



Universidad
itaca 
Ad excellentiam per conscientiam

CONSEJERÍA PARA NEGOCIOS Y EMPRESAS

Tutorial
Sesión 10

M en C Rogelio Velasco Salazar

NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

CONSEJERÍA PARA NEGOCIOS Y EMPRESAS

CLAVE DE LA ASIGNATURA

CBI-00

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al final del curso, los alumnos analizarán los elementos de la comunicación y explicarán los principios básicos de este curso.

Sesión 10**10. CONSEJERIA TELEFONICA**

- 10.1 Historia
- 10.2 Antecedentes Teóricos
- 10.3 Método de presentación
- 10.4 Comunicación Interpersonal
- 10.5 Carrera y Desarrollo Profesional

OBJETIVO:

Al término de la sesión, el alumno comprenderá el marco de desarrollo histórico, el método de presentación y la relevancia que tiene hoy día la consejería telefónica.

10. CONSEJERIA TELEFONICA

10.1 Historia¹

Teléfono y telefonía se remontan a 1876, con la patente obtenida por Alexander Graham Bell para la transmisión electrónica de sonido a una distancia. Hizo el teléfono un bien conocido e instrumento y medio fiable. La novedad interviene hoy en día con opciones tales como: teleconferencia, Internet dial-up, identificador de llamadas, la competencia del mercado en relación con las tarifas de las tarjetas, etc.

El asesoramiento telefónico tiene una tradición que se remonta a las llamadas de emergencia médica. tal se utilizó la comunicación profesional en casos cuando:

- Ninguna asistencia médica de emergencia directa se puede ofrecer;
- El médico debe cambiar el curso del tratamiento para los pacientes a distancia;
- Expertos fuera de la región o del país deben ser consultados sobre asuntos urgentes;

Dado que la competencia y el intento de romper el monopolio estatal de la infraestructura y servicios provoca una caída continua en los costes de las instalaciones de llamadas telefónicas y en más más países de todo el mundo, de orientación telefónica médica demuestra su eficiencia hoy como siempre.

Otro elemento que marca el desarrollo de este sector es la psiquiátrica de emergencia puesta en marcha en 1960 con las líneas directas de suicidio. Luego fueron y siguen siendo hoy altamente eficiente. Poco después, se pusieron a disposición de las víctimas de violación a las líneas directas. Si en caso de emergencia

Se han creado situaciones de instrumentos de intervención sociales específicas, la orientación profesional también extendió su esfera hacia medios y prácticas alternativas para el beneficio de los clientes hacer de forma proactiva su camino en la vida, que están en dificultad psicológica, emocional callejón sin salida, en la necesidad de información sobre el mundo de la educación, la formación y el trabajo, etc.

Cuando el SIDA se extendió en los Estados Unidos a principios de la década de 1980, Línea Directa SIDA se fundo en California, operado por agentes voluntarios, para informar y orientar a las víctimas de la enfermedad. Desde entonces, el Departamento de Salud Pública de San Francisco firmó un contrato con la nueva organización, por lo que también sería ofrecer servicios educativos limitados.

¹Lester, D. (1995). Asesoramiento por Teléfono: Ventajas y Problemas. En: Crisis Intervención. AFIR

10. CONSEJERIA TELEFONICA

Este Fue el nacimiento de TDD (Dispositivo de telecomunicaciones para sordos) con teléfono independiente

También las líneas para clientes hispanos y haitianos. El número de las llamadas realizadas en el período 2005-2006 no fue menos de 70.000.

En el Reino Unido hay Learndirect (www.learndirect.co.uk/) - un servicio utilizando un centro de llamadas y tecnologías web en la comunicación en materia de formación, carrera profesional y de negocios para jóvenes mayores de 16.

La Teleconferencia esta bastante generalizada en el Reino Unido desde 1990 en los programas de rehabilitación para los jóvenes que han cometido delitos y están cumpliendo una condena en la cárcel. antes de ser liberado, se reúnen con un consejero personal. Que en nombre de las autoridades se reúne con ellos de manera virtual a través de un alineamiento telefónico como consejero para ayudar a los jóvenes volver a entrar la vida social y profesional.

El Land Hessen en Alemania ha abierto recientemente en Giessen el primer teléfono regional centro para clientes Kuz - Kundenzentrum (en Bundesagentur für Arbeit - El Federal Agencia de Empleo - www.arbeitsagentur.de/). Kuz fuerza a más del 80% de las solicitudes eso habría sido lo contrario abordado uno-a-uno con los consejeros de la agencia (información sobre las instalaciones para los desempleados, las citas para consejería individual sesiones, etc); Los consejeros son así liberados de / o tareas administrativas y rutinarias y puede ocuparse de casos que llegan al centro.

10.2 Antecedentes Teóricos

Parte de la familia hecha de los medios de comunicación y las tecnologías de comunicación a distancia, el teléfono usado para la consejería se destaca por una serie de características que lo describen como un medio accesible, relativamente barato que requiere un protocolo seguro / idioma por parte de los usuarios, y que se puede aplicar en los momentos de tiempo variables: previamente, durante o consecutiva a reuniones directas entre el consejero y el cliente.

El Teléfono ha encontrado su máxima eficacia práctica en otros campos que para el asesoramiento profesional. Sectores enteros de la televisión y de la industria de la radio, las ventas y anuncios han sido tomados por operadores capacitados para gestionar la relación con beneficiarios a través del teléfono. Es por esto que vemos o escuchamos espectáculos interactivos (información, programas de entrevistas, entretenimiento), donde sólo porque la persona que llama está pagando por el llamada hace que él / ella con derecho a expresar una opinión y para esperar la satisfacción. De hecho, con sólo la marcación, la persona que llama admite la importancia, los medios y las reglas dadas.

10. CONSEJERIA TELEFONICA

El espacio de vida de la gente moderna está poblada por muchas preocupaciones, entre las cuales las mas esenciales y permanentes (de carrera, la vida privada, el círculo social) requieren presencia física ;

Durante los últimos decenios, se ha avanzado – y en ocasiones es difícil de imaginar - un tipo de participación a distancia, dando la posibilidad de cubrir varias áreas de actividad sin llegar a asistir personalmente a las reuniones.

Ejemplos de este tipo son el comercio electrónico, la telecompra, trabajo por cuenta propia, en línea matchmaking. Los orientadores renuevan sus canales de comunicación con los clientes sin olvidar la importancia de las relaciones directas. Todavía hay reticencia personal a participar en los asuntos problemáticos con un perfecto desconocido, vía telefónica.

La consejería telefónica es una alternativa con efectos pragmáticos comprobados en diversas situaciones.

Hoy sabemos por ejemplo con la investigación cognitiva por Broadbent (1958) que en el procesamiento de información la corteza cerebral actúa como un sistema de comunicación unilateral cuando el nivel de entrada o intensidad a un cierto receptor supera los impulsos transmitidos a otros receptores. Lo que pasa es que el cerebro retiene temporalmente la información sobre todos los estímulos, que erosionan rápidamente el impacto con un cierto nivel de conciencia y puede ser almacenado para su posterior recuperación sólo por el corto plazo.

Por otro lado Lester (1995) demostró que la tendencia a reducir los intercambios visuales entre el consejero y el cliente no es nuevo. En el psicoanálisis tradicional, los ayudantes se colocan fuera de la vista de los clientes, lo que también significa que las personas "en el sofá" finjen no verlos. Del mismo modo, el confesionario en la Iglesia Católica Romana requiere la separación física del sacerdote de la persona que viene de una confesión. El paralelo es que la falta de presencia física directa de los dos interlocutores mejores salvaguarda la intimidad de la persona y sólo el problema en sí se somete a la atención común.

10.3 Método de presentación²

Rendimientos de asesoramiento telefónico resultados en una serie de contextos tales como: la depresión, el estrés, duelo, ansiedad, baja autoestima, disfunción sexual, alcohol, el tabaco y el abuso de las drogas, las obsesiones, el trastorno post-traumático, la transición dificultades, malestar relacional en el lugar de trabajo, manejo de la ira, de los padres acercamiento a la disciplina infantil, consejería estilo de vida.

²Dinu, M. (2004). *Interpersonale comunicarii Fundamentele*. Bucuresti, Editura BIC TODOS.

10. CONSEJERIA TELEFONICA

A veces, una evaluación del tratamiento de la medicación puede ser necesaria de antemano (por ejemplo: en suministrar antidepresivos), seguidos de una remisión a un especialista. Hay incluso un teléfono lista para indicar el procedimiento de consejería que es parte de los programas de pérdida de peso; Los clientes que comprenden diversos productos delgados (extremadamente costosos) se benefician de la "asesoramiento gratuito" de un personal entrenador. El número relativamente grande de los sitios web que promueven / "garantizar" éxito intervenciones en estas situaciones hablan del impacto público de los psicólogos y terapeutas que han cambiado su manera de llevar a cabo para incluir el asesoramiento telefónico (con ayudas tecnológicas como el correo electrónico, correo de voz, o su propia página de Internet para citas).

El primer contacto a través del teléfono está condicionada por el pago al proveedor, ya sea con tarjeta de crédito tarjeta o PayPal (www.paypal.com/), transferencia bancaria o Moneybookers (www.moneybookers.com/app/). Con el fin de proteger la privacidad del individuo y también para asegurar deducción de impuestos para el asesoramiento telefónico.

La publicidad vende un asesoramiento gratuito de pocos minutos en un paquete de servicios de teléfono, cuyo costo varía dependiendo de lo que se trate

Un asesoramiento telefónico al cliente busca que sea de una persona que ya se haya reunido con un consejero y se siente seguro de utilizar la experiencia de la última vez. Si se hizo el primer contacto en un clima de confianza y apertura, a continuación, el cliente se sentirá libre de volver y prefieren un determinado consejero o enfoque.

En principio, los consejeros tratarán de estructurar una sesión telefónica en la siguiente manera

Saludar - después de 3 timbres (dando al cliente tiempo para acostumbrarse a la idea de hacer una llamada de teléfono válido, y al mismo tiempo dando el consejero del certeza de que el cliente realmente tiene la intención de llamar), el consejero recogerá y se presentara a sí mismo / a sí misma en relación a la organización de asesoría.

La voz de consejero debe ser natural, tranquila y firme, con el bien y su entonación de acuerdo con el ritmo de la persona que llama la expresión no debe ser diferente solo en el caso de los clientes tímidos o reticentes. Así, el consejero transmite la idea de lugar e interlocutor apropiado para una persona que llama desconoce qué / quién esta hay en el otro extremo.

Identificar el tipo y necesidades del cliente, dando prioridad a la definición del problema.

10. CONSEJERIA TELEFONICA

- **Discusión** - se desarrolla después de un protocolo destinado a fomentar la clara y concisa expresión, el rastreo del origen y evolución de la cuestión hasta la actualidad momento, de evaluación de opciones, formular argumentos en favor y en contra relación con las opciones que aparecen válida, la identificación de las personas y organizaciones que podrían ser utilizados como un recurso para el procedimiento previsto. Momentos clave promovidas por los entrenadores en la comercialización de coaching telefónico puede también debe adaptarse a la orientación telefónica en esta etapa: a partir de la situación planteada por el cliente, los objetivos ideales y razonables se establecen, la necesario proceso se describe a continuación, el éxito se evalúa.

- **Acuerdo Temporal** - Un marco se formula para su posterior comunicación, los detalles del siguiente contacto, los pasos para que el cliente tome con sentido lo acordado durante la conversación, y la posible acción futura.

- **Poner fin a la conversación** - al igual que en la primera etapa, es bueno estar moderadamente emocional para transmitir al cliente una sensación de confort, fiabilidad, y auto-confianza.

Los requisitos contenidos, duración y metodológicos mencionados anteriormente para cada etapa son situacional y extremadamente flexible, de acuerdo con las circunstancias de la llamada, la personalidad del cliente, estilo del practicante, la naturaleza del problema, la urgencia y la complejidad de la solución, u otros factores. La información divulgada por el cliente debe ser por escrito, el consejero puede tomar notas después de la llamada, basado en la grabación. Nadie llama a un consejero para escuchar un mensaje del tipo que utilizan en el servicio al cliente: "Para mejorar la los servicios que ofrecemos a usted, esta conversación puede ser grabada. Su celebración de la línea representa su acuerdo con el procedimiento. "Los clientes buscan tratamientos individuales nuevas ideas, perspectivas invertidas, naturaleza privada y anónima

La vigilancia en el Asesoramiento telefónico es absolutamente necesaria para garantizar la calidad en un entorno profesional exigente y restrictivo. La Grabación de audio y / o video de la profesional en el trabajo hacen materiales de referencia (con un estatuto especial) para el aprendizaje en equipo, ayuda colegial, consultoría experta. Otros instrumentos de la afirmación de la satisfacción del cliente con el servicio recibido (son por ejemplo: preguntas al principio o al final de unas nuevas conversaciones, cuestionario enviado por (electrónico) de correo, los comentarios de otros significativos) completan la imagen de competencia de teléfono del practicante. Evaluación interna en la consejería organizaciones que ofrecen servicio telefónico exclusivo o integrado con cara a cara asesoramiento debe tener lugar periódicamente (se recomienda semanal), a fin de no dejar acumular un volumen de trabajo imposible de seguir adelante.

10. CONSEJERIA TELEFONICA

En promedio, una llamada de consejería telefónica dura 9.6 minutos.

De todas las preguntas más frecuentes (el 22,7%) se refieren a la información general sobre determinados sectores de trabajo,

En la comunicación interpersonal, ya sea tradicional o mediada, hay varias condiciones que se deben cumplir:

La franqueza - los consejeros deben actuar con honestidad, ser coherentes y no dejar lugar a malos entendidos.

- Con amabilidad deben expresar la intención de ofrecer ayuda, con una energía que va más allá de la cortesía formal
- Empatía - ser uno con el cliente en relación con su psique (pensamientos, sentimientos, voluntad). Esto permite a los consejeros para entender su interlocutor antes y mejor, no juzgar y encontrar los argumentos que puedan resonar con el cliente cada particular.
- Actitud positiva - en términos de oferta incondicional de ayuda profesional, fomentar de la confianza en sí mismo, el feedback positivo, la evaluación de la forma en la que el cliente ha reaccionado a lo que se ha dicho hasta ahora.
- Igualdad - los dos interlocutores deben comunicarse desde posiciones compatibles así como contribuir igualmente al diálogo.

10.4 Comunicación Interpersonal³

Es el hecho de que los elementos no verbales están completamente excluidos del asesoramiento telefónico, lo que es esencial es el lenguaje y la forma en que los profesionales utilizan para maximizar el esfuerzo de consejería. Personalización de elementos del discurso de asesoramiento en este caso son:

- Palabras-clave, los acentos, el silencio, interrupciones, suspirando.
- Paráfrasis, resumen, frases útiles.
- Preguntas - que deben ser formuladas de acuerdo con la personalidad del cliente: si escuchamos que su actitud es tímida, confusa, agresiva, desanimado, indecisos o de lo contrario el consejero puede hacer preguntas de calentamiento, aclaración, motivadoras, reflexivas, descriptivas, alternativas, preguntas de control, pero no demasiadas en el momento o no demasiado insistente para no dar a los clientes la impresión de que se está poniendo presión sobre ellos.

³Grumet, G. (2009). *Terapia Teléfono: Revisión y Reporte de Caso*. Edi: Americana

10. CONSEJERIA TELEFONICA

Es muy importante revisar lo anterior ya que hoy día algunas empresas de servicios de Internet (por ejemplo: Yahoo, MSN, Google) han introducido recientemente el mensajero de voz instantánea para sesiones de asesoramiento por medio de web individuales y de grupo. todos los socios tienen una cuenta de usuario de chat, están presentes al mismo tiempo delante de un ordenador, tienen auriculares y micrófono, son capaces de escribir y utilizar el programa y estar interesado en abstracto y en la interacción virtual.

Un sistema de asesoría telefónica por Internet Skype es otra alternativa (la última versión del programa se puede descargar gratuitamente desde: www.skype.com/products/skype/windows/), una Empresa con sede en Luxemburgo varios millones de euros recientemente adquirida por eBay en 2005. Los usuarios de Skype pueden interactuar libremente, en un sistema de chat de PC a PC. Para una carga que pueda llamar y ser llamado desde ambos teléfonos fijos y teléfonos celulares y recibir mensajes vocales, todo se debe a una aplicación informática que trasciende las diversas conexiones de red.

Las cargas no son los mismos que con el sistema de teléfono convencional, que dependen de la liberalización de las telecomunicaciones en el país de destino y el flujo de llamadas fuera del país.

10.5 Carrera y Desarrollo Profesional⁴

La gama de servicios de asesoramiento se ha diversificado como consecuencia de sofisticadas necesidades de los grupos destinatarios. Carrera y desarrollo profesional son parte cada vez más importante de la vida de la gente moderna que están a una nueva sociedad en un rápido ritmo, los fundamentos de los que son diferentes, incluso de la de hace una década. los cambios en el mercado laboral (envejecimiento, profesionalización), así como la aparición de nuevas especialidades en sectores indirectamente productivos (mercado de valores, especulaciones inmobiliarias, marketing multinivel) hacen que la gente requiera asesoramiento, orientación, información, asesoramiento así como para mejorar la función y condición jurídica de los trabajadores.

La educación y la formación tradicional no pueden cubrir la gran cantidad de oportunidades que los alumnos y los estudiantes tienen hoy en día la hora de decidir continuar su educación o tomar empleo. Es por esto que se puede aprender a través del teléfono sobre las oportunidades de becas, puestos de trabajo, beneficios y obligaciones relacionadas con la inscripción en un determinado educativo o programa profesional, requisitos especiales para el acceso, en todo el programa o antes de la graduación. Además, los jóvenes pueden ser ayudados a comprender mejor su situación actual, perspectivas y opciones viables.

⁴Broadbent, D. E. (1998). *Percepción y Comunicación*. Londres, Pergamon Press

10. CONSEJERIA TELEFONICA

Los padres pueden llamar en nombre de los jóvenes indecisos respecto a lo que el empleo curso para elegir, ya sea en empresas o instituciones estatales o privadas, ya sea para permanecer en el país o al extranjero, sobre su compatibilidad con la posición, la motivación, la satisfacción, la renta, etc.

El asesoramiento telefónico también está destinado a los adultos que trabajan y que desean un ajuste de carrera y están en necesidad de información sobre la forma de abordar un determinado empleador, de organización cultura en un determinado sector; las mismas, las personas que necesitan un trabajo y que no tienen acceso a otras fuentes de información, experiencias comparables, y no tienen tiempo o capacidad para explorar por su cuenta, o se encuentran en dificultad psicológica / emocional.

Los Administradores de personal pueden recurrir a asesores telefónicos especializados en recursos humanos El consejo será una respuesta personalizada a los problemas urgentes o pospuestas de los que deben hacer frente a situaciones nuevas o poco usuales, el asesoramiento telefónico es una opción que muchos prefieren en lugar de consultar a un tercero como su supervisor directo o jefe.

Fuentes de Información

a) Libros

No	Tipo	Título	Autor	Editorial	Año
1	Libro	Asesoramiento por Teléfono: Ventajas y Problemas. En: Crisis Intervención	Lester, D	AFIR	1995
2	Libro	Interpersonale comunicarii Fundamentele. Bucuresti	Dinu, M	Editura BIC TODOS.	2004
3	Libro	Percepción y Comunicación	Broadbent, D. E	Londres, Pergamon Press	1998
4	Libro	Terapia Teléfono: Revisión y Reporte de Caso	Grumet, G	Edi: Americana	2009

10. CONSEJERIA TELEFONICA

ANEXOS 1

Ventajas:

El asesoramiento telefónico ofrece las siguientes ventajas en comparación con el cara a cara

- La mayoría de los hogares o instituciones tienen un aparato telefónico que garantiza el acceso y la llamada privacidad;
- Tiempo ahorrado por no ir a la oficina del consejero,
- Evitar la posible vergüenza en el cumplimiento de las personas que no son conscientes de la esencia y beneficios de la consejería (por ejemplo: en la sala de espera);
- Oportunidad de trabajar con un especialista que no está disponible de otra forma;
- Los costes para el cliente y el consejero significativamente por debajo del asesoramiento personal (entre 25 y 150% menor), más aún con los números gratuitos;
- Oportunidad adicional para clientes con discapacidad física a beneficiarse de la consejería;
- Por personalidades emocionalmente ambivalentes, con dificultades de interacción, que necesitan de mantener una distancia de seguridad, que se sienten justificados o aparente culpabilidad (Grumet, 1979). Para ellos, el teléfono es "una combinación estratégica de privacidad y la seguridad";
- Anonimato confiere un marco seguro para la auto-revelación y pensar así como expresión emocional;
- Para algunos clientes hay una mayor posibilidad de crecer en el ejercicio control sobre el proceso de orientación, en comparación con la presencia en una oficina y en la proximidad de la consejera;
- Participar en TSG - grupos de apoyo de teléfono - e incluyendo clientes en automantenimiento redes;
- En algún tipo de asesoramiento seguimiento telefónico los estudios que evalúan, a la mayoría de los clientes son apreciados por escuchar y conocer la opinión, la comprensión y compasión, apoyo y guía incondicional (Lester, 1995);
- Cita rápida y entrega;
- Flexibilidad de circunstancias (en la comodidad de la casa de uno, durante el almuerzo descansos, durante viaje en coche);
- Clientes receptivos a la metodología de la consejera aprender el enfoque y puede tomar las medidas necesarias para aplicarlo adecuadamente en la solución de otra vida desagradable situaciones;
- Poner fin a la conversación en un plan de acción.

10. CONSEJERIA TELEFONICA

Desventajas:

- Inaplicables en los clientes mal equipadas o sin motivación de cara a cara confrontación o intercambio;
- Por una parte, el consejero pierda la oportunidad de impresionar a los clientes por medio de su presencia o sus oficinas, diplomas, certificados y otros referencias que se muestra, carisma, etc .; sólo la calidad de la comunicación y la impresión emocional demostrar la competencia del consejero;
- Persistencia en el conocimiento común de un estigma unido a la consejería o terapia, y para las personas que soliciten dicha ayuda, directa o indirectamente;
- Imposibilidad para asegurarse de un cliente que parece ser una necesidad urgente de hospitalización o tratamiento;
- Dificultades para mantenerse ambos involucrados en el caso y críticos del servicio calidad el consejero ofrece durante el asesoramiento telefónico;
- Aunque se conocen los códigos de comunicación, tráfico de información no pueden ser controlados, ni puede el destino final de los datos intercambiados a través de sistemas como Skype. Algunas empresas europeas ya los han prohibido de ser descargado o utilizado, debido a la amenaza del virus;
- El riesgo de que el discurso del consejero puede ser coloquial y perder su curación y papel formativo;
- El aumento de la incidencia de las llamadas obscenas o interrumpidas desde que el cliente hace que No se sienta obligado a aferrarse a un "contrato de asesoramiento".