

Gestión de Gabinetes

¿Por qué algunos psicólogos tienen éxito?

Raimon Gaja Jaumeandreu

Zaragoza, 2 octubre de 2012

Reflexión 1

**¿Cuántos psicólogos se incorporan
anualmente al mercado laboral en
España?**

Año 2011

5.442

**¿Cuántos psicólogos puede
absorber anualmente España?**

¿Qué posibilidades existen tras finalizar los estudios de grado?



La más habitual: la cola del paro



Orientación a la investigación



Ser un empleado ordinario en una empresa



Adiós al sueño de ser funcionario



Tener tu propia empresa



De todos modos se puede tener éxito profesional si actúas con planificación



Visión de futuro = siempre mirando hacia adelante...!



Pero... ¿De qué depende el éxito?

Ok Sr. Rodríguez,
dígame cuándo
exactamente empezó a
sentir que las demás
personas le
menospreciaban?



Éxito = resultado de....

Resultado = consecuencia de la
conducta



Google

Búsqueda Aproximadamente 468.000 resultados (0,26 segundos)

Web

- Imágenes
- Maps
- Videos
- Noticias
- Shopping
- Más

Barcelona

Cambiar ubicación

La Web

- Páginas en español
- Páginas de España
- Páginas extranjeras traducidas

Anuncios relacionados con **psicologos en zaragoza** ⓘ

Psicólogos en Zaragoza - Tu solución con Eficacia.
www.psicologia-y-yoga.es/
Expertos 1ª Cita GRATIS (-50%) 633034713
Fernando El Catolico 43 Zaragoza 50006 - 633 03 47 13 - [Cómo llegar](#)

Psicólogos En Zaragoza - Terapia Individual y de Pareja
www.psicologozaragoza.net/
Psicólogo Colegiado
1 Paseo independencia Nº 8 -7 E, zaragoza
660 38 75 90 - [Cómo llegar](#)

Sorribas **Psicología** - Consulta de **Psicología en Zaragoza**.
www.sorribaspsicologia.com/
OFERTA - 1ª consulta gratis

Psicologos Zaragoza | Los mejores profesionales
www.psico.org/psicologos/Zaragoza
Listado de los mejores **psicólogos en Zaragoza** . Encuentra el centro psicológico que buscas en psico.org.

Psicólogos Zaragoza - MundoPsicologos.com
www.mundopsicologos.com/psicologos-zaragoza-vprovincia-55.html

Mapa de **psicologos en zaragoza**



©2012 GoogleMap data ©2012 Google, Tel

Anuncios ⓘ

Psicólogos Zaragoza
www.laguia.es/Psicologos
Actitudes Centro de Atención Psicológica y Formación 976 233 840
2 C/ Cinco de Marzo, 18, Zaragoza
976 23 38 40 - [Cómo llegar](#)

Gabinete de **Psicología**
www.centrodepsicologiaalmolda.com
Tratamientos Psicológicos,
Primera Consulta Gratis, 662145873

instituto superior de estudios psicológicos  **isep** formación

¿Qué es?



¿Es lo mismo?



¿Quién eres tú? | ¿Quién quieres ser tú?



Competencias y habilidades del emprendedor

- **A nivel Grupal**
- **A nivel de Gestión**
- **A nivel Personal**

Competencias a nivel PERSONAL

Autocontrol emocional: Gestión del estrés y seguridad personal	Autoconocimiento	Automotivación	Proactividad
Autonomía personal	Resistencia a la frustración: tenacidad	Integridad	Coherencia
Honestidad	Gestión de la incertidumbre	Capacidad de análisis y síntesis	Capacidad de interpretar resultados
Rigor	Autodesarrollo	Gestión del tiempo	Productividad personal
Flexibilidad y adaptación al cambio	Creatividad e innovación	Responsabilidad	Viabilidad: darse a conocer
Ejecutivo	Resolutivo	Capacidad de reacción ante desafíos	Capacidad para percibir las dificultades como desafíos

Competencias a nivel GRUPAL y de GESTIÓN

Comunicación	Empatía	Habilidad de relación	Resolución de conflictos
Atención a clientes	Calidad de servicio	Trabajo en equipo	Actuación permanente
Transmisión de optimismo	Generación de impacto, influencia y confianza	Asertividad	Orientación al cliente

Competencias a nivel GRUPAL y de GESTIÓN

Liderazgo		Visión	
Objetivos personales y profesionales alineados	Gestión de recursos: delegación y supervisión		Orientación a la excelencia: a nivel personal y con los otros
Exigencia	Negociación	Detección de oportunidades	Planificación

Emprendedor y Marketing: la MARCA

La construcción de una marca implica la **creación de una imagen** que se haga eco de las actividades, comportamientos y percepción del mercado objetivo, una marca crea lazos y experiencias que los demás perciben, una marca transmite **confianza**, y nuestras marcas favoritas son como **nuestros mejores amigos, nunca nos defraudan**.

Hay algo que debemos tener claro desde ahora: **todos tenemos una marca** ¿Sabemos cuál es la nuestra? ¿Sabes cuánto vale?

Lo que realmente hace valiosa una marca son **los intangibles**. **Una marca reduce la incertidumbre** a la hora de tomar una decisión, por lo tanto, si un profesional llega a desarrollar una marca personal fuerte, habrá conseguido posicionarse en la mente de su mercado y de sus clientes como una **referencia de su sector**.

Emprendedor y Marketing: ¿Qué implica la MARCA personal?

Confianza

Expectativas

Diferenciación

Relaciones

Valor

Información

Emprendedor y Marketing: Proceso de creación de la MARCA personal

- **Conocimiento personal**
- **Objetivos**
- **Análisis interno y externo del entorno**
- **Estrategia de marca**
- **Comunicación**
- **Renovación constante**

Consideraciones a tener en cuenta en la puesta en marcha de un gabinete (I)

LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

El proceso de planificación que, mediante el análisis interno y externo, tiene que llevar a una empresa desde una situación actual a otra deseada, definiendo los objetivos a alcanzar en el tiempo.

Consideraciones a tener en cuenta en la puesta en marcha de un gabinete (I)

FASES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO.
2. ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS.
3. DEFINICIÓN DE LA “MISIÓN”.
4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ÁREAS CLAVE.
5. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.
6. CRONOGRAMA.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1) ANÁLISIS DEL ENTORNO.

- Valoración del entorno general.

Valoraremos aspectos de la población, edad, nivel socioeconómico, etc.

- Valoración del entorno específico.
- Análisis de competidores.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

2) ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS.

- Valoración del personal.
- Dotación.
- Formación al personal (terapeutas y administrativos).
- Ventajas competitivas.
- Estructura física de la consulta.
- Funcionamiento interno de la consulta.
- Recursos disponibles.
- Sistemas de formación.
- Relación con centros asistenciales.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

3) DEFINICIÓN DE LA “MISIÓN”.

(Declaración de intenciones)

- Grupos de clientes: ¿a quién se ofrece el servicio?
- Necesidades de los clientes: ¿qué servicio voy a ofrecer?
- Recursos: ¿cómo voy a ofrecer los servicios?
- Ámbito geográfico: ¿dónde voy a ofrecer?

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

3) DEFINICIÓN DE LA “MISIÓN” (II).

La MISIÓN deberá dar respuesta a 3 preguntas:

1. ¿Qué **queremos** hacer en la consulta?
2. ¿Qué **deberíamos** hacer en nuestra consulta?
3. ¿Qué **podemos** hacer en nuestra consulta (recursos).

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

4) ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS PSICOLÓGICOS.

Características de los pacientes como compradores de servicios

a) Percepción de un riesgo alto en la compra por: Intangibilidad de lo que adquiere.

- Desconocimiento ¿será lo que necesito?
- Inexperiencia ¿qué me pasará ahora?
- Obligación. Tener que ir al psicólogo no es deseable.
- Precio.

b) El paciente participa en la obtención del servicio.

c) Los pacientes no se quejan.

- Provocar quejas.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Riesgo Percibido

El paciente intercambia dinero por su servicio, lo que le supone un riesgo que percibe de tres formas:

1. Riesgo económico
2. Riesgo funcional.
3. Riesgo moral.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Medidas que toman los clientes para disminuir el riesgo percibido

- 1) Búsqueda de experiencias anteriores satisfactorias entre familiares, amigos y compañeros de trabajo, fundamentalmente.
- 2) Búsqueda de indicadores de calidad.
- 3) Análisis de la información formal que el paciente puede encontrar del gabinete.
- 4) Alternativas y evaluación de las mismas.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Medios de los que dispone el profesional para reducir el riesgo percibido

- 1) El profesional debe conseguir que los pacientes siempre salgan reforzados positivamente del gabinete.
- 2) La fidelidad de los pacientes aumenta en función de la información que reciben boca-oído.
- 3) La proximidad del gabinete.

La publicidad directa y agresiva, así como la gratuidad de la primera visita son irrelevantes

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

El paciente participa de la obtención del servicio

- 1) El propio paciente altera e influye en la calidad final del servicio y cada paciente es distinto.
- 2) La participación del paciente es un medio de familiarización con el profesional, mediante el cual se genera una empatía y una confianza.
- 3) La relación directa terapeuta-paciente nos permite educar al paciente en temas psicológicos.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Principales quejas de los pacientes de los servicios médicos privados

1. Poca profesionalización de los servicios.
2. El paciente es tratado como un objeto en vez de como una persona.
3. El servicio se efectúa de forma deficiente la primera vez.
4. El resultado no es el esperado.
5. El paciente es tratado con mala educación.
6. El tratamiento no se efectúa en el plazo previsto.
7. El precio pagado finalmente ha sido más elevado.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Valores a tener en cuenta para evitar las quejas en servicios psicológicos

1. La eficacia del tratamiento.
2. Los aspectos afectivos y la empatía en la relación terapeuta-paciente.
3. Las condiciones de realización de los servicios.
La satisfacción de los pacientes depende de la percepción del servicio menos las expectativas que se había generado.
4. El precio del servicio influye sobre el valor percibido por los pacientes.
Las expectativas aumentan junto al precio. Cuanto mayor son las expectativas, mayor debe ser la percepción positiva por parte del paciente para que logremos su satisfacción.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

El prestigio profesional

- Lo que diferencia el grado de credibilidad de las personas es **su prestigio, su seriedad y su historia.**
- Los expertos en comunicación cuantifican la importancia de quien trasmite la información en un 50%.

Reflexión 2

¿Cómo aumentar nuestro prestigio?

FIDELIZACIÓN DE LOS PACIENTES

Importancia de la fidelización

1. Cada día es más difícil captar nuevos pacientes.
2. El coste de captación es superior al de retención.
3. Los pacientes fieles son referidores muy eficaces.
4. El mejor paciente es el que viene referido.
5. La confianza es un factor clave en la relación terapeuta-paciente.

FIDELIZACIÓN DE LOS PACIENTES

Algunas ideas para generar confianza en nuestros pacientes

- ❖ Currículum personal. Importante, pero a algunos pacientes les influirá más que a otros.
- ❖ Conseguir establecer una relación afectiva positiva.
 - **Escuchar y entender.** Cuando una persona se siente entendida, se siente en conexión desde el punto de vista emocional.
 - **Transmitir interés por esa persona.**
 - **Informar bien a los pacientes** (el problema ante un resultado no esperado después de seguir un tratamiento no es tanto el no cumplir las expectativas del paciente, sino no haber informado previamente al paciente sobre las diferentes posibilidades).

FIDELIZACIÓN DE LOS PACIENTES

RECORDAD

- ❖ Un paciente **contento** habla bien de nosotros a **2-3 personas**.
- ❖ Un paciente **descontento** habla mal de nosotros a **11-12 personas**.

RAZONES POR LAS QUE SE CAMBIA DE MÉDICO

Alto – Medio Alto	Medio Bajo - Bajo
Deficiente atención profesional	Deficiente atención profesional
Mal trato del doctor o su personal	Aumento en el coste de servicios
Equipo antiguo, servicios no actualizados	Mal trato del doctor o su personal
Aumento en el coste de los servicios	Cambio de ubicación del consultorio

¿QUÉ BUSCA EL PACIENTE CUÁNDO ELIGE MÉDICO?

Alto – Medio Alto	Medio Bajo - Bajo
Profesionalidad	Costes
Trato	Profesionalidad
Equipamientos y tratamientos modernos	Ubicación del consultorio
Especialización	Trato
Costes	Equipamiento y tratamientos

ALGUNAS IDEAS PARA FIDELIZAR PACIENTES

Lo conseguiremos a través de fidelizar **tres mercados objetivos**:

1. El personal de la consulta.
2. Los pacientes actuales.
3. Los pacientes potenciales.

❖ **Contribuciones que merecen especial valoración en los miembros del equipo de trabajo**

1. Alegría.
2. Responsabilidad.
3. Deseo de agradar y de aprender.
4. Sincero interés por los demás.
5. Laboriosidad.
6. Deseo de dar buen ejemplo.
7. Utilización sobria de los recursos...

❖ ¿Cómo optimizar el rendimiento de nuestro equipo de trabajo?

1. Selección del personal.
2. Asignación de tareas.
3. Promoción.
4. Formación y desarrollo.
5. Asesoramiento (*coaching*) y ambiente de trabajo.
6. Evaluación.
7. Sueldo.

LA ESPERA DE LOS PACIENTES

Una de las quejas más frecuentes de los pacientes es que tienen que esperar mucho en recepción

EL PACIENTE QUE ESPERA:

1. El tiempo de espera parece más largo que el tiempo ocupado.
2. El tiempo esperado parece más largo que el tiempo de visita.
3. La ansiedad hace que las esperas parezcan más largas.
4. Las esperas inciertas parecen más largas que las de duración definida.
5. Las esperas sin explicaciones son mucho más largas que las justificadas.
6. Las esperas injustas son más largas que las esperas equitativas.

LAS QUEJAS DE LOS PACIENTES

- Averiguar por qué los pacientes nos abandonan.
- Aproximadamente un 50% de pacientes se callan cuando están descontentos.
- Aproximadamente un 45% de quejas chocan con el personal de contacto.
- Sólo llegan a un responsable un 5%.

REPERCUSIONES DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL HECHA DESDE LA CONSULTA

LA COMUNICACIÓN COMERCIAL QUE HACEMOS DESDE LA CONSULTA

1. Influye sobre los pacientes que ya nos conocen.
2. Debe ceñirse a la realidad, no crear falsas expectativas.
3. Tanto el medio, como el diseño y el mensaje, influirán en la imagen que el receptor se hará del gabinete.
4. Diferénciate de lo que ofrecen los otros gabinetes.
Ofrece nuevos servicios o... distintos.

The screenshot displays the ISEP Clínic website. At the top, there's a header with the ISEP Clínic logo and a navigation bar with links to various services: Psicología Adultos, Psicología Infantil y Juvenil, Logopedia, Psicopedagogía, Neuropsicología, and Área Médica y Salud. Below the header, a large banner features a smiling child and the text: "ISEP Clínic, la mayor red de centros de atención psicológica, logopédica y psicopedagógica". A language selector is set to "Castellano".

The main content area is divided into two columns. The left column lists the locations of ISEP Clínic centers: Barcelona, Bilbao, Castellón de la Plana, Castelló, Córdoba, Donostia, Gijón, Girona, Granada, Grànova, Jerez, Las Palmas, Lleida, Madrid, Málaga, Mallorca, Reus, and Sant Cugat. The right column features a search bar with the text "¿Qué me pasa?", a section titled "Nuestro mayor objetivo es tu bienestar" with a sub-header "¡Empieza el cole!", and a section titled "Revista Bienestar" with the text "Consulta el último número de la revista de ISEP Clínic".

The "¡Empieza el cole!" section contains the following text: "Este mes hablamos de... ¡Empieza el cole! Han terminado los días de sol y playa y da comienzo un nuevo curso para todos, tanto padres como hijos. Como padres la vuelta al cole supone la instauración de horarios, actividades para los niños, reparto de responsabilidades... Como hijos os convertís en los protagonistas indiscutibles: vuestras risas, metas y juegos harán que el tiempo pase muy deprisa y los papás y las mamás se lamentarán que este nuevo curso transcurra tan rápido y creerán que se han perdido muchas cosas. Para que esto no pase y el nuevo curso sea un éxito para todos os recomendamos, tanto a los papás como a los hijos..."

The "Revista Bienestar" section includes a small image of the magazine cover and the text: "Revista Bienestar. Consulta el último número de la revista de ISEP Clínic".

MARKETING ON LINE

❖ 6 CLAVES PARA ESTAR CONECTADO

1. El nuevo marketing: del 1.0 al 2.0
2. Invítalos a entrar: genera confianza.
3. Ayúdales a que te encuentren.
4. Conecta con tus clientes.
5. No te lo juegas todo en Internet.
6. Planifica una buena estrategia online.

MARKETING ON LINE

- ❑ ¿Cómo generar visitas?
- ❑ ¿Cómo podemos ayudar a nuestros clientes a que nos encuentren?

Posicionando nuestro gabinete en INTERNET.

MARKETING ON LINE

Una persona quiere buscar un psicólogo en Zaragoza para visitarse

Buscadores Web

www.google.es/search?q=psicologos+en+zaragoza&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:es-ES:official&client=firefox-a#l

+Tú Búsqueda Imágenes Maps Play YouTube Noticias Gmail Docs Calendar Más -

Google

psicologos en zaragoza

Búsqueda Aproximadamente 467.000 resultados (0,32 segundos)

Web

Imágenes

Maps

Videos

Noticias

Shopping

Más

Barcelona

Cambiar ubicación

La Web

Páginas en español

Páginas de España

Páginas extranjeras traducidas

Más herramientas

Anuncios relacionados con psicologos en zaragoza ⓘ

Psicologos en Zaragoza - Tu solucion con Eficacia.
www.psicologia-y-yoga.es/
Expertos 1ª Cita GRATIS (-50%) 633034713
Fernando B Catolico 43 Zaragoza 50006 - 633 03 47 13 - [Cómo llegar](#)

Psicologo en Zaragoza | dharcourt psicologia.com
www.dharcourt psicologia.com/
Gabinete de Psicologos ¡Póngase en manos de Profesionales!

Psicologos En Zaragoza | PsicologoZaragoza.net
www.psicologozaragoza.net/
Terapia de Pareja ,Depresion,Estres Adicciones. Psicologo Profesional
1 Paseo independencia Nº 8 -7 E, zaragoza
660 38 75 90 - [Cómo llegar](#)

Psicologos Zaragoza | Los mejores profesionales
www.psyco.org/psicologos/Zaragoza
Listado de los mejores psicólogos en Zaragoza . Encuentra el centro psicológico que buscas en psyco.org.

Psicólogos Zaragoza - MundoPsicologos.com
www.mundopsicologos.com/psicologos-zaragoza-vprovincia-55.html
Web especializada en psicólogos y gabinetes de psicología en Zaragoza. Guía de los centros psicológicos de Zaragoza más cualificados.

Psicologos en Zaragoza - Consulta de psicologia de Zaragoza
www.psicologiazaragoza.es/
Consulta de psicologia en Zaragoza con equipo de expertos psicologos le

Mapa de psicologos en zaragoza



Mapa de psicólogos en Zaragoza. El mapa muestra la ciudad de Zaragoza con varios marcadores de ubicación de psicólogos. Se pueden ver las carreteras E-584, N-430 y N-431, así como el río Ebro. Los marcadores están etiquetados con letras A, B, C, D, E, F y G.

Anuncios ⓘ

Psicologos zaragoza
www.psicologoszaragozamilo.es/AM
Centro de Psicología Clínica para Adultos, Trastorno de Ansiedad, etc
2 Paseo de la Constitución, 24
976 21 14 79 - [Cómo llegar](#)

Psicólogos Zaragoza
www.laguia.es/Psicologos
Actitudes Centro de Atención Psicológica y Formación 976 233 840
3 C/ Cinco de Marzo, 18, Zaragoza
976 23 38 40 - [Cómo llegar](#)

Gabinete de Psicología
www.centrodepsicologiaalmolda.com/
Tratamientos Psicológicos,
Primera Consulta Gratis. 662145873!

MARKETING ON LINE

**Para hacer visible la oferta,
necesitamos estar donde nuestros
pacientes nos buscarán**

MARKETING ON LINE

- www.red-psi.org (75€/año*)
- www.psico.org (115€/año*)
- www.paginasamarillas.es (120 €/año*)
- Google Maps
- Google Business Center
- Google Adwods
- www.parabebes.com
- www.thesauro.com
- www.callejeando.com
- http://vi.vu/
- www.teloos.es
- www.giroque.com
- www.salutivida.com
- www.cercadorexpertes.cat
- www.aedn.es
- www.omlfopsicólogos.com
- www.psicologoescolar.com
- www.mundoanuncio.com
- www.psicoactiva.com
- www.mer.cat
- www.logoweb.es
- www.latecla.com
- www.psicologos.org
- www.tnrelaciones.com
- www.laguiadeguias.es
- www.lateranyina.net
- www.comg.org
- www.laguiadegirona.com
- www.psicologos-psiquiatras.com.es
- www.psicocentro.com
- www.doctoralia.es
- www.puntcat.com
- www.enyo.es

Características de los anuncios

1. Tamaño.
2. Imagen: logo, dibujo, foto.
3. Color.
4. Localización de la página.
5. Tipo de letra.
6. La intensidad del negro.
7. Anuncio encuadrado.
8. El espacio en blanco.

Folletos publicitarios

psicología
clínica y de
la salud



isep
clínica

psicología
clínica y de
la salud



isep
clínica

Centro multidisciplinar de intervención
psicológica y de la salud

ISEP Clinic Barcelona
Entença, 159, bajos
08029 Barcelona
Tel. 934 308 899
Fax 934 309 749
clinic.barcelona@isepclinic.es

www.isepclinic.es

ALMERÍA - BARCELONA - BILBAO - CASTELLDEFELS - CASTELLÓ - CORDOBA
DONOSTIA - GIJÓN - GIRONA - GRANADA - GRANOLLERS - JEREZ DE LA FRONTERA
REUS - SANT CUGAT DEL VALLES - TERRASSA - VALENCIA
VALENCIA 1 - VILANOVA I LA GELTRÚ - VITORIA-GASTEIZ



Ciclo de charlas y talleres sobre
Sexualidad y Pareja

www.isepclinic.es

Ciclo sobre Sexualidad y Pareja

Consta de cinco charlas gratuitas y cuatro talleres de los que tratarán todos los temas alrededor de la sexualidad, los falsos mitos y el orgasmo femenino, además de abordar las situaciones en pareja como la convivencia y la dependencia afectiva.

El objetivo es profundizar y aclarar diversos aspectos de la sexualidad que se consideran tabús para poder conocerse a nosotros mismos, así como afrontar con garantías la sexualidad en pareja. Se aportan herramientas básicas de comunicación entre parejas para resolver situaciones de la vida diaria e intentar solucionar conflictos y discusiones.

Es una red de centros multidisciplinarios, especialmente en asesoramiento, la evaluación y el tratamiento de problemas vinculados a la psicología, el aprendizaje y la salud, desarrollando su actividad desde 1982. Forma parte de ISEP, un conjunto de empresas de reconocido prestigio dedicadas a la formación.

El Ciclo sobre Sexualidad y Pareja será impartido por Carme, psicóloga, terapeuta sexual y de pareja y profesora de Sexualidad Clínica y Terapia de Parejas del ISEP. Esta, psicóloga y especialista en Terapia Sexual y de Pareja, es también directora del Máster en Teatro-terapia y de la Terapia de Parejas del ISEP.



Charlas gratuitas

27 de enero

¿Qué sabemos de sexo?

3 de febrero

Dependencia afectiva

3 de marzo

Soluciones entre dos: aprender a negociar y superar los conflictos en pareja

17 de marzo

¿Cómo está mi relación y qué puedo hacer para mejorarla?

14 de abril

Orgasmo femenino: conocerte a ti misma

Horario: 19.30 a 21.00 h

PLAZAS LIMITADAS

Talleres

19 de febrero

La Sexualidad Femenina I.

26 de febrero

La Sexualidad Femenina II.

19 de marzo

Afrontar la convivencia en pareja.

30 de abril

Teatro y Sexualidad: "Cómo recuperar la novedad y la sorpresa en la pareja: juegos y detalles olvidados".

Horario: 18.00 a 21.00 h

PLAZAS LIMITADAS

Precio de cada taller

35 euros

Información e inscripciones: **93 430 88 99**

www.isepclinic.es

Díptico

psicología
clínica y de
la salud



isep
clínica

Dirigido a:
• Diplomados/as en Terapia Ocupacional.
• Estudiantes de último curso de Terapia Ocupacional.

Duración:
18 horas

Precio:
• Terapeutas Ocupacionales - 240 €
• Estudiantes de último curso de T. Ocupacional
y Colegiados por el ETOLE - 210 €

Lugar:
Colegio Mayor Oñarain
Pº Oñaraina 24, 20018 Donostia, San Sebastián.

Fecha:
Viernes 23 de marzo de 15:30 a 20:30h.
Sábado 24 de marzo de 9:00 a 13:30h. y de 15:30 a 20:30h.
Domingo 25 de marzo de 9:00 a 14:30h.

Certificado de asistencia:
Para obtener el certificado es obligatoria
la asistencia al 100% de las horas.

Plaza Limitada

ISEP Clínica Donostia
Av. Ibañeta 12, entresuelo C - 20011 Donostia
943 433 061
clinica.donostia@isepclinic.es

www.isepclinic.es



Nota de interés: No se devuelve el importe de la matrícula para cancelaciones realizadas con menos de 15 días antes del comienzo del curso. La empresa no se hará responsable de las cancelaciones que se produzcan por motivos ajenos a ésta, entendiéndose que al dársele información se formaliza la matrícula, ha aceptado las condiciones y requisitos del curso.

psicología
clínica y de
la salud



isep
clínica

La mayor red de centros de atención

CURSO

La Terapia Ocupacional basada
en el enfoque de la integración
sensorial. 1 La Teoría.

Asociación de la Asociación Española de Logopedas y
Semiólogos (AELUS)

Concedido de interés público para el desarrollo de la profesión
por el Consejo de Terapia y la Ocupación de la Federación ETOLE

solución a la sociedad de como formación continua al
Departamento de Sanidad del Gobierno Vasco

Del 23 al
25 de marzo

www.isepclinic.es



Díptico

psicología
clínica y de
la salud



isep
clínica

ISEP Clínic Donostia
Av. Isabel II, 12, entresuelo C
20011 Donostia
Tel./fax 943 433 061
clinic.donostia@isepclinic.es

ALMERÍA - BARCELONA - BILBAO - CASTELLDEFELS - CASTELLÓ - CÓRDOBA
DONOSTIA - GUÍON - GIRONA - GRANADA - GRANOLLERS - JEREZ DE LA FRONTERA - MARTORELL - REUS
SANT CUGAT DEL VALLES - TERRASSA - VALENCIA - VALENCIA 1 - VILANOVA I LA GELTRÚ - VITORIA-GASTEIZ

www.isepclinic.es

RPS: 141/09
Responsable Asistencial:
Susana Peñaagarcano Hoeks
Lda. en Psicología



Servicio de Logopedia

www.isepclinic.es

isep

Servicio de Logopedia

logopedia para solventar problemas en el habla de sus hijos. Pero una gran mayoría todavía desconoce el ámbito de actuación de estos profesionales.

¿CÓMO TRABAJAN LOS LOGOPEDAS?

A partir de una serie de sesiones semanales el logopeda reeduca y proporciona estrategias que le permiten al paciente solucionar sus problemas de habla y/o lenguaje.

Dependiendo del problema varía la metodología la cual puede abarcar:

- Trabajo muscular y auditivo para solucionar problemas de articulación.
- Entrenamiento visual y estrategias pedagógicas ante trastornos de la lectoescritura, etc.

¿CUÁNDO HAY QUE ACUDIR AL LOGOPEDA?

Siempre que el foniatra, pediatra, profesor, dentista, cirujano o la propia familia lo aconsejen o crean conveniente.

Es importante que ante la menor señal indicativa de un posible problema se recurra al especialista para que éste pueda determinar un diagnóstico precoz y eficaz que facilite el tratamiento más inmediato y menos complejo.

El equipo profesional de ISEP Clínic Donostia realiza intervenciones en habla, voz, lenguaje, deglución, lectoescritura y cualquier otra patología que dificulte la normal comunicación.

Áreas de trabajo:

- Rehabilitación de trastornos relacionados con la fluidez verbal, la tartamudez, dificultades para hablar en público, dicción...
- Reeduación de trastornos foniátricos (disfonías, nódulos...).
- Problemas pre y postoperatorios.
- Rehabilitación de los trastornos del habla y del lenguaje debidos a problemas neurológicos.
- Tratamiento de dificultades en lectoescritura (dislexias, disortografías...).
- Atención y tratamiento en problemas odontofaciales, deglución, glosotomías, cirugía maxilar, laringectomías...
- Trastornos leves del habla en la pronunciación o el discurso verbal.

Visítanos

Si padeces uno o más de los problemas descritos, no dudes en consultarlo con nosotros. Solicita una primera visita sin compromiso.



Información básica que debe figurar en los anuncios

1. **Nombre** del profesional/nombre del gabinete.
2. **Servicios:** remarcar lo que nos diferencia de la competencia.
3. **Afiliaciones:** número de colegiado, *“Centro autorizado por el Ministerio de Sanidad, con el núm. xxx”*
4. **Dirección/localización. Teléfono.**
5. **Horario:** sobre todo si hay algo a destacar, por ejemplo *“horario ininterrumpido desde las xx h. a las xx h.”*

Objetivos del folleto

1. Sobre los pacientes potenciales:

- Conseguir que elijan nuestra consulta.
- Informarles de nuestro horarios, servicios, acceso...
- Educar en la necesidad de cuidar la salud.

2. Sobre los pacientes actuales:

- Aumentar la percepción de la consulta.
- Instrumento para conseguir referencias.

3. Sobre otros profesionales:

- Conseguir referencias.

Información que debe contener un folleto

- Logo del gabinete, nombre, dirección, teléfono, especialidades.
- Horarios, forma de acceso, mapa.
- Parking e información sobre transporte público.
- Algo de credenciales e historia del gabinete.
- Profesionales, nombre y CV.
- Servicios que se ofrecen y explicaciones sobre estos.
- Servicios especiales, si los hubiese, por ej. “Terapia en inglés”.
- ¿Qué hacer para pedir hora y en caso de cancelación?
- Formas de pago.
- Información para nuevos pacientes: qué puede esperar.
- Sugerencias para que nos envíe nuevos pacientes, por ejemplo: *“no me tire, piense en el medio-ambiente y dáselo a quien le pueda ser útil”*.

ISEP FORMACIÓN | www.isep.es



psicología
clínica y de
la salud



isep
clínica

instituto superior
de estudios
psicológicos



isep
formación



¿Te gustaría mejorar tus
habilidades para expresarte
ante los demás?

Taller de:
**Técnicas para
hablar en público**

Formación especializada impartida
por logopedas, psicólogos y
psicopedagogos.

Fecha: Viernes, 18 de junio

Precio
20€

Llama e infórmate

958 209 819
www.isepclinic.es

ISEP Clínica Granada
Avda. Dr. Olóniz, 21, 1ª izda.
18012 Granada
clinic.granada@isepclinic.es

Gracias por vuestra atención
rgaja@grupoisep.com

www.isep.es

