**Lección 4:**

**Planificación Parte 1: ¿A dónde quieres ir?**

El cliente ha decidido un área de equilibrio para mejorar, y un valor a perseguir o una fuerza para desarrollarse en esa área. El cliente ha decidido un objetivo a perseguir con el fin de vivir en línea con ese valor o desarrollar esa fortaleza.

**Las metas nos dicen quiénes queremos ser**, para que podamos hacer lo que tenemos que hacer para tener lo que queremos tener.

Un objetivo no es un enunciado de problema (no me gusta/quiero esto...)

Un objetivo es una declaración de solución (quiero esto en lugar de aquello)

Necesita una visión clara de la alternativa preferida presente para comenzar a actuar. Si la visión no es clara, no puede prepararse adecuadamente para el viaje.

Algunos ejercicios para ayudarle a ver con claridad:

Tableros de visión

Pregunta milagrosa

Preguntas de visión

**El PRIMER paso en el camino hacia el cambio:**

**Acepte la responsabilidad**

**Diez palabras de dos letras para vivir:**

Si tiene que ser, depende de mí

* **"Tu problema no es el problema, tu reacción es el problema".–**
* No se producirá ningún cambio hasta que acepte que debe realizar el cambio usted mismo. No puedes esperar tomar una acción decisiva si no has aceptado que la acción es tu responsabilidad.
* Tengo buenas y malas noticias... Es la misma noticia. Si es bueno o malo realmente depende de cómo te sientas al saber que eres responsable de las acciones que tomas.

"Nadie viene a salvarte; Nadie viene a arreglarte la vida; Nadie viene a resolver tus problemas. Si no haces algo, nada va a mejorar. El sueño de un salvador que nos liberará puede ofrecer una especie de consuelo, pero nos deja pasivos e impotentes. Podemos sentir que, si sufro lo suficiente, si anhelo lo suficientemente desesperadamente, de alguna manera sucederá un milagro, pero este es el tipo de autoengaño que uno paga con su vida mientras se drena hacia el abismo de posibilidades irredimibles y días, meses, décadas irrecuperables.”

― **Nathaniel Branden, [Six Pillars of Self-Esteem](https://www.goodreads.com/work/quotes/76620) (Seis pilares de la autoestima)**

Esta es una gran verdad, a veces aterradora, de aceptar. También es algo a lo que la gente a menudo se resiste, ya que parece tremendamente injusto ser responsable de trabajar duro para arreglar cosas que quizás no hayas roto por tu cuenta, o en absoluto. La tendencia es culpar -en otro lugar- por lo que está mal y desear/querer/insistir en que alguien más solucione el problema, ya que lo causó. Si bien puede ser perfectamente cierto que el origen de tu problema actual no fue tu creación, también es cierto que eres responsable de moverte en la dirección de tus metas, independientemente de cómo te hayas separado de ellas para empezar.

**Cosas que estan fuera de mi control**

**Cosas en las que puedo influir**

**Cosas que puedo controlar**

**Aceptar**

**Dar lo mejor de ti**

**Actuar**

**Circulo de preocupación**

**Circulo de influencia**

**Circulo de acción**

**Descubre los puntos fuertes de tu cliente**

Las fortalezas son la base sólida sobre la que podemos construir nuestros castillos. Nuestras fortalezas también nos empujan en la dirección de nuestras pasiones: están relacionadas. Disfrutamos haciendo cosas en las que somos buenos, cosas que nos ponen en un estado de flujo, en el que estamos completamente inmersos en el momento.

Las fortalezas pueden ser innatas, se pueden adquirir, se pueden mejorar, se puede abusar de ellas y se pueden perder. Las fortalezas pueden estar dentro de nosotros o fuera de nosotros.

**PAUTAS DE ENTREVISTA DE LAS FORTALEZA**

**TIPO DE HERRAMIENTA –** Asesoramiento

**TIEMPO ESTIMADO –** N/A

**DISEÑADO PARA –** Practicante

**FONDO**

Esta herramienta fue diseñada para aclarar algunas pautas esenciales que se pueden utilizar para guiar una entrevista efectiva de fortalezas.

**META**

El objetivo de las presentes directrices es ayudar al profesional a guiar una entrevista de fortalezas de manera más efectiva.

**AVISO**

La práctica hace al maestro. El objetivo de estas pautas no es proporcionar una visión completa de todos los aspectos que se deben tener en cuenta durante la entrevista de fortalezas, sino más bien un intento de aumentar la conciencia de algunos factores comunes que a menudo se olvidan o descuidan durante la entrevista.

**INSTRUCCIONES**

Al trabajar con un cliente en la búsqueda de fortalezas, es útil tener en cuenta lo siguiente:

1. **RECONOCE SIEMPRE LOS PROBLEMAS Y LAS EXPERIENCIAS DOLOROSAS**

A menudo, los clientes tienen la necesidad de expresar lo que les preocupa. No dejes que esto te impida ayudar a tu cliente a encontrar sus fortalezas. El acto de confirmar las dificultades de tu cliente probablemente aumentará la probabilidad de que esté dispuesto a discutir las fortalezas más adelante. Evaluar las fortalezas demasiado pronto puede resultar en que el cliente se sienta rechazado.

1. **SUPERAR LA RETICENCIA DEL CLIENTE A HABLAR DE SUS FORTALEZAS**

Muchos clientes son reacios a comprometerse plenamente con la introducción de las fortalezas. Han aprendido a ser humildes y modestos y se sienten incómodos cuando el practicante aborda sus cualidades positivas. A menudo es fácil superar esta reticencia: simplemente informe a su cliente de que este ejercicio no se trata de la gestión de impresiones. El objetivo no es presumir o demostrar que el cliente es mejor que otras personas. Todo ser humano posee fortalezas. En este ejercicio, se abordarán las fortalezas de su cliente.

1. **ESTÉ ATENTO A LAS SEÑALES VERBALES**

Escucha cómo habla el cliente. ¿Su voz es más fuerte y asertiva? ¿Ha mejorado su vocabulario? ¿Usa palabras fuertes con más frecuencia? La velocidad del habla del cliente puede cambiar, lo que significa diferentes fortalezas. Por ejemplo, si un cliente habla lenta y metódicamente, puede estar demostrando la fuerza de la confianza relajada.

1. **ESTÉ ATENTO A LOS SIGNOS NO VERBALES**

Sé consciente de las expresiones no verbales de tus fortalezas. Ejemplos de señales no verbales incluyen una postura enderezada, aumento de sonrisas y risas, mejor contacto visual y alegría, esperanza y emoción expresadas. Pero ten en cuenta que no todo el mundo expresa sus puntos fuertes de la misma manera: las pistas pueden ser subjetivas. Así que esté en sintonía con el hecho de que cualquier cliente puede responder a algo completamente diferente a otro cliente.

1. **RECUERDE LOS SIGNOS MÁS IMPORTANTES DEL USO DE FORTALEZAS**

Al interactuar con los clientes, busque las siguientes señales de que están utilizando sus fortalezas:

1) Al usar las fortalezas, el cliente expresa compromiso y entusiasmo.

2) El cliente puede sentir que el tiempo vuela al realizar la actividad.

3) El cliente aprende rápidamente algo nuevo y tiene un interés sintonizado en aprender sobre sus fortalezas.

4) El cliente tiene éxitos continuos y un rendimiento excepcional cuando se le da la oportunidad de aplicar sus fortalezas.

5) El cliente tiene interés en completar primero las tareas que utilizan sus fortalezas.

6) El cliente quiere usar las fortalezas, especialmente después de no poder usarlas por un tiempo.

7) Incluso cuando no se siente bien (cansado, estresado o desconectado), el cliente se siente atraído por actividades que utilizan las fortalezas.

1. **TEN EN CUENTA QUE LAS FORTALEZAS SE MANIFIESTAN DE MUCHAS MANERAS DIFERENTES**

Las personas pueden tener un patrón similar de fortalezas, pero una forma completamente diferente de mostrar sus fortalezas. Por lo tanto, a la hora de identificar las fortalezas de las personas, es importante mantener una mentalidad abierta: una mentalidad que sea capaz de ver las diferentes formas en que se pueden mostrar las fortalezas. Esto es especialmente relevante para las fortalezas que evocan una imagen estereotipada, por ejemplo, la creatividad, la honestidad o la valentía.

Tomemos la creatividad, por ejemplo. La creatividad es un concepto que se expresa más allá de las manifestaciones tradicionales y estereotipadas, como la pintura o la composición musical. Por ejemplo, algunas personas son muy creativas para encontrar soluciones a problemas comerciales complejos, otras pueden ser creativas para formular ideas de investigación novedosas e interesantes, etc.

1. **SINTONIZA CON LA EXPERIENCIA Y LA VISIÓN DEL MUNDO DEL CLIENTE**

Algunas fortalezas se asocian con imágenes estereotipadas fuertes. Puede sentir que, para poseer verdaderamente esta fuerza, debe haber un alto nivel de consistencia o intensidad de expresión. Un buen ejemplo de tal fuerza es la valentía. Cuando escuchamos la palabra valentía, podemos pensar en héroes, personas que han logrado grandes cosas y han superado sus miedos más oscuros. Incluso podemos ver imágenes de figuras históricas, superhéroes, etc.

Muchas personas no se perciben a sí mismas como valientes.

La valentía no es la ausencia de miedo. Es la capacidad de seguir adelante frente al miedo. Si no hay miedo que superar, entonces no se requiere valentía. La valentía, entonces, es un concepto subjetivo que está fuertemente determinado por las experiencias y emociones personales.

Recordemos que el cerebro humano prefiere la seguridad y la rutina en su trabajo para garantizar la supervivencia, para que una persona sea capaz de salir de su zona de confort y adentrarse en lo desconocido, se requiere valentía. Lo desconocido es diferente para todos nosotros. Puede ser una nueva relación, un nuevo trabajo, una presentación oral, etc.

Es por eso que la detección de fortalezas es un proceso muy personal. El coach debe ir más allá de sus propias ideas de fortaleza y sintonizar con la experiencia y la visión del mundo del cliente. De esta manera, el encapsulado de fortalezas se vuelve más personal y preciso. Esto también saca a la luz una desventaja interesante de usar solo cuestionarios para identificar fortalezas.

Los cuestionarios se basan en afirmaciones que se perciben como típicas de ciertas fortalezas. Si solo utilizas cuestionarios para evaluar las fortalezas, es posible que no hagas una pregunta que evoque las fortalezas particulares de tu cliente.

1. **EVALUAR LAS FORTALEZAS DESDE LA PERSPECTIVA DEL OTRO Y DE UNO MISMO**

Vivimos en un mundo social, tratando con los demás a diario. Algunas fortalezas, especialmente aquellas que son más visibles en un contexto social, como la honestidad, la amabilidad y la justicia, se evalúan predominantemente desde la perspectiva del otro.

Una persona honesta trata a los demás con honestidad y una persona amable es amable con otras personas. Sin embargo, la fuerza de la honestidad no solo se muestra en nuestra relación con los demás, sino también en nuestra relación con nosotros mismos.

Algunas personas son honestas cuando tratan con otras personas, pero no son realmente honestas consigo mismas. En el fondo, saben que eran infelices en su trabajo o que se sentían insatisfechos con su matrimonio, pero optan por ignorar estos sentimientos, fingiendo que no están allí. Reprimir estos sentimientos es todo menos honesto.

De manera similar, muchas personas son amables, indulgentes y compasivas con otras personas. Curiosamente, estas fortalezas pueden estar sorprendentemente ausentes cuando se considera cómo se tratan a sí mismos cuando las cosas van mal.

Evocar la conciencia de la discrepancia que puede existir entre cómo se usan las fortalezas con los demás y con uno mismo puede ser un paso muy importante para cultivar una mejor relación con uno mismo. Además, también ayuda a promover un uso más equilibrado de las fuerzas.

1. **EXPRESA GRATITUD**

Dar y recibir retroalimentación puede ser un desafío, ya sea abordando fortalezas u oportunidades de mejora.

Puede ser útil que los clientes practiquen dar y recibir gratitud por las fortalezas y comportamientos observados. Practica con los clientes y ayúdales a re-expresar su gratitud. Por ejemplo, puede ser útil decir: "Realmente aprecio la forma en que es cuidadoso al pensar en todos los riesgos" en lugar de "Realmente aprecio su prudencia", ya que el primero es más específico, describe el comportamiento y está en línea con el lenguaje de la Clasificación VIA.

**Ejercicio de Fortalezas de Carácter**

**PRIMERA SESION**

**Fortalezas**

A pesar de las dificultades de la vida, todas las personas poseen fortalezas que pueden identificarse y usarse para mejorar la autorregulación y aumentar el bienestar. Además, la motivación del cliente se incrementa por un énfasis constante en las fortalezas.

Explícale a tu cliente cuáles son las fortalezas:

"Las fortalezas son las cosas en las que eres naturalmente bueno. Cuando las personas usan sus fortalezas, se sienten energizadas y comprometidas. Las fortalezas nos permiten sentirnos y rendir al máximo. Las fortalezas también pueden ayudarnos a lidiar con los momentos difíciles".

Ejemplos de fortalezas son la "persistencia", la "creatividad" y la "gratitud".

**Fortalezas de carácter**

Las fortalezas son las características psicológicas a través de las cuales honramos y expresamos lo que valoramos en nuestra vida. Es la forma en que integramos lo que somos con lo que valoramos.

La fuerza del carácter es la forma en que expresamos lo que valoramos y necesitamos emocionalmente en nuestra vida: "valores en acción" (VIA)

Tus valores son las cosas que crees que son importantes en la forma en que vives y trabajas.

**“Cuando nuestras fortalezas y lo que valoramos están en armonía, somos nuestro verdadero yo”.**

Saber que lo que haces en la vida importa, o al menos tiene algún propósito, aunque sea de una manera pequeña, te dará plenitud y riqueza en tu vida.

Martin Seligman, un psicólogo positivo, cree que solo podemos florecer realmente cuando usamos nuestras fortalezas de carácter distintivas.

De acuerdo con Seligman, estás usando una fuerza de carácter cuando:

* + Se siente auténtico y te da una sensación de tu verdadero yo.
  + Te sientes emocionado.
  + Hay y ha habido una curva de aprendizaje rápida.
  + Ofrece nuevas formas de utilizar las habilidades existentes.
  + Anhelas hacer o ser eso.
  + Hay una inevitabilidad en hacer eso, y te sientes incapaz de dejar de hacerlo.
  + Te sientes vigorizado en lugar de agotado al hacer eso.
  + Te encuentras participando en actividades y proyectos que requieren que seas de esta manera.
  + Sientes alegría y entusiasmo.

Las investigaciones han demostrado que las personas que utilizan sus fortalezas de carácter para lograr sus objetivos se sienten más satisfechas y felices.

**Hay 24 Fortalezas de Carácter VIA (Valores en Acción)**

1. **Creatividad (originalidad, ingenio):** Pensar en formas novedosas y productivas de conceptualizar y hacer las cosas.
2. **Curiosidad (interés, búsqueda de novedades, apertura a la experiencia):** Interesarse por las experiencias en el momento por lo que son por sí mismas; explorando y descubriendo**.**
3. **Apertura mental (juicio, pensamiento crítico):** Pensar las cosas y examinarlas desde todos los ángulos; Sopesando todas las pruebas de manera justa.
4. **Amor por el aprendizaje:** Dominar nuevas habilidades, temas y conocimientos, ya sea por cuenta propia o formalmente.
5. **Perspectiva (sabiduría):** Ser capaz de dar consejos sabios a los demás; Tener formas de ver el mundo que tengan sentido para uno mismo y para otras personas.
6. **Valentía (valor):** No rehuir la amenaza, el desafío, la dificultad o el dolor; Actuar sobre la base de convicciones, incluso si son impopulares.
7. **Persistencia (perseverancia, laboriosidad):** Terminar lo que uno comienza; persistir en un curso de acción a pesar de los obstáculos.
8. **Integridad (autenticidad, honestidad):** Presentarse de manera genuina; Asumir la responsabilidad de los propios sentimientos y acciones.
9. **Vitalidad (entusiasmo, vigor, energía):** Acercarse a la vida con entusiasmo y energía; sintiéndose vivo y activado.
10. **Amor:** Valorar las relaciones cercanas con los demás, particularmente aquellas en las que el compartir y el cuidado son recíprocos.
11. **Amabilidad (generosidad, cariño, cuidado, compasión, amor altruista):** Hacer favores y buenas acciones a los demás.
12. **Inteligencia social (inteligencia emocional, inteligencia personal):** Ser consciente de los motivos y sentimientos de otras personas y de uno mismo.
13. **Ciudadanía (responsabilidad social, lealtad, trabajo en equipo):** Trabajar bien como miembro de un grupo o equipo; Ser leal al grupo.
14. **Equidad:** Tratar a todas las personas por igual de acuerdo con las nociones de equidad y justicia; No dejar que los sentimientos personales sesguen las decisiones sobre los demás.
15. **Liderazgo:** Animar a un grupo del que uno es miembro, a hacer las cosas y al mismo tiempo mantener buenas relaciones dentro del grupo.
16. **Perdón y misericordia:** Perdonar a los que han hecho el mal; aceptar los defectos de los demás; dar una segunda oportunidad a la gente; no ser vengativo.
17. **Humildad / Modestia:** Dejar que los logros de uno hablen por sí mismos; no considerarse a sí mismo como más especial de lo que uno es.
18. **Prudencia:** Tener cuidado con las propias elecciones; no asumir riesgos indebidos; no decir o hacer cosas de las que luego se pueda arrepentir.
19. **Autorregulación (autocontrol):** Regular lo que uno siente y hace; ser disciplinado; Controlar los propios apetitos y emociones**.**
20. **Apreciación de la belleza y la excelencia (asombro, sorpresa, elevación):** Apreciación de la belleza, la excelencia y/o el desempeño hábil en varios dominios de la vida.
21. **Gratitud:** Ser consciente y agradecido de las cosas buenas que suceden; Tomarse el tiempo para expresar gracias.
22. **Esperanza (optimismo, visión de futuro, orientación al futuro):** Esperar lo mejor en el futuro y trabajar para lograrlo.
23. **Humor (juguetón):** Gusto por reír y bromear; llevar sonrisas a otras personas; viendo el lado luminoso.
24. **Espiritualidad (religiosidad, fe, propósito):** Tener creencias coherentes sobre el propósito superior, el significado de la vida y el significado del universo.

**Tarea**

1. Pídale a su cliente que eche un vistazo a la lista de 24 fortalezas de VIA y seleccione 5 fortalezas que crea que lo caracterizan mejor.

2. Pídale a su cliente que pida a otras tres personas, preferiblemente un amigo y un familiar, que evalúen sus fortalezas. Su cliente debe usar los dos formularios de tarea con preguntas relacionadas con las fortalezas y pedir a los demás que seleccionen 5 (ni más ni menos) fortalezas que crean que lo están caracterizando. Pídale que lleve esta lista a la próxima sesión.

*Importante:* Si es posible, el cliente debe preguntar por qué los demás creen que posee ciertas fortalezas.

3. Pídele a tu cliente que preste atención a los sentimientos de energía, entusiasmo y pasión. Puede pedirle que escriba lo que está haciendo, quién está con él o ella y/o si hay alguna fortaleza en juego.

4. Pida a su cliente que complete el cuestionario VIA en línea:

<https://www.viacharacter.org/www/Character-Strengths-Survey>

**SEGUNDA SESION**

Los objetivos de la segunda sesión son:

* + Además, clarificar las fortalezas del cliente
  + Comience por hacer planes concretos para el cambio de comportamiento

**Evaluación**

Evalúe las experiencias del cliente entre esta sesión y la primera sesión.

Pregúntele al cliente:

* ¿Prestaste atención a los sentimientos de energía, entusiasmo y pasión durante la última semana?

Discuta lo que su cliente notó y cómo estas experiencias pueden estar relacionadas con el uso de la fuerza o el comportamiento valorado.

Evalúe las experiencias del cliente entre esta sesión y la primera sesión.

**Detectar las fortalezas de tu cliente**

En este punto, es hora de profundizar en las fortalezas de la tarea de la primera sesión. Pero antes de hacerlo, usted, como coach, anotará las fortalezas que nota en su cliente para agregar a lo que el cliente ya ha aportado del ejercicio de tarea de fortalezas. La mejor manera de hacer esto es usar el “Ejercicio de Tus Mejores Fortalezas”.

**Ejercicio con tus mejores fortalezas**

Invite a su cliente a identificar dos ocasiones en las que ha estado en su mejor momento (cuando se sintió en su mejor momento o se desempeñó en su mejor momento). Las ocasiones pueden ser de cualquier duración, desde unos pocos minutos hasta un año.

(Es importante que estar "en tu mejor momento" sea significativo para tu cliente, no un intento de impresionar o ser conforme a lo que otros piensan).

1. Pídale que hable sobre la experiencia, reviviéndola lo más vívidamente posible a medida que avanza.
2. Anote cada ejemplo de una posible fuerza que muestren mientras hablan.
3. Después de que hayan hablado de los acontecimientos, invítelos a considerar la lista que usted ha anotado.

**Contabilizando Fortalezas**

Coloque las 5 fortalezas principales del cuestionario VIA, las fortalezas evaluadas por pares y sus propias fortalezas evaluadas en la tabla de la página siguiente.

▪ Columna 1 (Auto): Registre los cinco atributos de carácter positivos que identificó el cliente.

▪ Columna 2 (Coach): Registre los cinco atributos de carácter positivos que identificó el coach. Coloque una marca de verificación dentro de la casilla que corresponda al atributo que el coach pensó que más caracterizaba al cliente.

▪ Columna 3 (VIA): Registre las 5 principales fortalezas según lo evidencie el Cuestionario de fortalezas de la firma VIA en línea.

▪ Columna 4, 5 y 6 (Familia): Registre los atributos que otros identificaron y pensaron que describían mejor a su cliente.

▪ Columna 7 (compuesto): agregue el número de veces que se comprobó cada atributo en las columnas anteriores.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | FORTALEZA | Cliente | Coach | VIA | Otro 1 | Otro 2 | Otro 3 | TOTAL |
| Sabiduria y conocimiento | 1 | Creatividad |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Curiosidad |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Apertura mental |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Amor por aprender |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Perspectiva |  |  |  |  |  |  |  |
| Valor | 6 | Valentía |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Persistencia |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Integridad |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Vitalidad |  |  |  |  |  |  |  |
| Humanidad | 10 | Amor |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Amabilidad |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Inteligencia Social |  |  |  |  |  |  |  |
| Justicia | 13 | Patriotismo |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Equidad |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 | Liderazgo |  |  |  |  |  |  |  |
| Templanza | 16 | Perdón y misericordia |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 | Humildad / Modestia |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 | Prudencia |  |  |  |  |  |  |  |
| 19 | Autorregulación |  |  |  |  |  |  |  |
| Trascendencia | 20 | Apreciación de la belleza |  |  |  |  |  |  |  |
| 21 | Gratitud |  |  |  |  |  |  |  |
| 22 | Esperanza |  |  |  |  |  |  |  |
| 23 | Humor |  |  |  |  |  |  |  |
| 24 | Espiritualidad |  |  |  |  |  |  |  |

**Evaluar el formulario de puntuación**

Pregúntele al cliente:

* + ¿Qué notas al mirar la forma de puntuación?
  + ¿Hasta qué punto te reconoces en las fortalezas identificadas con más frecuencia?

Toma nota de las 5 fortalezas más importantes que caracterizan a tu cliente

**Vinculando las fortalezas y los objetivos**

En la última sesión, tu cliente generó varios objetivos. Discute con el cliente:

¿Hay fortalezas que actualmente están siendo infrautilizadas (no se utilizan con la suficiente frecuencia)?

¿Te gustaría utilizar más estas fortalezas? Si es así, ¿qué podrías hacer para aprovechar más estas fortalezas?

¿Hay fortalezas que actualmente se están utilizando en exceso (con demasiada frecuencia)?

¿Te gustaría usar menos estas fortalezas? Si es así, ¿qué podrías hacer para usar estas fortalezas con menos frecuencia?

¿Hay fortalezas que se puedan utilizar para acercarse a las metas personales? ¿Cómo se pueden utilizar para este fin?

¿Existen fortalezas que se puedan utilizar para superar posibles obstáculos? ¿Cómo se pueden utilizar?

100 preguntas poderosas para tus sesiones de coaching

# Preguntas de la primera sesión

1. ¿Sabes qué es el coaching?
2. ¿Qué te trae hoy a nosotros?
3. ¿Cómo crees que el coaching puede ayudarte?
4. ¿Qué quieres cambiar en tu vida? ¿Por qué?
5. ¿Qué pasará si no haces ningún cambio?
6. ¿Cómo funciona el martes para tu primera sesión?
7. ¿Cómo funciona el martes para una sesión de seguimiento? (Use esto si son reacios a registrarse).
8. ¿Cómo pagará por esto?
9. ¿Qué te impide trabajar con un coach?
10. ¿Te importa que te pregunte, si el dinero no fuera un problema, trabajarías con un coach?
11. ¿Qué tal si hacemos una lluvia de ideas sobre cómo podríamos hacer que esto funcione financieramente para usted?
12. Buenas noticias: por registrarte hoy, ¿qué te parece?
13. Al ser cliente tienes acceso a material especial ¿te parece que esto es algo que te pueda interesar?

# Antes de la primera sesión

14. ¿Ha tenido la oportunidad de leer y firmar el formulario de acuerdo con el cliente?

# Recopilación de información de los antecedentes

Una vez que haya registrado a su cliente, deberá recopilar cierta información de antecedentes. Esto se puede hacer en formato de cuestionario y se le puede devolver antes de su segunda sesión.

1. ¿Cuáles son algunas señales de que estás perdiendo la motivación?
2. ¿Qué te motiva?
3. ¿Cómo puedo impactar más tu vida en los próximos 30 días?
4. ¿Quién apoya tus sueños?
5. ¿Cuántas personas viven en tu hogar?
6. ¿Quién es tu mejor amigo?
7. ¿Por qué?
8. ¿Cuál es una meta que te encantaría lograr?
9. ¿Qué te impulsa en la vida?
10. ¿Cuáles son los 4 valores que más significan para ti? (Honestidad, integridad.)
11. ¿Quién o qué te inspira?
12. ¿Por qué te inscribiste en el coaching?

# Creando una Visión

Una vez que tenga una idea de su vida ideal, puede establecer metas fácilmente.

1. Dentro de un año, ¿cómo quieres que sea tu vida?
2. ¿Qué querías hacer cuando tenías 3 años?
3. Si tuvieras todo el apoyo que necesitas, ¿qué sueño perseguirías?
4. Si tuvieras todo el dinero del mundo, ¿cómo serían tus días?
5. ¿Cuál es tu forma favorita de pasar el día?
6. ¿Cuál es tu carrera ideal? ¿Por qué?
7. ¿Qué quieres?
8. No, ¿qué es lo que realmente quieres?
9. ¿Con qué objetivo siempre has soñado pero has tenido miedo de intentarlo?
10. Si te quedaran 6 meses de vida, ¿qué intentarías?
11. Si supieras que no puedes fallar, ¿qué sueños perseguirías?
12. Si tuvieras 30 días de vida, ¿qué harías de manera diferente?
13. Desde que te despiertas por la mañana hasta que te vas a dormir, ¿en qué consiste tu día ideal?
14. ¿Qué te gusta en tu vida?
15. ¿Qué te hace sonreír?
16. ¿Cuándo te sientes completamente en paz?
17. ¿Cuándo te sientes en tu mejor momento?
18. ¿Qué personas atesoras y con las que quieres pasar más tiempo?
19. Si pudieras cambiar algo en tu vida, ¿qué sería?
20. Si pudieras tener cualquier cosa en la vida, ¿qué querrías?
21. ¿Quién está presente en tu vida ideal?

# Ejecución de las sesiones

1. ¿Por dónde te gustaría empezar hoy? ¿A dónde quieres que vaya esta sesión?
2. ¿Cómo te fue con el plan que establecimos la semana pasada?
3. ¿Aprendiste algo?
4. ¿Harías algo diferente para la próxima semana?
5. ¿Qué acciones puedes tomar esta semana para acercarte un paso más a tus metas?
6. ¿Cuáles son algunas de las posibles medidas que podría tomar la próxima semana?
7. ¿Se te ocurre algún obstáculo potencial para llevar a cabo estas acciones?
8. ¿Le gustaría hacer una lluvia de ideas sobre algunas posibles soluciones?
9. Cuando tienes miedo de hacer nuevos cambios, ¿cuáles son algunas ideas sobre cómo lidiarás con el miedo hasta que pase?
10. ¿Estás 100% comprometido con el logro de estos objetivos?
11. ¿Qué tiene que pasar en tu vida para que te comprometas al 100%?
12. ¿Cómo sabré cuándo ha completado estas acciones?
13. ¿Cómo vas a disfrutar de tu vida esta próxima semana?

# Preguntas relacionadas con la pasión

Para más preguntas relacionadas con la pasión.

1. ¿Qué te inspira?
2. ¿Qué te empodera?
3. ¿Qué te motiva?
4. ¿Qué te impulsa?
5. ¿Qué te hace sonreír?
6. ¿Sin qué no puedes vivir?
7. ¿Qué harías gratis?

# Obstáculos para el éxito

1. ¿Quién te impide ser el éxito con el que sueñas? ¿Cómo?
2. ¿Qué hábitos tienes que no son útiles?
3. ¿Qué creencias incorrectas tienes?
4. ¿Qué personas negativas tienes en tu vida que te deprimen?
5. ¿Tienes un modelo a seguir?
6. ¿Estás comprometido a cambiar tu vida?
7. ¿Qué te estresa?

# Cuando se enfrenta a problemas o factores estresantes

Cuando sus clientes se enfrentan a un problema u obstáculo, a menudo mirar el problema desde un ángulo diferente ayudará. Estas preguntas se conocen como preguntas de reformulación, ya que ayudan al cliente a ver la situación desde una perspectiva diferente.

1. ¿El problema radica en la tarea en sí misma o en la forma en que se siente acerca de la tarea?
2. ¿Qué "reglas" tienes para ti mismo que podrían cambiarse?
3. ¿Qué es lo positivo de esta experiencia?
4. Si ya fueras un hombre de negocios exitoso, ¿cómo lo harías?
5. ¿Qué haría tu modelo a seguir en esta situación?
6. ¿Qué diría tu coach sobre esta situación?
7. ¿Con qué recursos cuenta para ayudarte a ti mismo aquí?
8. ¿Qué más podría significar esta situación?
9. ¿Cómo puedes aprender de esto?
10. ¿Qué aprendiste de esto?
11. ¿De qué otras maneras podrías ver esto?
12. ¿Qué le ayudará esto a lograr en el futuro?
13. ¿Qué haría tu mejor amigo en esta situación?
14. ¿A qué más le he tenido miedo, pero lo he logrado de todos modos?
15. ¿Cuál es otra forma de hacer esto?
16. ¿Qué podrías hacer de manera diferente?
17. ¿Quién te ayudaría con esto?
18. ¿Qué es una pequeña cosa que podrías hacer ahora mismo?
19. ¿Cómo puedo comunicar esto de manera diferente?
20. ¿Cómo puede una empresa genial encontrarme para trabajar para ellos?
21. ¿Cómo le ha ayudado esto a acercarse al resultado deseado?
22. Si tu mejor amiga estuviera en esta situación, ¿qué le aconsejarías que hiciera?
23. ¿Cómo haces que esta tarea/evento/situación sea divertida?
24. ¿Qué otra dirección puedes intentar ahora?
25. ¿Y ahora qué?
26. Sé que no lo sabes, ¿pero si lo supieras?

# Pregunta acerca de “el milagro” (extra)

"Supongamos que esta noche te vas a la cama y te vas a dormir como de costumbre. Y durante la noche ocurre un milagro. Y el problema se desvanece. Y los problemas que te preocupan se resuelven, pero sigues dormido. Por lo tanto, no sabes que el milagro ha sucedido. Cuando te despiertes mañana, ¿cuáles serán las primeras cosas que te dirán que el milagro ha sucedido? ¿Cómo sabrás que la transformación ha ocurrido?"

1. ¿Qué vas a hacer?
2. ¿Qué vas a decir?
3. ¿Quiénes estarán en la sala?
4. ¿Cuál será la naturaleza de la actividad?
5. ¿Cómo sabrán los demás que el futuro perfecto ha sucedido?
6. ¿Qué notarán que es diferente en ti?
7. ¿Cómo sabrán tus hijos que el futuro perfecto ha sucedido?
8. ¿Cómo lo sabrás tú mismo?

**Rompiendo la inercia:**

En física, la "inercia" se refiere a la tendencia de un objeto a resistir cualquier cambio en su estado de movimiento, lo que significa que un objeto en reposo quiere permanecer en reposo y un objeto en movimiento quiere seguir moviéndose en línea recta a una velocidad constante a menos que actúe sobre él una fuerza externa; Esencialmente, es la propiedad de la materia que se opone a los cambios en el movimiento y está directamente relacionada con la masa de un objeto.

**Puntos clave sobre la inercia:**

**Primera ley de Newton:**

La inercia se describe directamente por la Primera Ley del Movimiento de Newton, que establece que un objeto permanecerá en reposo o en movimiento uniforme a menos que actúe sobre él una fuerza externa.

**Masa e inercia:**

La inercia de un objeto es directamente proporcional a su masa, lo que significa que un objeto más masivo tiene una mayor inercia y es más difícil cambiar su movimiento.

**Cambios en los hábitos y la inercia**

Ya sea que decidamos comenzar un nuevo comportamiento o terminar uno antiguo, el inicio del proceso de cambio requerirá mucho más esfuerzo que la mitad. Romper la inercia es tan difícil en el cambio de comportamiento como en la física. Necesitamos actuar con suficiente esfuerzo (fuerza) para impulsarnos a movernos (acción) si no nos hemos estado moviendo (actuando). Una vez que nos ponemos en marcha, es más fácil continuar, y el esfuerzo requerido para continuar con el comportamiento será menor de lo que se necesitó para comenzar.

Lo mismo ocurre con la detención de un comportamiento. Una vez que estamos en movimiento, continuar es fácil. Detenerse requiere más trabajo que continuar.

Cuanto más grande sea el cambio que tengamos que hacer, mayor será el esfuerzo requerido. Esto tiene mucho sentido para nosotros en el mundo físico, sin embargo, nos encontramos confundidos por ello en el mundo conductual. Cuando encontramos dificultades para comenzar o parar, nos juzgamos a nosotros mismos o perdemos la fe en el proceso, en lugar de esperar la tensión y relajarnos en ella.

Nos gusta el progreso instantáneo, la gratificación instantánea y el éxito de la noche a la mañana. Estamos rodeados de mensajes que respaldan la noción absurda de que las cosas deberían ser fáciles. Todo, desde alimentos hasta productos de belleza, desde tramas de películas hasta medicinas, se nos vende con la falsa idea de que lo que queremos/necesitamos debe ser fácil. No es así.

Si nos preparamos para el comienzo de un proceso de cambio reconociendo que va a ser difícil, y que esta dificultad es natural, apropiada, esperada Y temporal, tendríamos una mejor oportunidad de seguir con el proceso.

Si entendiéramos que, eventualmente, estaríamos en nuestro camino, y entonces sería más fácil continuar que renunciar, estaríamos más dispuestos a luchar.

**Considera los siguientes ejemplos**

Hacer que el juego giratorio del parque infantil comience a girar /se detenga.

Columpiarse en los columpios

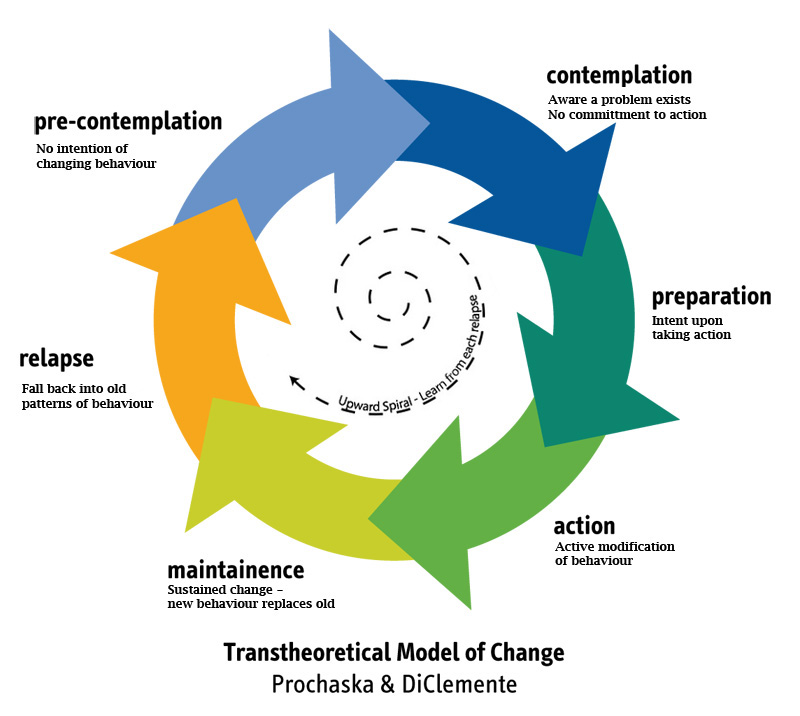
 

Acelerar o desacelerar un auto





**Etapas del modelo de cambio: 6 etapas**



**Recaída**

Volver a caer en viejos patrones de comportamiento

**Modelo transteórico de cambio**

Prochaska & DiClemente

**Acción**

Modificación activa de la conducta

**Mantenimiento**

Cambio sostenido: el nuevo comportamiento reemplaza al antiguo

**Preparación**

con la intención de tomar medidas

**Contemplación**

Consciente de que existe un problema

Sin compromiso de acción

**Pre- Contemplación**

Sin intención de cambiar la conduta

* **Pre-contemplación:** El individuo no tiene intención de tomar acción. A menudo ignoran o niegan el problema. No tienen planes de tomar medidas en el futuro previsible (próximos 6 meses). O bien no son conscientes de que su comportamiento es problemático o que produce consecuencias negativas. A menudo subestiman los pros del cambio y ponen demasiado énfasis en los contras del cambio de comportamiento. ¿Por qué debería hacer esto? Sostenga la conversación.
* **Contemplación:** El individuo tiene la intención de tomar acción y un plan para hacerlo en un futuro cercano (dentro de los próximos 6 meses). Reconocen que el comportamiento puede ser un problema, y comienza a tener lugar una consideración más reflexiva y práctica de los pros y los contras, con el mismo énfasis puesto en ambos (ambivalencia). ¿Cómo lo haría? Igualar el cambio y mantener el diálogo
* **Preparación (Determinación):** Hay intención de tomar acción y se han tomado algunas medidas. Ellos deciden lo que van a hacer para hacer el cambio. Están listos para tomar medidas en los próximos 30 días. Comienzan a dar pequeños pasos hacia el cambio de comportamiento y creen que hacer el cambio dará como resultado un resultado más saludable y deseable. Más hablar de cambio que hablar de sostener. Así es como puedo hacer esto…
* **Acción:** El individuo está dando pasos hacia su objetivo. Los primeros pasos del cambio de comportamiento han estado vigentes durante un corto período de tiempo (en los últimos 6 meses). Pueden modificar sus conductas problemáticas o adquirir nuevas conductas saludables. Sobre todo, cambiar el habla. ¡Estoy haciendo esto!
* **Mantenimiento:** El individuo ha cambiado su comportamiento y ha sostenido el cambio durante un tiempo (más de 6 meses). Tienen la intención de mantener este cambio en el futuro a largo plazo. Trabajan para prevenir la recaída en las primeras etapas. Habla de cambio: trata de evitar retroceder cuando aparece la frustración, la fatiga o el exceso de confianza. En esta etapa, el individuo puede, después de un tiempo, dejar el coaching. Llega el momento en que deben tomar el paso sin ayuda.
* **Terminación:** El individuo no tiene ningún deseo de volver a comportamientos anteriores poco saludables o útiles. Con los hábitos finales, rara vez se alcanza esta etapa. Las personas tienden a permanecer en la etapa de mantenimiento. Los hábitos se pueden romper con un esfuerzo activo, pero el ciclo de hábitos permanece disponible (como un artículo almacenado). El bucle de hábitos se puede reiniciar si la circunstancia, el entorno, las señales, etc. lo vuelven a poner en línea. (Nunca se olvida cómo andar en bicicleta...)
* **Recaída:** Aquí es donde ocurren los errores y los contratiempos, y las personas deben decidir si seguir adelante.

**El proceso de cambio**

Este es el trabajo que hace una persona para progresar a través de las etapas del cambio. Aquí es donde las motivaciones de la persona para cambiar se convierten en acciones en el camino hacia un cambio duradero. Cada acción es un voto que el individuo está emitiendo por su nueva identidad.

**Compromisos:** Comprometerse con el cambio es una declaración pública de su voluntad de elegir un comportamiento diferente. Los compromisos también representan una creencia en ti mismo, de que cambiarás y mantendrás ese cambio. Declarar tu objetivo públicamente es un paso importante en el proceso. Elimina la red de seguridad de la privacidad.

**Contracondicionamiento:** Consiste en cambiar los comportamientos poco saludables por otros saludables. Por ejemplo, si te has comprometido a dejar de fumar, puedes llamar a un amigo en lugar de fumar un cigarrillo cuando salgas a caminar.

**Recompensas:** Date un capricho por seguir adelante con hábitos saludables. Por ejemplo, cada día que elijas comidas saludables, puedes tomarte una selfie feliz o hacer un resaltador X en tu calendario, o mover un clip, una canica o una ficha de un contenedor a otro.

**Controles ambientales:** Es más fácil rechazar una tentación que no existe. Es más fácil controlar tu entorno que tu comportamiento. Puedes tratar de evitar a las personas, los lugares y las cosas que desencadenarán el comportamiento que estás tratando de cambiar, y encontrar los que fomenten tus comportamientos nuevos y saludables.

Por ejemplo, si está tratando de dejar de beber, eso podría significar no ir a un bar o restaurante favorito del vecindario que sirva alcohol, y probar un nuevo bar de jugos o cafetería en su lugar.

Para prepararse para el éxito, también es útil hacer ajustes en el entorno de su hogar, de modo que esté lleno de señales y recursos que contribuyan a su salud mental y bienestar.

**Apoyo:** Puedes rodearte de personas que también apoyen los cambios que estás realizando. También puede ser útil observar cómo las modificaciones que estás haciendo afectan a las personas que te rodean. Pasa más tiempo con las personas que reaccionan positivamente a tus cambios de comportamiento.

**Resumen del modelo de coaching centrado en soluciones**

**OBKETIVO**

**Paso 1 – Descubrir el objetivo**

**Descubrir el qué**

Q. ¿Qué quieres lograr? ¿En qué quieres trabajar?

**Descubre el por qué**

Q. Si lograras eso, ¿qué diferencia haría?

**¿Cómo sabremos que se está progresando? (¿Cuál es la mejor manera de ayudarlos?)**

Q. ¿Cómo sabrá más tarde que esta sesión ha sido útil? ¿Cuál es la mejor manera de ayudarle en los próximos 90 días?

**REALIDAD**

**Fomentar la charla sin problemas (¿qué va bien)?**

Sé un poco sobre su problema, pero antes de que lo discutamos más, me gustaría saber un poco más sobre usted como persona. ¿Cuáles son tus intereses y pasatiempos? Háblame de tu familia.

Charla de solución

* Hábleme de los momentos en que este problema fue un poco mejor
* ¿Cómo lo hiciste?
* ¿Qué estabas haciendo diferente durante esos tiempos en que las cosas estaban un poco mejor?
* ¿Qué tan seguro está de que se puede hacer algo al respecto?
* ¿Cuándo ha abordado este tipo de problema antes y qué fue lo más útil?
* ¿Qué habilidades y recursos descubrió entonces?

**Paso 2 - Pregunta milagrosa:**

"Supongamos que esta noche te vas a la cama y te vas a dormir, como de costumbre. Durante la noche ocurre un milagro y su problema se desvanece. Los asuntos que te preocupan se resuelven, pero como todavía estás dormido, no sabes que el milagro ha sucedido.

Cuando te despiertes mañana, ¿qué será lo primero que te dirá que el milagro ha sucedido? ¿Cómo sabrás que la transformación ha ocurrido?"

Según usted (cliente):

• ¿Cómo sabrá que ocurrió? ¿Cuál es la diferencia?

• ¿Qué estás haciendo?

• ¿Qué vas a decir?

• ¿Quiénes estarán en la sala?

• ¿Cuál será la naturaleza de la actividad?

Según otros:

• ¿Cómo sabrán los demás? ¿Qué están haciendo?

• ¿Qué notarán que es diferente en ti?

• ¿Cómo sabrán sus hijos que el futuro perfecto ha sucedido?

• ¿Qué más está pasando?

• ¿Cómo está respondiendo la gente?

• ¿Qué estás haciendo?

• ¿Qué están haciendo los demás?

• ¿Qué más está pasando?

¿Cómo está respondiendo la gente?

**REALIDAD/OPCIONES**

# Paso 3 – Descubre lo que ya funciona

# Q. ¿Cuándo ocurre el futuro perfecto? ¿Aunque sea un poco?

**Preguntas de excepción**

• ¿Puedes pensar en otras ocasiones, ya sea en el pasado o en las últimas semanas, en las que no tuviste el problema?

• ¿Cuál es la diferencia en los momentos en que el problema no ocurre?

• ¿Qué dirías que estás haciendo diferente durante esos tiempos?

• ¿Qué tendría que suceder para que eso ocurra más a menudo?

**Pregunta de afrontamiento** (se usa si el cliente no puede encontrar un momento en que el problema era menos grave)

Con todo lo que ha estado sucediendo en tu vida últimamente, me pregunto cómo te las has arreglado para superarlo cada día.?

# Paso 4 – Descubra dónde está el cliente

# Ahora ubiquémoslo en una escala

# Q. En una escala de 0 a 10, donde 10 es el resultado general o el futuro perfecto y 0 es absolutamente ningún cambio, ¿dónde dirías que estás?

# ¿Qué has hecho hasta ahora para llegar a ese número? ¿O por qué dijiste 3 en lugar de 0-2? Si tu cliente es sensible a las preguntas del "por qué", podrías preguntar alternativamente: "¿Qué hace que tu funcionamiento actual sea un tres y no un dos?"

# Éxitos recientes

# ¿Cuál es la posición más alta en la escala en la que ha estado recientemente? O ¿Cuándo ha sido más alto?

# ¿Qué era diferente entonces? o ¿Qué hiciste diferente?

# ¿Qué funcionó bien en lo que hiciste?

# Describa los diferentes cambios que notará a medida que ascienda en cada número de la escala.

**Si es cero o 1 en la escala**

Si es 0, ¿me dices cuándo ha sido un poco más alto? … Siga esto con preguntas de afrontamiento, como:

¿Cómo te las arreglas cuando las cosas son tan difíciles?

También puedes afirmar y empoderar al cliente con afirmaciones como: "Miro lo bien que lo estás haciendo frente a este desafío y realmente admiro lo resistente que eres".

**CONCLUSIÓN / EL CAMINO A SEGUIR**

**Paso 5 – Afirmar, Reconocer y Empoderar**

Resumir y afirmar lo que va bien para el cliente

**Paso 6 – Establecimiento de objetivos y planificación de acciones**

**Confirmar el objetivo**

Q. Ahora que tienes una visión más clara, ¿cuál dirías que es tu objetivo general?

**Planificación de acciones**

Q. ¿Qué puedes hacer esta semana para avanzar hacia tu meta?

**Formas de Ser para ayudar a lograr el objetivo**

Q. ¿Quién necesitas ser para lograr tu objetivo?

Q. ¿Qué te parece esta cualidad o característica?

**Identificar facilitadores (sistema de apoyo, recursos, etc.) para ayudar al cliente en su viaje**

Q. ¿A quién o qué puede utilizar como palanca para asegurarse de cumplir con su compromiso?

# Paso 7 – Obstáculos

# Identificar los obstáculos para lograr las próximas tareas o comenzar un nuevo hábito

# Q. ¿Qué ves como un posible obstáculo para lograr tus próximas tareas de la semana? ¿O lo que ves como un posible obstáculo para comenzar este nuevo comportamiento/hábito? (Si es necesario, ayude al cliente con un paso o plan para combatir ese obstáculo).

**Paso 8 – Crear compromiso**

**Utilice la escala y evalúe el nivel de compromiso**

Q. En una escala del 1 al 10, ¿qué tan comprometido está a comenzar este nuevo comportamiento o tareas esta semana?

Si el cliente dice algo por debajo de 10, pregunte: "¿Qué se necesitaría para que subieras a un \_\_?"

**Crear afirmaciones**

Q. ¿Cuál es una afirmación que puedes afirmar y confirmar a diario que te llevará hacia tu objetivo?