



COMPETE

COMunicare con il Paziente
in modo Efficace Trasparente
ed Esauriente



Notizie da COMPETE a cura della Co.S.mo. Servizi srl

Avanzamento azioni formative COMPETE

Al 30 novembre 2014 sono state concluse **35 azioni formative** per un totale di **456 ore**, coinvolgendo tutte le 8 aziende beneficiarie... [\(segue a pag. 2\)](#)

Riepilogo azioni formative COMPETE

Le azioni formative di "COM.P.E.T.E. - COMunicare con il Paziente in modo Efficace Trasparente ed Esauriente" erogate al 31/11/2014 sono 35 ...[\(segue a pag. 2\)](#)

Aziende beneficiarie

Il progetto "COM.P.E.T.E. - COMunicare con il Paziente in modo Efficace Trasparente ed Esauriente" prevede l'erogazione di **784 ore** di attività formative nonché la realizzazione di alcune attività non formative e di accompagnamento a beneficio delle **8 aziende** partecipanti [\(segue a pag. 2\)](#)

La Comunicazione Efficace/Efficiente in azienda

La motivazione, il dialogo, la collaborazione, le competenze, il coinvolgimento, l'assunzione di responsabilità, l'accentramento dipendono fondamentalmente dal tipo e dalle modalità di comunicazione condotte internamente, partendo da noi stessi. [\(segue a pag. 3\)](#)

Paradigma della buona filosofia aziendale

La comunicazione efficace diventa così **paradigma della buona filosofia aziendale**. Grazie alla comunicazione interna ed esterna, e attraverso tutta la comunicazione aziendale, l'energia delle persone si mobilita e si orienta verso obiettivi comuni e di successo. [\(segue a pag. 3\)](#)

Le regole del processo comunicativo

La comunicazione efficace è, quindi, una serie di regole di processo comunicativo importanti che devono essere conosciute e agite con attenzione e con naturalezza nella vita quotidiana. [\(segue a pag. 4\)](#)

Teoria dell'agire comunicativo

Jürgen Habermas, sociologo e filosofo tedesco appartenente alla scuola di Francoforte (scuola filosofica di ispirazione marxista a cui appartengono Adorno, Horkheimer e Marcuse), è il fondatore dell'**agire comunicativo**. [\(segue a pag. 4\)](#)

Fondimpresa

Il **Fondo Paritetico Interprofessionale Fondimpresa** è un'associazione costituita da Confindustria e CGIL-CISL-UIL, che **finanzia la formazione dei lavoratori presso le imprese aderenti**. Promuove la formazione continua e redistribuisce alle aziende le risorse dedicate, per legge, alla formazione. [\(segue a pag. 4\)](#)



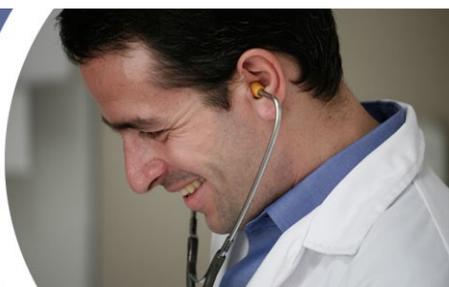
Le azioni formative di "COM.P.E.T.E. - COMunicare con il Paziente in modo Efficace Trasparente ed Esauriente" programmate in fase di progettazione di dettaglio/esecutiva sono:

- La comunicazione efficace al paziente
- Gestione delle risorse umane
- Il Governo Clinico
- Altri corsi da programmare



COMPETE

COMunicare con il Paziente
in modo Efficace Trasparente
ed Esauriente



Avanzamento azioni formative COMPETE

Al **30 novembre 2014** sono state concluse **35 azioni formative** per un totale di **456 ore**, coinvolgendo tutte le **8** aziende beneficiarie.

Le **35 azioni formative** chiuse (esecutive da progetto) hanno coinvolto **230 lavoratori** con un avanzamento pari al **58% circa** delle ore di formazione totali e hanno coinvolto tutte le aziende beneficiarie.

Gli interventi formativi hanno contribuito al raggiungimento dei seguenti obiettivi specifici:

- *miglioramento dei processi di governance delle strutture aderenti al piano* attraverso il potenziamento delle competenze dei lavoratori impegnati in attività amministrative e gestionali;
- *razionalizzazione delle modalità di gestione del personale* (ridefinizione delle strutture di organizzazione e programmazione delle risorse umane, formazione

del personale, valutazione delle performance del personale, ecc.);

- *miglioramento del livello dei servizi offerti ai cittadini* - attraverso l'attivazione di percorsi formativi rivolti al personale infermieristico e medico con lo scopo di far recepire ai discenti i meccanismi inconsci che regolano la comunicazione per arrivare a gestirne gli aspetti fondamentali basati sulla gestualità, sul linguaggio, sulla formulazione delle domande e, soprattutto, sulla essenzialità dell'ascolto attivo;
- *favorire lo sviluppo delle strutture aderenti* e l'attivazione di protocolli di collaborazione pubblico-privato attraverso percorsi destinati al personale direzionale ed agli operatori addetti alle relazioni esterne.

Aziende beneficiarie

Il progetto "COM.P.E.T.E. - **COM**unicare con il **P**aziente in modo **E**fficace **T**rasparente ed **E**sauriente" prevede l'erogazione di **784 ore** di attività formative nonché la realizzazione di alcune attività non formative e di accompagnamento a beneficio delle **8 aziende** partecipanti:

- *Istituto Neurologico Mediterraneo NEUROMED srl;*
- *TECNOCOOP Società Cooperativa Sociale;*
- *INNOMED srl;*
- *Centro di Chirurgia Ambulatoriale Oculare dott. Laurelli sas;*
- *Domenico & Francesco Potito srl,*
- *Potito Medica srl;*
- *Nardacchione Società Cooperativa Sociale;*
- *Solidalia Cooperativa Sociale.*



456 ore di formazione
al **30/11/2014**

I numeri di Compete

9 aziende
beneficiarie

172 addetti in
formazione

784 ore di
formazione
programmata



Paradigma della buona filosofia aziendale

La comunicazione efficace diventa così **paradigma della buona filosofia aziendale**.

Grazie alla comunicazione interna ed esterna, e attraverso tutta la comunicazione aziendale, l'energia delle persone si mobilita e si orienta verso obiettivi comuni e di successo.

La comunicazione efficace alla base richiede come competenze sia una buona capacità d'ascolto sia una capacità di relazione. L'azienda attraverso diversi strumenti (gruppi di lavoro, eventi, informazioni a valore aggiunto, flessibilità organizzativa) può favorire quest'apprendimento attraverso l'agire quotidiano ed esempi concreti di comportamento.

Ci sono **5 assiomi importanti della comunicazione**:

- 1) *Non si può non comunicare. Anche il silenzio comunica.*
- 2) *La comunicazione umana è costituita da un aspetto di contenuto e uno di relazione, ma è la relazione che dà significato vero al contenuto.*
- 3) *La comunicazione è fatta da sequenze d'eventi, ognuno dei quali è causa ed effetto del conseguente, la comunicazione è circolare.*
- 4) *Esiste una comunicazione verbale e non verbale. Le parole, il linguaggio, ciò che è verbale hanno segni combinati da regole precise. La relazione è non verbale, il corpo è non verbale: qui si gioca sulle similitudini e sulle espressioni che hanno un loro codice espressivo a dir poco universale.*
- 5) *Ogni comunicazione è simmetrica (cerca di diventare uguale all'altra) o complementare (si complementa, si adatta dinamicamente all'altra).*

Esistono quindi varie forme, segni, moduli e modalità di comunicazione con aspetti di contenuto e di relazione che coesistono reciprocamente in modo dinamico. L'emissione di parole ha un sistema semantico articolato dove il significato d'ogni segno è inequivocabile. Il comportamento non verbale non ha una semantica appropriata ed è aperto anche ad interpretazioni.

Articolo scritto dalla Dott.ssa Marianna Bove
Psicologa-Psicoterapeuta

La Comunicazione Efficace/Efficiente in azienda

Le maggiori criticità nelle aziende dipendono da problemi di comunicazione e/o relazionali.

La motivazione, il dialogo, la collaborazione, le competenze, il coinvolgimento, l'assunzione di responsabilità, l'accentramento dipendono fondamentalmente dal tipo e dalle modalità di comunicazione condotte internamente, partendo da noi stessi.

Noi comunichiamo sempre. **L'azienda comunica sempre, anche quando al suo interno non esiste un ruolo che rivesta questa funzione.**

Comunicare quindi, comunicare bene e in modo efficace, è un atto di management: *non solo di saper fare ma anche e soprattutto di saper essere.*

Il livello concettuale del linguaggio, fatto di cifre, di segni puramente ideali-convenzionali, affonda in una dimensione comunicativa, in una rete di azioni in comune, che coinvolge tutti i soggetti impegnati nella conversazione, e dice il loro reciproco agirsi, il loro reciproco relazionarsi e *muoversi l'uno verso l'altro*. Una dimensione comunicativa nella quale il significato è sempre un processo. È la situazione co-feeling tra soggetti, nella quale si realizza la comprensione.

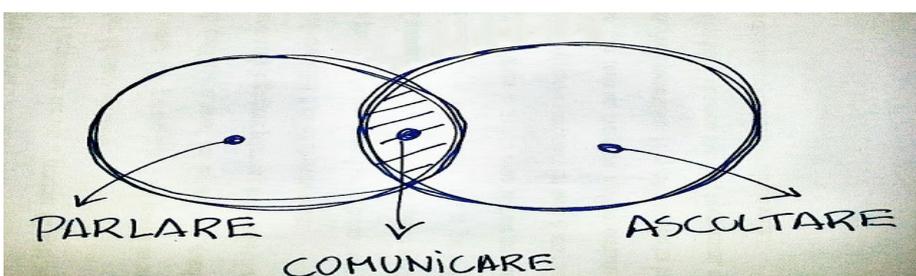
Tale complessa prospettiva assume la valenza di relazione, in quanto presuppone e suggerisce la relazione, creando all'interno del luogo in cui si svolge spazi di riflessione e di corresponsabilità interlocutoria.

La comunicazione si realizza in uno slittamento delle significazioni tra gli interlocutori, in filigrana emerge l'importanza della dimensione pragmatica del linguaggio: per avere una reale comprensione è necessario immergersi nel concreto uso del linguaggio, negli slittamenti significanti che gli interlocutori impongono ai termini.

Quindi le origini del significato sono da rinvenire non in un sistema cognitivo, né in un soggetto isolato socialmente, ma in uno spazio intersoggettivo, ed aggiungiamo che il processo è continuo, ed è svelamento e pluralità di senso, è l'indicibile della relazionalità dei vissuti. E proprio chiamando in causa questo ordine di problemi si solleva la necessità di rimeditare in modo nuovo la relazione tra contesto e linguaggio.

In questa cifra relazionale il significato risulta essere non un mero costrutto, seppur formatosi nell'esperienza fenomenologica, ma in trasformazione continua.

Articolo scritto dalla Dott.ssa Marianna Bove
Psicologa-Psicoterapeuta



Articolo scritto dalla Dott.ssa Marianna Bove
Psicologa-Psicoterapeuta



Le regole del processo comunicativo

La comunicazione efficace è, quindi, una serie di regole di processo comunicativo importanti che devono essere conosciute e agite con attenzione e con naturalezza nella vita quotidiana.

La qualità della relazione non solo dipende dalle regole sopradette, ma anche dall'emozione, dal modo di entrare in contatto con il mondo dell'altro. È dall'attenzione e dall'ascolto che esce il vero comunicatore.

La relazione è «una costruzione di uno spazio comune al cui interno è possibile realizzare, negoziare un'intesa, che è frutto della capacità dialogica e relazionale dei partecipanti» (Coppola, 2008).

In tale spazio di corresponsabilità interlocutoria la comunicazione non è soltanto competenza ed evento linguistico, ma è costruzione di un senso condiviso, è agire comunicativo (Habermas, 1997).

Articolo scritto dalla Dott.ssa Marianna Bove
Psicologa-Psicoterapeuta



Teoria dell'agire comunicativo

Jürgen Habermas, sociologo e filosofo tedesco appartenente alla scuola di Francoforte (scuola filosofica di ispirazione marxista a cui appartengono Adorno, Horkheimer e Marcuse), è il fondatore dell'agire comunicativo.

Habermas tenta di sviluppare una teoria globale dell'azione sociale, nei suoi aspetti soggettivi, strutturali ed evolutivi. Oltre a numerosi rimandi a diverse correnti filosofiche e psicologiche, i richiami sociologici maggiormente presenti nel pensiero di Habermas sono la teoria dell'azione di Weber, l'interazionismo simbolico di Mead, la sociologia fenomenologica di schütz, il funzionalismo e l'etnometodologia di Garfinkel e Cicourel.

In Habermas l'agire viene considerato nei termini di un'interazione che si costituisce in base a regole fondate nella comunicazione linguistica; da qui l'interesse nei confronti dei modelli universali dell'agire che strutturano la comunicazione linguistica come un insieme di dire e di fare (universali pragmatici). Il linguaggio, in realtà, non è sempre mezzo di comunicazione tra soggetti: secondo Habermas, infatti, è necessario distinguere tra l'uso linguistico

puramente preposizionale mediante cui si dice che cosa accade o non accade e quello mediante cui si dice qualche cosa a qualcun altro, di modo che egli comprenda che cosa viene detto; solo questo secondo modo di usare il linguaggio sarebbe comunicativo e costituirebbe il livello della riproduzione genuinamente sociale della vita. Va comunque precisato il carattere duplice della comunicazione. Se la comunicazione è indirizzata alla produzione di convinzioni finalizzate al consenso nei confronti del potere costituito, l'interiorizzazione di forme ideologiche codificate provoca nel soggetto forme comunicative sistematicamente distorte.

È comunque all'interno del rapporto comunicativo che devono essere colti i presupposti generali impliciti di razionalità e verità che, se esplicitati, consentono di distinguere la comunicazione distorta da quella autentica. Da qui la possibilità di agire comunicativo orientato alla comprensione, che si contrappone all'agire orientato al successo e finalizzato al perseguimento di interessi.

Estratto articolo "Sapere.it"
De Agostini Editore



Fondimpresa

Il **Fondo Paritetico Interprofessionale Fondimpresa** è un'associazione costituita da Confindustria e CGIL-CISL-UIL, che **finanzia la formazione dei lavoratori presso le imprese aderenti**. Promuove la formazione continua e redistribuisce alle aziende le risorse dedicate, per legge, alla formazione.

Se l'azienda non aderisce a un Fondo interprofessionale per la formazione continua, queste risorse vengono gestite dal sistema pubblico e l'impresa non ha la possibilità di intervenire sulla loro gestione.

Scegliendo di aderire a Fondimpresa, invece, **ogni azienda diventa protagonista della propria formazione e può partecipare direttamente alle scelte e alla gestione delle attività**.

L'obiettivo principale di Fondimpresa è rendere semplice ed accessibile alle aziende (anche quelle di piccole dimensioni) e ai lavoratori, l'utilizzo della formazione, leva indispensabile per favorire l'innovazione e lo sviluppo. **Ad oggi oltre la metà delle imprese e dei lavoratori italiani sono già stati coinvolti!**

I due modi per utilizzare i fondi messi a disposizione da Fondimpresa

Il **Conto di Sistema** è un conto collettivo ideato per sostenere, in particolare, la formazione nelle aziende di piccole dimensioni, favorendo l'aggregazione di imprese su piani formativi comuni, in ambito settoriale o territoriale. Il Conto di Sistema utilizza il 26% dei contributi versati a Fondimpresa dalle imprese aderenti e serve a finanziare le iniziative formative ma anche altre attività funzionali alla organizzazione e al funzionamento dei Piani formativi, come le attività di studio e ricerca. Per garantire la massima informazione e pari opportunità di accesso a tutte le aziende aderenti, Fondimpresa mette a disposizione le risorse del Conto di Sistema con Avvisi pubblici, generalisti o tematici.

Il **Conto Formazione** è un conto individuale di ciascuna azienda aderente. Ed è costituito dal 70% degli accantonamenti accumulati dall'azienda sulla base dello 0,30% versato a Fondimpresa. Solo l'azienda può utilizzarle per fare formazione ai propri dipendenti nei tempi e con le modalità che ritiene più opportuni, sulla base di Piani condivisi dalle rappresentanze delle parti sociali.

Oltre ai piani formativi aziendali, il Conto Formazione prevede la possibilità di presentare piani a valere su Avvisi che concedono alle PMI di minori dimensioni e neoaderenti o a particolari categorie di dipendenti, **CONTRIBUTI AGGIUNTIVI**.



La **Co.S.Mo. Servizi srl**, diretta emanazione dell'Associazione Industriali del Molise, opera dal 1992 a favore delle imprese e delle pubbliche amministrazioni regionali ed extra-regionali.

Nel corso degli anni la società ha raggiunto posizioni di leadership nel campo della **Programmazione Economica** e nell'**Attivazione e Gestione di Progetti Formativi finanziati** a valere su Fondimpresa.

La Co.S.Mo. Servizi Srl è **accreditata presso la Regione Molise** per le attività di formazione continua e di formazione professionale.

Dispone di sedi operative certificate secondo la **Norma UNI EN ISO 9001:2008** per le attività di progettazione ed erogazione di attività di formazione e servizi di consulenza attinenti alla pianificazione e programmazione aziendale, in **Molise, Lazio, Puglia, Campania e Abruzzo**, che le consentono di attivare progetti formativi multiregionali.

La Co.S.Mo. Servizi srl dal 2013 è **Test Center certificato "AICA" - ECDL CORE (Patente Europea di Informatica)**.

Sito web : www.cosmoservizi.it