

El Grupo Saned explica la importancia de comunicarse con los pacientes a través de las emociones

La comunicación entre un médico y sus pacientes es una parte fundamental dentro del sector sanitario

La comunicación entre un médico y sus pacientes es una parte fundamental dentro del sector sanitario. En la actualidad, la proliferación de las nuevas tecnologías ha hecho que esa comunicación no se limite solo a la consulta, si no que existan muchas más herramientas y medios.

Según Ignacio Enguix, director general de Grupo Saned, "establecer una comunicación efectiva va a depender del entorno en el que nos movamos, pero ciñéndonos al entorno sanitario el principal factor que influye es el tiempo. Ese tiempo va a determinar la cantidad de información que se puede trasladar", explica.

Asimismo, Ignacio hace referencia a una falta de empatía, aunque alude que es un tema que está cambiando. En su opinión: "A la hora de comunicar debemos ponernos siempre en el lugar del receptor y no solo de la información que queremos trasladar, si no la información que nuestro receptor debe recibir. Es algo que a menudo olvidamos".

El storytelling para llegar a las emociones

"El storytelling es el arte de contar historias despertando en el receptor su imaginación. Lo más importante del storytelling es que aunque el emisor esté contando una historia, el receptor la está creando en su mente y eso es lo que provoca que se acuerde, entonces ese receptor es parte del mensaje", así define esta técnica Ignacio Enguix.

Existen numerosos estudios en los que se indica que el cerebro tiene un hemisferio racional y otro es el emocional. 'De esa forma, explica, la inmensa mayoría de las decisiones que tomamos tienen un factor racional y un factor emocional. Por tanto, es necesario afianzar ambos pilares para sustentar esa decisión'.

Ante esto, Ignacio explica que 'cuando un profesional sanitario traslada una información la está basando principalmente en el prestigio de su figura como médico y en el argumento racional de lo que traslada. De manera que no toca ese otro pilar que es la emoción, esa otra parte del razonamiento que debemos provocar en el paciente para provocar un cambio de comportamiento', sostiene.

En este sentido, tanto en el sector de la salud como en los demás, la mayor parte de los mensajes que se transmiten son racionales. Es decir, están basados en la lógica o el razonamiento. El director de Grupo Saned comenta que 'los cambios de comportamiento no se provocan por la razón, se provocan

por la emoción. Para conseguir esa emoción tenemos que hacer un ejercicio de empatía, un ejercicio en la búsqueda de sentimientos, etc. A menudo la traslación únicamente de la razón de los argumentos que utilizamos para conseguir un cambio de comportamiento, no provoca ese cambio de comportamiento. Hay que tocar la fibra sensible para conseguir que una persona cambie su modo de actuar. Son las emociones las que mueven a las personas’.

EL Grupo Saned participará en la II Edición del Congreso Online que tendrá lugar del 25 al 27 de mayo.

Datos de contacto:

Agencia de comunicación MAD&COR

www.madandcor.com

675943952

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing E-Commerce](#) [Medicina alternativa](#) [Otras ciencias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>