicación

USO DISTENDIDO DE “SI” Y “YA VEO”

Genera un interés en la comunicación y en su contenido. (Evitar un abuso, puede generar desconfianza y sentimientos de desinterés).

EL TONO VOCAL

Un tono amigable de voz invita a una comunicación abierta y al intercambio sincero de información.

TALLER-PRÁCTICO

GENERANDO EMPATÍA
MEDIANTE LA ESCUCHA
EMPÁTICA



TÉCNICA DEL ESPEJO

SINCRONIZACIÓN POSTURAL

Adaptar la postura y movimientos en ritmo y forma.

SINCRONIZACIÓN GESTUAL

Acompasar gestos y expresiones del estado de ánimo.

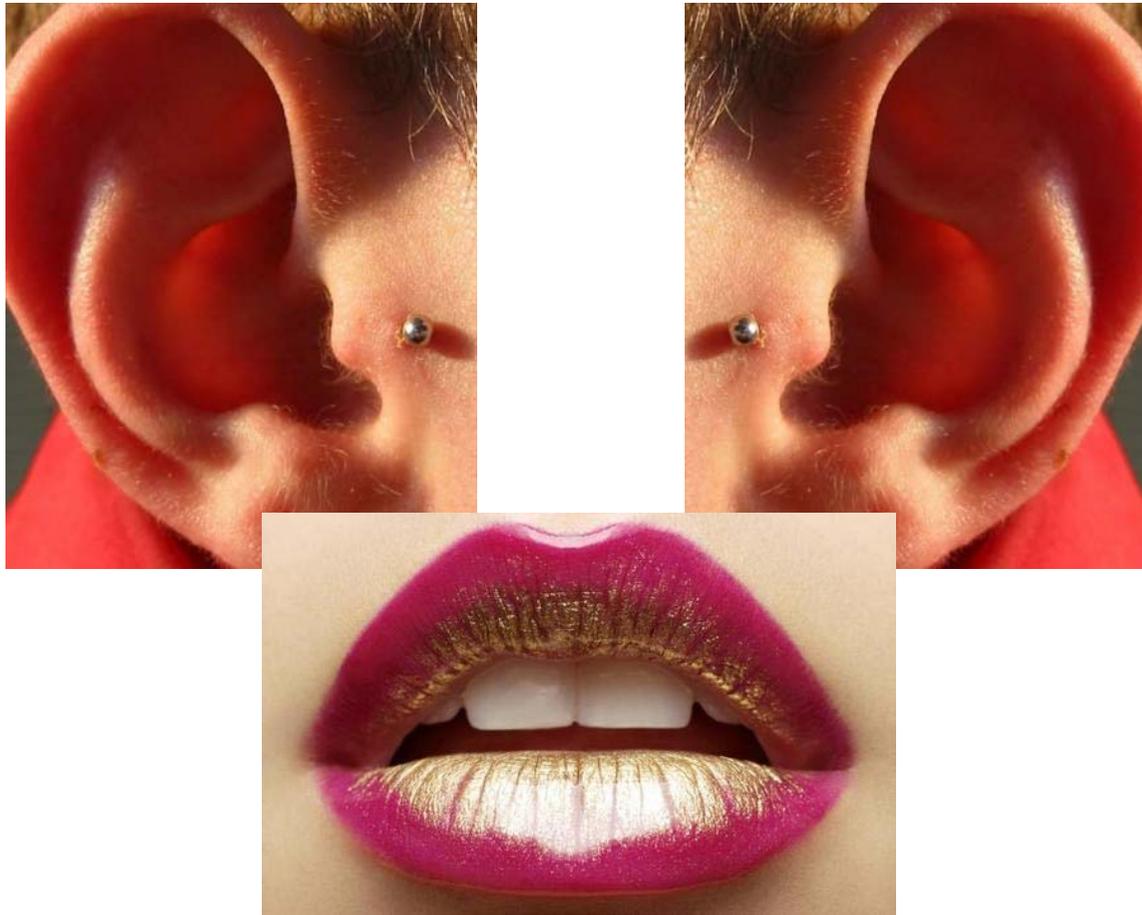
SINCRONIZACIÓN DE LA VOZ

Adaptarse al volumen, velocidad, gravedad...

UN CONSEJO PARA LA ESCUCHA ACTIVA

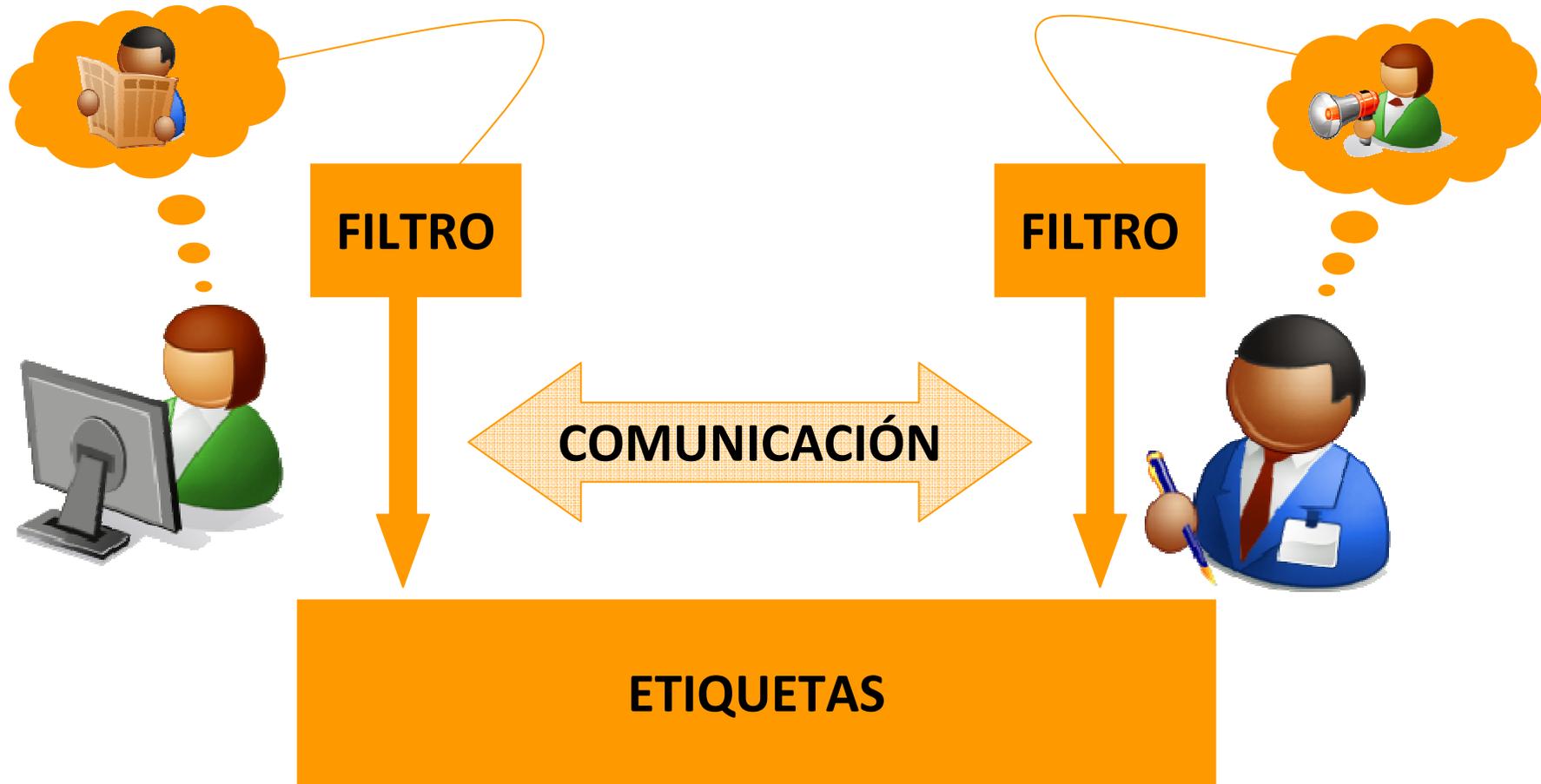
E³

MANTEN SIEMPRE ESTÁ PROPORCIÓN VIGENTE



EL RIESGO DE ETIQUETAR

E³



EL RIESGO DE ETIQUETAR

E³



ETIQUETAS



PESADO

ALEGRE

DESPISTADO

DETALLISTA

CASCARRABIAS

BUENA PERSONA

QUISQUILLOSO

LUCHADOR

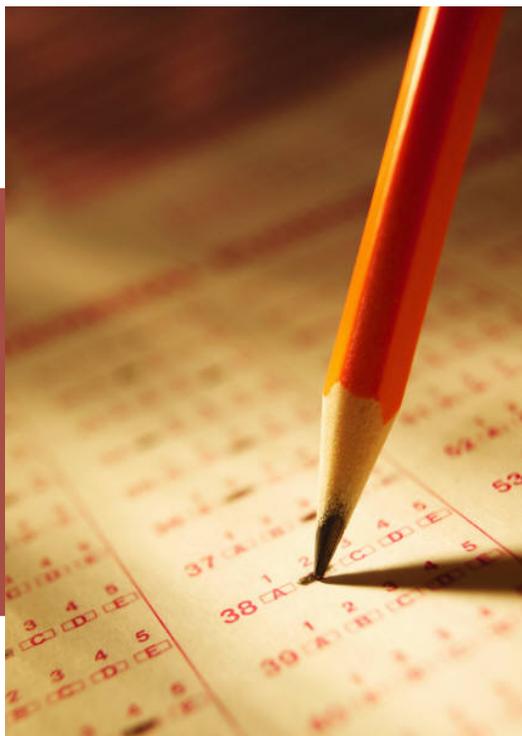
INSEGURO

SEGURO

**DURANTE UN PROCESO
COMUNICATIVO SIEMPRE
ENCONTRAREMOS INDICADORES QUE
CONFIRMAN NUESTRA ETIQUETA**



TALLER-PRÁCTICO



UTILIZAR LA COGNICIÓN
PAR POSITIVAR
ETIQUETAS

RESUMIENDO

Emplee alternativamente seis técnicas para crear empatía con su interlocutor:

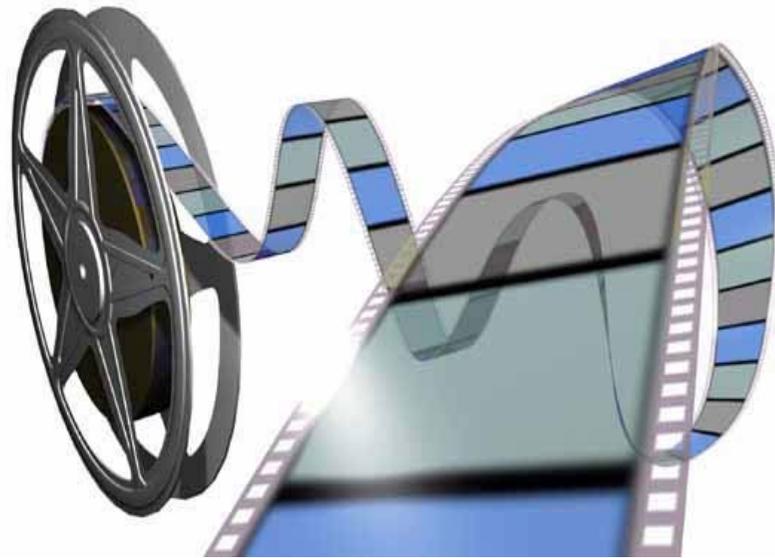
1. **Escucha activamente:** asentir, mantener el silencio...
2. **Utilice preguntas abiertas:** profundice en el dialogo.
3. **Reformule:** repetir, comprender (si he entendido clarifique generalizaciones, presuposiciones...
4. **Estimule positivamente:** buscar lo positivo del interlocutor y expresarlo.
5. **Resumir:** intentando reproducir fielmente los mensajes del interlocutor.



**HAGA QUE COMUNICARSE
CON USTED SEA ALGO
AFECTIVAMENTE INTENSO,
INTERESANTE E INOLVIDABLE**



VIDEO



**USE PROTECCIÓN
SOLAR**

RESUMIENDO

**SIGA ESTOS CONSEJOS Y NO
SÓLO SE COMUNICARÁ
AFECTIVAMENTE SINO QUE
ADEMÁS.....**

**SERÁ MÁS FELIZ Y HARÁ MÁS
FELICES A OTROS**

Gracias por su atención



jbesalduch@grupomanum.com