

Proporcionar consejería centrada en el cliente y educación sobre anticonceptivos

Principios para proveer consejería de alta calidad

La *consejería* es un proceso que le permite al cliente tomar y llevar a cabo decisiones. La *Educación* es un componente integral del proceso de consejería que ayuda a los clientes a tomar decisiones informadas. Proporcionar consejería de calidad es un componente esencial de la atención centrada en el paciente.

Su cliente debe ser el foco central cuando se está aconsejando sobre temas de salud reproductiva y sexual, con respecto a su toma de decisiones de cómo prevenir o lograr un embarazo, siempre apoyando conductas saludables. Al usar estrategias de consejería **centrada en el cliente**, usted adapta la consejería haciéndola interactiva y educacional, para satisfacer las necesidades únicas y culturalmente apropiadas de su cliente.

PRINCIPIO 1:

Establecer y mantener la relación con el cliente

- ▶ Crear un entorno acogedor — Dar la bienvenida al cliente, demostrarle que a usted le importa. Escuchar y participar en la conversación con su cliente haciendo preguntas abiertas. Explicar que significa privacidad y confidencialidad para así ayudar a construir un clima seguro y de confianza que aliente al cliente a hacer preguntas en cada etapa del encuentro.



PRINCIPIO 2:

Evaluar las necesidades del cliente y de acuerdo a eso personalizar la discusión

- ▶ Adaptar sus preguntas y la conversación; de manera que las necesidades clínicas, la vida personal y los problemas psicológicos de su cliente, estén integrados en esta importante conversación sobre educación y toma de decisiones.



PRINCIPIO 3:

Trabajar de forma interactiva con el cliente para establecer un plan

- ▶ Tener en cuenta los objetivos personales de su cliente, mediante la exploración interactiva en la toma de decisiones y de que tan preparado el cliente está para hacer un cambio de comportamiento, si es necesario. Ayudar a establecer un plan que permitirá al cliente lograr sus objetivos personales.



PRINCIPIO 4:

Proporcionar información que pueda ser comprendida y retenida por el cliente

- ▶ Proporcionar una oportunidad para que su cliente pueda aprender información médica precisa, que sea equilibrada, libre de prejuicios y de acuerdo con el plan de su cliente en este momento en su vida.

PRINCIPIO 5:

Confirmar la comprensión del cliente

- ▶ Usar el método interactivo de enseñanza recíproca, dándole la oportunidad a su cliente de decir — con sus propias palabras — la información más importante compartida durante el encuentro. El objetivo de utilizar el modelo de enseñanza recíproca, es el de aclarar malentendidos y de asegurar el éxito de su cliente en las decisiones de su salud reproductiva.

Source: Providing Quality Family Planning Services: Recommendations of CDC and the U. S. Office of Population Affairs, 2014; Appendix C



FPNTC is supported by the Office of Population Affairs of the U.S. Department of Health and Human Services. The information presented does not necessarily represent the views of OPA, DHHS, or FPNTC member organizations.

May 2016

Siete estrategias para una educación eficaz

Para que los clientes tomen decisiones informadas y sigan los planes de tratamiento, la información debe ser presentada de manera clara y sencilla. Debe ser cultural y lingüísticamente apropiada y debe reflejar las creencias del cliente, el origen étnico y sus prácticas culturales. La cantidad de información presentada debe limitarse a los puntos esenciales, y adaptarse a las necesidades y brechas en el conocimiento de ese individuo. Ayude a sus clientes a entender los riesgos y beneficios mediante el uso de números claros y comparaciones; y proporcionando mensajes equilibrados y positivos.

Pídales a sus clientes que le muestren y le expliquen lo que han aprendido. Esto se conoce como el uso del método de “Enseñanza Recíproca” o “teach-back.” Y por último, el encuentro con el cliente debe incluir un enfoque de consejería y educación que sea interactivo y atractivo.



Proporcione información que sea clara y fácil de entender

- ▶ Ya sea si está con un cliente, en un grupo, o escribiendo material, trate de que la información sea sencilla. Reemplace palabras largas por cortas: “usar” en lugar de “utilizar.” Si usted usa términos complicados, trate de usar términos que sean más simples: “Use el método cada vez que tenga relaciones sexuales y siempre de la manera correcta” En lugar de decir “use el anticonceptivo consistentemente y correctamente”.

Utilice mensajes cultural y lingüísticamente apropiados

- ▶ No asuma sobre las creencias, religión o costumbres de sus clientes, siempre pregunte respetuosamente. Haga una pregunta como: “¿Hay algo que debería saber acerca de usted -? Sobre su cultura, creencias o prácticas religiosas o de otro tipo que puedan ayudarme a cuidar mejor de usted” Esto deja claro que usted está pidiendo esa información para poder servir y atender mejor a su cliente, y que no lo está preguntando por que es curioso.

Personalice la información específicamente para cada cliente

- ▶ Céntrese en las necesidades de sus clientes y en las brechas de conocimiento individuales. ¿Cuáles son los 3 o 5 mensajes educativos más importantes que este cliente individual debe irse sabiendo? Eso es lo que la mayoría de nosotros recordaremos, por lo tanto enfóquese en los mensajes más importantes. Resalte o marque esos puntos claves en los folletos que le entregue a su cliente.

Comparta información equilibrada

- ▶ Presente las ventajas y beneficios de la anticoncepción, así también como los posibles efectos secundarios, riesgos y advertencias de una manera precisa e imparcial. Asegúrese que sus clientes sepan acerca de la gama de opciones de métodos anticonceptivos disponibles. Usando un enfoque neutral, pregunte y explore las preocupaciones que el cliente pueda tener, y de manera sensible corrija cualquier información errónea. Por ejemplo, si usted está hablando de las pastillas anticonceptivas puede decir “para la mayoría de las mujeres las pastillas son seguras y sin efectos secundarios. Algunas mujeres si tienen efectos secundarios pero estos a menudo desaparecen o usted puede ayudar a manejarlos cambiando la receta”.

Utilice números claros y comparaciones

- ▶ Cuando hable de números, utilice un formato coherente y proporcione información clara. Por ejemplo, cuando hable de la eficacia anticonceptiva puede decir: “En el primer año de uso típico menos de 1 de cada 100 mujeres quedan embarazadas usando este método.” Use gráficas e imágenes simples para ayudar a los clientes a comprender la información correctamente.

Que el cliente participe en una conversación interactiva

- ▶ Haga participar a su cliente activamente, haciendo preguntas y dando información importante para su cliente. Utilice un estilo de preguntas y respuestas para ayudar a los clientes a aprender y recordar la información importante. Pregunte “¿Qué preguntas tiene usted?” En lugar de, “¿Tiene alguna pregunta?” Use métodos de enseñanza interactivos, tales como escribir o marcar los mensajes importantes para su cliente en los materiales educativos.

Utilice el método de Enseñanza Recíproca para confirmar la comprensión

- ▶ Pida a sus clientes que le digan, con sus propias palabras, lo que van a hacer: “Hemos cubierto mucho hoy, así que quiero estar seguro de que todo está claro. ¿Me puede contar que va a hacer cuando se olvide de tomar una pastilla?” Pida a sus clientes que también le muestren. “Le mostré cómo poner un condón en el modelo; Ahora intente usted “Durante la enseñanza recíproca aliente al cliente y respetuosamente corrija errores.

Source: Providing Quality Family Planning Services: Recommendations of CDC and the U.S. Office of Population Affairs, 2014; Appendix E



FPNTC is supported by the Office of Population Affairs of the U.S. Department of Health and Human Services. The information presented does not necessarily represent the views of OPA, DHHS, or FPNTC member organizations.

July 2016