Lección 5: Planificación Parte 2:

¿Cómo llegamos ahí?

RECAPITULANDO:

**Hasta este punto del proceso de coaching, tienes:**

* Confianza establecida/relación desarrollada.
* Discutió el malestar actual del cliente (¿qué lo impulsó a buscar ayuda? / ¿Qué pasa? / ¿Dónde está ahora?)
* Exploró (brevemente) el trasfondo del problema/situación (¿cómo llegó aquí?)
* Descubrió los objetivos del cliente y los priorizo. (¿Qué quiere? / ¿Cómo puedo ayudar?)
* Exploro los valores y fortalezas del cliente (¿qué es lo que le importa? / ¿Qué le apasiona? / ¿Qué es lo que ya va bien? / ¿Cuáles son sus fortalezas?)
* Ha descubierto el objetivo más importante en este momento (¿a dónde quiere llegar?)
* Obtuvo una visión clara de la alternativa preferida presente (¿cómo sabrá que ha logrado su objetivo? / ¿Cómo es la solución/situación ideal para usted?)
* **En este momento, usted y el cliente estarán completando el proceso de planificación: (¿Cómo llegamos ahí?)**

ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS:

Saber cómo ayudar a los clientes a crear metas y pasos de acción es una habilidad esencial de coaching. Como coaches, debemos promover la autonomía de nuestros clientes mientras trabajamos con ellos para transformar el aprendizaje y la comprensión en acción.

**Como tal, los coaches deben:**

* Trabajar con los clientes para integrar nuevas conciencias, conocimientos o aprendizajes en su visión del mundo y sus comportamientos.
* Asociarse con los clientes para diseñar metas, acciones y medidas de responsabilidad que integren y amplíen el nuevo aprendizaje.
* Reconocer y apoyar la autonomía del cliente en el diseño de metas, acciones y métodos de rendición de cuentas.
* Apoyar al cliente en la identificación de resultados potenciales o aprender de los pasos de acción definidos.
* Invite al cliente a considerar cómo avanzar, incluidos los recursos, el apoyo y las posibles barreras.

OBJETIVOS:

**Un objetivo es el *Que*. El plan de acción es el *Como*.**

**Objetivos a largo plazo vs Objetivos a corto plazo:**

* Los objetivos a largo plazo se basan en la visión que el cliente tiene de su vida personal o profesional (Presente alternativo preferido/Futuro perfecto)
* Los objetivos a corto plazo se basan en los objetivos a largo plazo.
* Los objetivos a corto plazo (también conocidos como pequeños pasos de acción) son objetivos que le ayudarán a alcanzar los objetivos a largo plazo. (También los he llamado "marcadores de millas en el camino")

**Ejemplo:**

TIPOS DE OBJETIVOS

Cuando pensamos en el establecimiento de metas, generalmente pensamos en metas que describen un resultado específico. Algunos ejemplos incluyen:

* Fortalecer mi relación con mi cónyuge.
* Conseguir un trabajo con mejor salario y beneficios.
* Pasar más tiempo de calidad con mis hijos.
* Aprobar el examen final con al menos el 80%.
* Despejar el desorden de mi casa para que me sienta menos estresado.
* Dormir 8 horas por noche para mejorar mi salud física y mental
* Ahorrar dinero para la universidad.

Estoy seguro de que has hecho una o dos metas que siguen esta fórmula en tu vida. Consigue esto..., adquiere eso..., gana esto..., suelta aquello....

¿Qué pasaría si basáramos nuestros objetivos en **cambiar comportamientos** en lugar de **obtener un resultado específico**? ¿Podríamos modificar o cambiar por completo los comportamientos que nos llevarían al resultado deseado más rápido, más saludable y con menos estrés? A estas alturas ya sabes que la respuesta es un rotundo "sí".

A menudo, al establecer metas, nos enfocamos en lo negativo que queremos cambiar (lo que no queremos en lugar de lo que sí queremos).

***Las metas basadas en el comportamiento*** se centran más en los comportamientos que**queremos fortalecer que en las acciones negativas que queremos eliminar. *Recuerde, TODO comportamiento es un intento de resolver un problema. Algunos comportamientos son intentos saludables / útiles, otros son poco saludables / inútiles*.** La gente no tiene la intención de empeorar su situación. Intentan resolver problemas con las habilidades, el conocimiento, la experiencia y el apoyo que tienen en ese momento. A veces, lo que tienen en ese momento es insuficiente para desarrollar estrategias efectivas.

Al ***fortalecer los comportamientos positivos***, cambiamos la forma en que actuamos y reaccionamos en muchas situaciones, no solo en situaciones que rodean un objetivo basado en resultados. El efecto combinado de crear comportamientos más positivos en nuestras vidas es de gran alcance, afectando mucho más que lo que podríamos haber tenido en mente al crear la meta.

Hoy en día, muchas empresas se centran en ***objetivos basados en el comportamiento*** en lugar de en ***objetivos basados en resultados*** debido a este efecto compuesto. Las empresas inteligentes saben que cuando el comportamiento cambia para bien, el empleado es más feliz no solo en el trabajo, sino también en su vida personal y familiar. Un empleado más feliz es un empleado más productivo. Por lo tanto, los gerentes estan aprendiendo a integrar objetivos basados en el comportamiento en cada revisión de los empleados.

Este tipo de establecimiento de objetivos no se ve solo en la oficina. ***Entrenadores personales, coaches de vida, psicólogos, terapeutas y muchas otras profesiones están agregando el establecimiento de metas basadas en el comportamiento a su repertorio de técnicas***. Como resultado, los profesionales de estas industrias pueden ayudar eficazmente a sus clientes a lograr el éxito, sea lo que sea que eso signifique para ellos personalmente.

Un objetivo que cambia los comportamientos puede verse como una especie de objetivo intermedio que ayuda a alcanzar los objetivos basados en resultados de manera más fácil, rápida y con más efectos positivos residuales. Un comportamiento positivo que se fortalece para alcanzar una meta se fortalecerá en cada situación en la que se utilice ese comportamiento.

Objetivos basados en resultados:

***Los objetivos basados en resultados*** se centran en el resultado deseado que planeas lograr.

Describen el ***resultado final de sus acciones***, en lugar de ***como se siente al realizar sus tareas.***

Los objetivos basados en resultados tienden a ser más fáciles de cuantificar. Puede contar cuánto peso pierde y puede realizar un seguimiento de cuánto dinero ahorra para las vacaciones. Por esta razón, la mayoría de las personas se enfocan en establecer metas basadas en resultados. Después de todo, tu progreso es mucho más fácil de cuantificar.

**Objetivos a largo plazo (basados en resultados):** cómo te imaginas a ti mismo después de tener éxito en hacer todos los cambios deseados.

"Quiero llevarme mejor con mi familia".

**Objetivos a corto plazo (basados en resultados):** donde planeas estar en puntos de ajuste entre tu línea de base (punto de partida) y tu resultado final deseado.

"Quiero tener una cena familiar a la semana en la que todos cocinen juntos".

Este es el problema de detenerse en el nivel de establecer objetivos basados en resultados:

Hacer una declaración sobre lo que quieres y esperar que simplemente suceda es lo mismo que pedir un deseo. Si lees detenidamente los objetivos basados en resultados a corto y largo plazo anteriores, te darás cuenta de que el verbo utilizado es "querer". Decir querer es lo mismo que decir "deseo"... y tiene la misma cantidad de potencia. Querer y desear algo es un buen comienzo. Esto le permite saber que ha identificado algo que es importante para usted. Pero ninguna de esas palabras son palabras de ACCIÓN. Querer algo no es lo mismo que HACER algo. Puedo realmente QUERER una casa limpia. Sin embargo, si en realidad no limpio la casa....

Querer/Desear: nos índica algo que valoramos lo suficiente como para hacer un esfuerzo... y luego nos proporcionan la energía (Motivación) necesaria para empezar a hacer algo al respecto.

Algunas personas desafortunadas, sin embargo, no se dan cuenta de esto y se detienen en el nivel de las Metas Basadas en Resultados (YO QUIERO). Se repiten estas "metas" a sí mismos y sueñan con el día en que tengan lo que desean. Sabemos dónde termina eso.

Muchas personas, sin embargo, se dan cuenta de que querer no es suficiente, por lo que pasan a la siguiente capa del proceso de cambio: los objetivos basados en el comportamiento.

Objetivos basados en el comportamiento:

***Las metas basadas en el comportamiento*** son cambios que haces en ***la forma en que te comportas, en cada oportunidad de elegir***. Por ejemplo, manejar mejor el estrés, comer alimentos más saludables, ser más amable con los demás y procrastinar menos son ejemplos de objetivos basados en el comportamiento. Se centran en cómo te sientes y te comportas personalmente, en lugar de solo mirar el resultado de tus acciones.

***Los objetivos basados en el comportamiento son los componentes básicos de los resultados, crean resultados manifiestos (también conocidos como "resultados"). Cuando cambias la forma en que piensas, sientes y te comportas, los cambios en los resultados siguen naturalmente. Pero el resultado no es el objetivo principal; es solo un efecto secundario encantador que puedes disfrutar cuando logras tus objetivos basados en el comportamiento.***

Para establecer metas basadas en el comportamiento, tendrás que reflexionar sobre lo que piensas y cómo te sientes cuando te involucras en el comportamiento que quieres cambiar (o evitar el comportamiento que quieres comenzar). ¿Tienes mal genio temprano en las mañanas? ¿Te sientes inquieto o ansioso cuando intentas cumplir con una fecha límite? ¿Crees que fracasarás cuando te levantes a hablar en público? Empieza por centrarte en lo que piensas/cómo te sientes y en las decisiones que tomas cuando no te estás desempeñando bien. Ve estos pensamientos/emociones con claridad. No te juzgues/culpes/avergüences cuando los veas. Solo fíjate en ellos y acéptalo: este ha sido mi patrón hasta AHORA.

***Recuerda: La Conciencia sin prejuicios*** es siempre el primer paso.

Siguiente: Haz un esfuerzo concreto para desafiar/cambiar estos pensamientos y sentir/aprender/liberar estos sentimientos. Hacer esto te ayudará a tomar diferentes decisiones.

Este proceso puede ayudar a que sea más agradable y productivo con el tiempo.

El nuevo proceso, que trabaja a nivel de Metas Basadas en el Comportamiento, se verá así:

**Objetivo a largo plazo**: cómo te imaginas a ti mismo después de tener éxito en hacer todos los cambios deseados.

"***Quiero*** llevarme mejor con mi familia". (Basado en resultados, centrado en la alternativa preferida presente/futuro perfecto)

**Objetivo a corto plazo**: el nuevo comportamiento que se convertirá en un hábito y que eventualmente te ayudará a alcanzar el resultado final deseado.

"Organizaré mi horario para llegar a casa a tiempo, todos los domingos para nuestra cena familiar semanal".

**"Organizaré mi horario"** = asumir la responsabilidad

**"llegar a casa a tiempo"** = Comportamiento: lo que realmente harás

**"todos los domingos"** = Específicamente, ¿con qué frecuencia harás el nuevo comportamiento?

**"para nuestra cena familiar semanal"** = el objetivo que logras con ese comportamiento.

Hacer tus metas de esta manera puede ayudarte a hacer cambios y experimentar el éxito. Desafortunadamente, ese éxito se puede perder fácilmente, tan pronto como dejas de **Hacer**. Si no continúas haciendo las cosas que hacen el cambio, no puedes quedarte con las ganancias que disfrutas del cambio. Si el nuevo comportamiento, lo que tienes que HACER para lograr el cambio que QUIERES TENER, no coincide con las creencias que tienes sobre ti mismo o tu identidad, entonces hacerlo se sentirá como un gran esfuerzo. Se sentirá como forzándote, como sacrificio, como privación, como pretender ser alguien que NO ERES. No puedes usar una mascarilla por mucho tiempo antes de que empieces a sentir que te cuesta respirar. Eventualmente, DEJARÁS DE HACER. Devolverás el resultado que compraste con el nuevo comportamiento cuando vuelvas a tu comportamiento original. ☹ Eso no se siente bien.

Después de intentar y fracasar en hacer o mantener el cambio en estos niveles varias veces, muchas personas culpan a los comportamientos específicos que intentaron (tal vez fue la dieta incorrecta, el plan equivocado, la herramienta equivocada, el error ...), por lo que siguen buscando diferentes comportamientos para cambiar con el fin de lograr y aferrarse a los resultados deseados. Tratan de arreglar sus esfuerzos de cambio a nivel de Comportamiento/Sistemas.

Después de probar muchos sistemas/comportamientos diferentes, muchas personas se culpan a sí mismas por el fracaso. (Tal vez sea yo. No puedo hacer esto. Soy una persona que renuncia/fracasa/etc.) Pierden la esperanza.

Algunas personas se dan cuenta de que el verdadero problema es que estaban cambiando al nivel equivocado. Ellos continúan...

Un nivel MÁS PROFUNDO:

Objetivos basados en la identidad/creencias – Ser el cambio:

Los objetivos **verdaderamente efectivos** se enfocan en **el nivel de la identidad,** donde residen las declaraciones **"YO SOY".** Estas metas se basan en la comprensión de que:primero debes **SER,** lo que te permitirá **HACER,** lo que te ayudará a **TENER.**

Así es como funciona **SER, HACER, TENER...**

Para lograr algo grande, necesitamos dividirlo en pasos individuales**.**

**• SER (Cualidades o Características)**

**• HACER (Metas Basadas en el Comportamiento)**

**• TENER (Metas Basadas en Resultados)**

Por lo general, cuando se nos ocurre una meta o un sueño o aspiramos a lograr algo grande, saltamos directamente al 3er nivel, que es **TENER (resultado)**

Decimos:"**Quiero** tener nuevas creencias", "**Quiero** tener buena salud",

Nótese que ambas declaraciones se centran en el **"TENER"**. "Quiero iniciar un negocio de coaching, pero **no TENGO** dinero. Por lo tanto, no comenzaré mi negocio de coaching hasta que **TENGA** dinero".

"Quiero pesar 125 libras, pero no **TENGO** un gran gimnasio cerca de mí. No puedo empezar a hacer ejercicio hasta que **TENGA** un gran gimnasio al que ir".

**La desventaja de mantenerse enfocado en los resultados:**

Desafortunadamente, no podemos mantenernos enfocados en los resultados por mucho tiempo. Permanecer aquí nos obliga a posponer la satisfacción hasta que se logre todo el objetivo final. Eso puede llevar mucho tiempo. Esperar mucho tiempo por el derecho de estar satisfecho mientras se tiene que trabajar duro y/o sacrificarse es desalentador. Genera frustración, fatiga y desesperación. Cada revés en el camino hacia la meta final es otro golpe a nuestra fuerza de voluntad y motivación. Se vuelve muy fácil preguntarse "¿cuál es el punto?" y luego renunciar por completo.

Cuando nos damos cuenta de esto, nos enfocamos realmente en lo que necesitamos **HACER (comportamientos)** para obtener lo que queremos **TENER (resultado).**

Para lograr nuestros objetivos, tenemos que volver al primer paso del modelo SER-HACER-TENER.

**SER -**

**La primera pregunta que debemos hacernos es:** "¿Quién necesito **SER** para tener \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_?" Esta es una pregunta muy interesante.

Tienes que ser un poco autorreflexivo aquí y preguntarte **quién eres hoy, en comparación con lo que necesitas llegar a ser para tener esa cosa.**

(Buscando el trabajo soñado / pareja y ejemplos de contratación de comportamiento)

Si tu objetivo es **TENER** una relación más cercana con tus hijos, y actualmente estás siendo inconsistente en el tiempo que pasas hablando con ellos, entonces necesitas **SER** consistente.

Ser comprometido siempre debe estar en la parte superior de la lista.

**Límites Superiores: Tu Límite Psicológico**

***No todos los que quieren SER exitosos en la vida están preparados para comprometerse y renunciar a las cosas que los detienen.*** Esto provoca un conflicto de identidad interno y sabotea tu progreso hacia tu objetivo.

Como coach, puede ser necesario discutir este conflicto con tus clientes: ***¿Puedo ser la persona que esté dispuesta a pagar este precio por lo que quiero?***

Tal vez sea el tipo de persona que está dispuesta a pagar el precio por lo que quiere. Si aún no han realizado el cambio, es posible que debas explorar si realmente es tu cliente el que quiere el cambio. Tal vez el bloqueo que tu cliente está experimentando está en realidad en el área de cambio de **Motivación Intrínseca/Extrínseca**. Pregúntele al cliente: "¿Quién realmente quiere este cambio?" "Cuando escuchas la voz interior que te dice que hagas este cambio, ¿quién está hablando?"

**Motivación intrínseca:** el ímpetu para el cambio proviene del interior del individuo. La meta/sueño/resultado deseado pertenece al individuo. Esto es algo que el individuo valora.

**Motivación extrínseca:** el ímpetu para el cambio proviene del exterior del individuo. La meta/sueño/resultado deseado pertenece a otra persona. (un ser querido, una cultura/grupo, la sociedad en general...) Esto no es necesariamente algo que el individuo valore, sino más bien lo que han aprendido que se supone que deben valorar.

Si tu cliente está **motivado extrínsecamente,** su trabajo contigo tendrá que pasar de trabajar en el cambio a entender de dónde viene el mensaje, explorar lo que realmente quiere y elegir un objetivo que se alinee con ESO.

Si tu cliente está **Intrínsecamente Motivado,** y *aún no ha sido capaz* de hacer el cambio**:**

También es posible que tenga que explorar *qué les impide estar dispuestos a pagar el precio de la admisión* (que suele ser desagradable: miedo, ansiedad, incomodidad, dolor, ansia, vergüenza, humildad, equidad en el esfuerzo y el sudor, etc.). **A menudo, la respuesta a eso está en el vecindario de: Tolerancia al Dolor/Frustración.**

**Tolerancia al Dolor/Frustración:**

La cantidad de dolor/frustración que un individuo puede soportar antes de retirarse de la fuente que lo produce.

**El nivel de dolor/frustración que puedes tolerar se basa (en gran parte) en:**

* Su experiencia previa con molestias similares.
* Su comprensión de la línea entre la incomodidad y la lesión. (Nivel de amenaza percibido)
* Su nivel de confianza en cuánto puede tolerar antes de lesionarse.
* Su límite superior para el dolor/frustración (según lo establecido por los puntos anteriores).
* Su comprensión del hecho de que sus límites están establecidos por sus límites superiores (estos se convierten en su "línea limite")
* Su voluntad de superar Su límite superior. (Si puede hacer esto, expandirá su territorio y alcanzará nuevos niveles de éxito.

El trabajo en el que usted y su cliente se centrarán durante un tiempo es explorar cómo puede ampliar su nivel de tolerancia al dolor/frustración y aprender a superar sus límites superiores percibidos.

¿Puedes pensar en algunas maneras en que una persona puede hacer esto?

Coaching gratuito de Kristine - Una lección directamente de **Cardinal Directions Coaching Services:**

* *Trabaja hasta que notes que te estás acercando al punto de fracaso. No te detengas todavía. El fracaso es lo que sucede cuando renuncias* ***antes*** *de fracasar. Cuando te proteges del fracaso, garantizas el fracaso.* ***No puedes liberarte si te detienes antes de chocar contra la pared.***
* *Sigue trabajando hasta que falles realmente.*
* *FALLASTE. Sonrie. Cambia el nombre de "fracaso", acabas de aprender.*
* *Acepta que has encontrado tu Límite Superior.*
* *Celebre encontrar el punto de falla / límite superior / línea limite. Eso requirió coraje. Acepta que no FALLASTE. APRENDISTE.*
* *Disfruta sintiéndote valiente.*
* ***Marca ese punto en el mapa.***
* *Descansa.*
* *Recupera. DECIDE / SABES que te vas a estrellar contra la pared de nuevo.*
* *Acepta que esta es tu responsabilidad.* ***Emociónate.***
* *Date cuenta de que: No tienes que hacer esto; tú VAS a hacer esto.*
* ***Repite****.*
* *Con el tiempo, observa que el punto de falla en el mapa se está moviendo.*
* *Celebra el movimiento. Esto es crecimiento. Esto es el éxito.*
* ***Sigue golpeando la pared hasta que la atravieses****.*
* *Acepta que ESTO ES LO QUE ERES AHORA. Eres el Ser que trabaja repetidamente para el fracaso con el fin de mover la línea de limite.*
* *Enamórate del proceso de mover el punto.*
* *Así es como el Proceso se CONVIERTE en la Meta.*

Ejemplos de formas de ser:

Se comprometido

Sé un buen oyente

Sé auténtico

Confía en ti mismo

Sé coherente

Sé realista

Sé decisivo

Sé decidido

Sé devoto

Sé diligente

Sé eficiente

Sé valiente

Sé creativo

Oriéntate hacia los objetivos

Sé agradecido

Sé inspirador

Sé motivador

Sé consciente

Sé noble

Sé optimista

Sé progresista

Sé confiable

Sé responsable

Sé visionario

Encarnar la característica

El verbo **"encarnar"** se define como: "ser una expresión de, o dar una forma visible a (una idea, cualidad o sentimiento)". Por ejemplo: "un equipo que encarna el espíritu competitivo y la habilidad"

Algunas palabras/frases similares:

Personificar; incorporar; dar forma humana a; darse cuenta de; manifiesto; expresar; concretizar; simbolizar; representar; resumir; encapsular; ejemplificar; cosificar; encarnado

**Piensa en la Cualidad / Característica / (Identidad / Sistema de Creencias) que quieres encarnar y pregúntate: ¿Cómo te parece esta cualidad o característica? Piensa en una ocasión en la que tuviste que hacer algo, y lo hiciste sin esfuerzo con esta característica.**

* ¿Cómo te sentiste?
* ¿Cómo era tu postura corporal?
* ¿En qué estabas pensando?
* ¿Qué hiciste?
* ¿Cómo exudaste eso?
* Piensa en alguien que conozcas (famoso o no famoso) que encarne la característica. ¿Cómo exudan eso?
* Visualízalo.
* Encárnalo.
* Se

**HACER (Basado en comportamientos)** -

Una vez que se ha creado la nueva forma de ser (hemos superado la inercia de nuestras viejas creencias), comienzan a ocurrirnos posibles cursos de cambio de comportamiento accionables, y se nos llama poderosamente a la acción, impulsándonos (¡sí, por el impulso!) hacia el futuro y hacia el logro de nuestros objetivos basados en resultados.

**TENER (Basado en resultados)** -

Cuando resuelvas las dos primeras preguntas sobre **SER** y **HACER**, el **TENER** final se resolverá solo. Ya sabes lo que quieres **TENER.** Es solo cuestión de **CONVERTIRSE** en la persona que ya **TIENE** lo que quieres y que está **HACIENDO** las cosas que necesitas hacer, para **TENER** lo que quieres.

**SER. HACER. TENER**.

**Objetivo basado en resultados (objetivo a largo plazo):**

"Quiero llevarme mejor con mi familia".

**Objetivo basado en el comportamiento (objetivo a corto plazo):**

"Organizaré mi horario para llegar a casa a tiempo, todos los domingos para nuestra cena familiar semanal".

**Ser el Cambio (Ahora mismo) – Objetivo de Identidad/Creencia:**

"Estaré comprometido; Seré leal. Seré amoroso. Estaré atento; Seré realista".

COMBINAR OBJETIVOS BASADOS EN RESULTADOS, OBJETIVOS BASADOS EN EL COMPORTAMIENTO Y SER EL CAMBIO:

El siguiente ejemplo ilustrará la efectividad de las metas basadas en el comportamiento cuando se usan en conjunto con las metas basadas en resultados y las **metas de Ser (Identidad/Creencia)**.

Digamos que tenemos a una mujer llamada Sophia, que abrió su propio negocio de coaching el año pasado. Hasta hace poco, Sophia ha dependido en gran medida del boca a boca para la publicidad, y poco a poco ha ido aumentando su lista de clientes. Ahora, Sophia quiere conseguir tres o cuatro nuevos clientes cada mes para aumentar los ingresos de su negocio.

Sophia se reúne con un coach de negocios y aprende que, para "dar un paso adelante", tendrá que hacer cosas con las que se siente incómoda. Tendrá que asistir a eventos de gestión de redes (networking) y crear cuentas en las redes sociales. Hacer cosas a las que no está acostumbrada requerirá que **SEA** auto disciplinada.

*Sophia también es consciente de que va a tener que hacer estas cosas de forma repetida y constante para conseguir los nuevos clientes que harán crecer su negocio. Para Sophia, el miedo de mantener su negocio al mismo nivel, año tras año, es más doloroso que esforzar sus habilidades para hacer las cosas que necesita hacer para asegurar el crecimiento del negocio.*

*En esta situación, el* ***crecimiento del negocio*** *es el* ***objetivo cuantificable basado en resultados. Ir a eventos de networking*** *y* ***crear una presencia en las redes sociales*** *son dos de los* ***objetivos basados en el comportamiento*** *de Sophia, Aumentar* ***la autodisciplina y la consistencia*** *son dos de los* ***objetivos basados en el ser / identidad de Sophia****.*

*El objetivo basado en resultados es el* ***objetivo Alternativo Preferido Presente/Futuro Perfecto.*** *Es el premio final.*

*Los* ***objetivos basados en el comportamiento y el cambio de hábitos*** *son los que asegurarán que Sophia logre este resultado.*

*Las* ***metas basadas en el Ser / Identidad*** *harán posible que Sophia continúe eligiendo sus comportamientos de cambio de hábitos (logrando sus objetivos basados en el comportamiento) lo suficientemente consistentes como para llegar al final del arco iris (y más allá).*

*Por lo tanto, al trabajar con su entrenador, sabe que tiene que* ***SER*** *el* ***tipo de persona que implementará estos nuevos comportamientos.*** *Tiene que ser* ***autodisciplinada y ser constante.***

*Al fortalecer su propia práctica de autodisciplina y aprender a hacer las cosas una y otra vez de una manera más consistente, puede lograr cosas como asistir a eventos de networking, presentarse e intercambiar tarjetas de presentación. Podrá sentarse frente a su computadora y crear publicaciones para sus cuentas de redes sociales y su blog de coaching.*

***Al combinar el objetivo basado en resultados con objetivos específicos basados en el comportamiento y vincularlos a los objetivos de identidad / ser,*** *Sophia tiene muchas más posibilidades de lograr todos estos. Habrá desarrollado hábitos y habilidades positivas. Y lo que es más importante, habrá entrado (encarnado) en su deseada Identidad. Esto le servirá en muchas áreas diferentes de su vida, para muchas metas diferentes.*

*Con suerte, esta breve narración le habrá mostrado la belleza de combinar estas valiosas técnicas de "establecimiento de metas y logro". Utilizando los tres, sus posibilidades de éxito son mucho mayores que usando uno de ellos solo.*

***Ser:*** *autodisciplinado y constante*

***Hacer:*** *Asistir a eventos y crear presencia en las redes sociales*

***Tener****: Crecimiento del negocio*

PLANIFICACION DE ACCIONES

CÓMO ESTABLECER OBJETIVOS SMART BASADOS EN RESULTADOS:

**SMART** (por sus siglas en inglés) es un acrónimo que te recuerda las cinco facetas necesarias del establecimiento de objetivos. **Si se omite incluso uno de estos,** sus objetivos serán mucho más difíciles de lograr.

**(Specific) Específico:** ¿Qué vas a hacer? Usa palabras de acción

**(Mesurable) Medible:** ¿Hasta qué punto verá un cambio? ¿Cuánto? ¿Cuántos?

**(Attainable/Achievable) Alcanzable:** ¿Está dentro de su capacidad y control?

**(Relevant) Relevante:** ¿Está en línea con su visión personal?

**(Time-bound) Con límite de tiempo:** ¿Cuándo lo lograrás?

**Ejemplos:**

* Quiero pasar \_\_\_\_ **horas de tiempo de calidad con mi hijo cada semana**.
* Quiero inscribirme en una clase de "educación para adultos" **para el** 31 de diciembre de 2025.
* Quiero completar 3 solicitudes de empleo **por semana**.

CÓMO ESTABLECER OBJETIVOS BASADOS EN EL COMPORTAMIENTO:

1. Crea primero el objetivo más amplio basado en resultados.
2. Luego pregúntate: "¿Qué **hábitos positivos** tendré que crear para aumentar mis posibilidades de lograr este objetivo?" Las respuestas a esa pregunta serán tus nuevos objetivos basados en el comportamiento.
3. Luego pregúntate: "¿Y **quién necesito SER** para crear esos hábitos positivos?" **¿Quién se comporta de esa manera?"** – La respuesta a esas preguntas serán tus nuevos objetivos basados en el Ser / Identidad.

Con el establecimiento de metas basado en el comportamiento, la intención es crear un cambio positivo en sus hábitos o comportamientos, lo que aumentará sus posibilidades de lograr sus objetivos basados en resultados.

Puedes pensar en los objetivos basados en el comportamiento como un punto medio, un marcador de milla o un trampolín, en tu camino hacia tu resultado ideal.

Al anclar estos objetivos basados en el comportamiento en objetivos basados en el ser/identidad (fortalezas de carácter que se alinean con tus valores), te aseguras de que continuarás implementando tus objetivos basados en el comportamiento, incluso frente a la fatiga y la frustración.

Pero hay una consecuencia positiva no deseada de hacer esto. Mientras cambias tus comportamientos, tus hábitos positivos recién cimentados continuarán emitiendo votos a favor de la identidad que deseas encarnar. Esto creará un cambio positivo en muchas áreas diferentes de tu vida, ¡algunas de las cuales no tienen nada que ver con tu objetivo final inicial! Y esta es la belleza de aprender a utilizar los **objetivos basados en el Ser / Identidad** para impulsar los **objetivos basados en el comportamiento** hacia el logro de **objetivos basados en resultados**.

**Para demostrar la técnica, aquí hay un ejemplo.**

Anna quiere aprender a hablar inglés para poder obtener un mejor empleo y oportunidades para ella y su familia. Obtener un mejor empleo y oportunidades para ella y su familia son sus objetivos más grandes basados en resultados. Se reúne con un coach y aprende que, para hacer esto, necesita cambiar los hábitos que le han impedido hacerlo. Se da cuenta de que necesita crear nuevos hábitos, tales como: tomar clases nocturnas de inglés en la escuela secundaria local, practicar su inglés con hablantes nativos, ver la televisión en inglés, hablar con sus hijos en inglés y usar habilidades de afrontamiento cuando se siente frustrada o avergonzada.

1. Clase: Anna necesita asistir a la clase de ESL todas las noches hasta que termine el curso. Debe completar sus tareas y practicar inglés fuera del aula en cada oportunidad.
2. Práctica: Anna necesita ver la televisión/escuchar la radio, leer libros, hablar con hablantes nativos y hablar con sus hijos, en inglés, con la mayor frecuencia posible. Cuanto más lo haga, antes hablará con fluidez.
3. Cambio de creencias: Anna ha renunciado a practicar muchas veces cuando se ha sentido frustrada por no poder expresar sus pensamientos completamente en inglés. También se ha detenido cuando se ha sentido avergonzada por su acento y sus errores al intentar hablar inglés. Ella ha creído que esto la hace "parecer estúpida", y no ha querido ser vista como menos inteligente. Anna necesita ver que sus errores/acento no son señales de que ella es estúpida, así como el error de gramática/pronunciación de un niño al aprender a hablar son señales de que el niño es estúpido. Este es el proceso de aprendizaje de **cualquier** idioma para **todos** los estudiantes.
4. Habilidades de afrontamiento: Anna necesita incorporar habilidades de afrontamiento positivas, como:
   1. Respirar profundamente, sonreír, hacer una pausa y volver a intentarlo cuando comete un error.
   2. Decir lo que quiere decir en español y pedir la palabra que le falta cuando está frustrada en lugar de darse por vencida,
   3. Fomentar una amistad con un hablante nativo de inglés e "intercambiar" tutorías de idiomas con ella, para que ambos aprendan y ambos se rían de sus pasos de bebé.
   4. Encontrar traducciones al inglés de buenos libros que disfrutó en español, viendo películas en inglés con los subtítulos en español para ayudarla a aclimatarse al inglés, hasta que ya no los necesite.
   5. Celebrar con sus hijos cada vez que pase a un nuevo nivel en la clase de inglés.

Para que estos tres comportamientos cambien efectivamente las habilidades lingüísticas de Anna (lo que resulta en fluidez en inglés), Anna debe aplicarlos **REPETIDAMENTE**, durante un **período de tiempo lo suficientemente largo, incluso cuando no ve resultados de inmediato**. Esto requerirá **las fortalezas de carácter de: consistencia, disciplina y resiliencia**.

1. Consistencia: Anna necesita ser una persona coherente. Una persona coherente ejecuta los comportamientos objetivo a tiempo, cada vez que se ha comprometido a hacerlo. No empieza y se detiene, no falta a clase, no deja de practicar, porque está cansada, frustrada o avergonzada por el esfuerzo requerido. Esta consistencia la llevará a la fluidez.
2. Disciplina: Anna necesita ser disciplinada. Una persona disciplinada puede impulsarse a sí misma a cumplir con sus compromisos, incluso cuando preferiría no hacer el esfuerzo requerido. Esta disciplina le ayudará a hacer los deberes, a reunirse con su compañero de práctica, a ver la televisión en inglés incluso cuando no hay nadie en casa y a leer sus libros, aunque tenga que detenerse a buscar palabras en el diccionario, en tantas oportunidades como sea posible, con el objetivo de que sea al menos el 75-80% del tiempo.
3. Resiliencia: Anna necesita ser resiliente. Una persona resiliente se recupera de los contratiempos, se mantiene positiva frente a las dificultades y continúa resolviendo problemas bajo estrés. Si ella encarna la resiliencia, Anna elegirá usar sus habilidades de afrontamiento positivas cuando se sienta frustrada/avergonzada/desanimada. Se recordará a sí misma con sus afirmaciones, que sus luchas no son evidencia de que esté fracasando. Son la evidencia de que está aprendiendo. En lugar de renunciar, celebrará su esfuerzo, viendo cada esfuerzo como un voto por su nueva identidad como una persona bilingüe que puede abogar mejor por sí misma y su familia.

Anna trabaja con un coach en estos nuevos hábitos y crea un plan de acción que implementará. Su plan de acción describirá, en detalle, los cambios de hábitos positivos que cumplen con sus objetivos a corto plazo basados en el comportamiento.

Unos meses más tarde, Anna ha alcanzado el nivel de inglés de un niño pequeño promedio. ¡Son muchas palabras! Consigue un nuevo trabajo, con mejor salario. Organiza una fiesta con sus hijos y su red de apoyo. En un año, está hablando al nivel del estudiante promedio de 5º grado. ¡Esto es fantástico! Obtiene un ascenso en el trabajo, horas de tiempo completo y beneficios. Realmente celebra cuando se da cuenta de que pudo abogar por su hija en su examen físico anual, en inglés. Anna sabe que continuará practicando su inglés, aumentará su red de apoyo social, ampliará sus oportunidades y será un ejemplo de resiliencia, consistencia y disciplina para sus hijos por el resto de su vida.

**\*\*** **Escribe tu propio ejemplo basado en un cambio que hayas hecho o en un cambio común que tus clientes necesiten hacer. \*\***

CÓMO ESTABLECER OBJETIVOS INTELIGENTES BASADOS EN EL COMPORTAMIENTO:

**S- (Specific) Especifico**

Si bien las metas basadas en el comportamiento pueden ser más difíciles de cuantificar que las metas basadas en resultados, al enfocarnos en los comportamientos específicos que necesitan desarrollo o fortalecimiento, podemos ver que es posible definir claramente estos comportamientos. Por ejemplo, "Cerraré o apagaré todas las notificaciones electrónicas mientras trabajo en este proyecto", básicamente indica que el hábito de distraerse se frenará para lograr una mayor productividad.

**M – (Measurable) Medible**

Para ser eficaz, el camino hacia el logro de un objetivo debe poder medirse. En el ejemplo del párrafo anterior, la medida sería cuánto más del proyecto se puede lograr desactivando todas las notificaciones electrónicas.

**A –(Attainable) Alcanzable**

Quieres que tu objetivo basado en el comportamiento sea alcanzable, es decir, que no sea tan abrumador como para empezar a sentir que no puedes hacerlo. Eso frustra todo el propósito del ejercicio. Comienza con metas más pequeñas que sepas que puedes lograr, como cambiar positivamente un solo hábito y concéntrese en hacerlo de manera constante antes de intentar cambiar otros hábitos. Construye sobre estos pequeños éxitos y, antes de que te des cuenta, ¡también estarás logrando tus grandes objetivos!

***Considera el ejemplo de cambios del 1% de Atomic Habits***

**R – (Realistic) Realista**

Prepárate para el éxito desde el principio estableciendo metas que sean realistas para tu personalidad y tu estilo de vida. Cambiar tus comportamientos para lograr un objetivo nunca funcionará si no eres realista acerca de quién eres, de qué eres capaz y qué estás dispuesto a hacer. Comienza con cambios de comportamiento sencillos que sean fáciles de lograr y que se adapten a tu estilo de vida y personalidad. Una vez que los hayas dominado, puedes pasar a cambiar comportamientos que podrían ser más desafiantes para ti.

**T – (Time-based) Basado en el tiempo**

Darse un límite de tiempo para lograr un cambio de comportamiento específico a menudo puede estimular más acciones hacia ese objetivo. Pero hay una delgada línea entre muy poco y demasiado tiempo. Cambiar los patrones de comportamiento a menudo lleva tiempo, así que asegúrate de haberlo tenido en cuenta.

¡Al utilizar el acrónimo SMART al establecer objetivos basados en el comportamiento, es mucho más probable que los logres y tendrás formas medibles de verificar tu progreso!

**PLANIFICACIÓN DE ACCIONES:**

**Un objetivo es el *qué.* El plan de acción es *cómo***

*Sin el cómo, la meta no se alcanzará.*

* *La mayoría de las sesiones de coaching se dedicarán a revisar las acciones de la semana anterior y a elaborar estrategias para la semana siguiente.*
* *Los términos "objetivo a corto plazo" y "plan de acción" a menudo se utilizan indistintamente.*

**Pasos para la planificación de la acción:**

Lo mejor es seguir estos pasos en una sesión de coaching y crear un plan de coaching individual. Es posible que tenga que explicar ciertos conceptos al cliente, tales como: Objetivos basados en resultados, Objetivos basados en el comportamiento, SER el cambio, Objetivos SMART, Afirmaciones a confirmaciones, Programar objetivos

1. Con el resultado final /visión en mente, ayude a su cliente a crear un objetivo **SMART** basado en resultados. **(TENER)**
2. A continuación, ayude a su cliente a hacer una lluvia de ideas sobre los comportamientos que debe adoptar para llegar allí. **(HACER)**
3. Ahora, ayude a su cliente a identificar quién tiene que **SER** para **HACER** y así poder **TENER.**
4. Ayude a su cliente a hacer una lluvia de ideas sobre las personas y los recursos que lo ayudarán a alcanzar su objetivo.
5. Enumere los posibles obstáculos y ponga en marcha planes de contingencia.
6. Ayude a su cliente a crear afirmaciones y programar sus objetivos.
7. Ayude a su cliente a desarrollar conciencia de las pistas que confirmarán que está en el camino correcto.
8. Aumentar el compromiso del cliente.
9. Resuma y ponga en marcha un plan en el que ambos estén de acuerdo.
10. Revisar, revisar y reescribir el plan según sea necesario.

Ampliado

1. **Identifique un objetivo SMART basado en resultados:** teniendo en cuenta el resultado / visión final. Ayude a su cliente a crear un objetivo **SMART** basado en resultados.

**Coach:** Ahora que hemos identificado tu resultado ideal, convirtámoslo en un objetivo SMART de una sola declaración. (Pregúntele al cliente si sabe qué es SMART. Si no, explique).

* **¿Cuál dirías que es tu objetivo SMART?**

1. **Identificar los comportamientos que el cliente necesita adoptar.**

**Opciones de preguntas útiles / poderosas:**

* ¿Cuál es el comportamiento más natural que comenzarás **hoy** para acercarte a tu objetivo?
* ¿Cuál crees que es el **primer** comportamiento que debes adoptar para alcanzar este objetivo?
* ¿Cuál es **un** nuevo hábito que necesitas adoptar **ahora mismo** para alcanzar este objetivo?
* ¿Qué comportamiento comenzarás **esta semana** para acercarte a tu meta?
* ¿Qué se puede hacer **hoy** para ponerlo en marcha hacia su objetivo final?
* Recuerda: Un día y algún día no aparecen en tu calendario. En lugar de soñar con **un día**, haz que el cliente elija **día uno**.

**3. Identifique el SER:** ayude a su cliente a identificar quién tiene que SER para HACER y así poder TENER.

**Coach:** ¿Quién necesitas ser para implementar el nuevo comportamiento? ¿Qué te parece esta cualidad o característica?

Piensa en una ocasión en la que tuviste que hacer algo, y lo hiciste sin esfuerzo con esta característica.

* + - ¿Cómo te sentiste?
    - ¿Cómo era tu postura corporal?
    - ¿En qué estabas pensando?
    - ¿Qué hiciste?
    - ¿Cómo exudaste eso?

Piensa en alguien que conozcas (famoso o no famoso) que encarne la característica. ¿Cómo exudan eso?

**Visualízalo. Encarnarlo. Se.**

**4. Identificar los recursos a disposición del cliente.** "Tu mejor conocimiento te llevó a donde estás", dijo Raymond Aaron. Los nuevos conocimientos son esenciales para crear un cambio efectivo. Descubrir los comportamientos de otras personas que completaron este objetivo, los obstáculos que enfrentaron en su viaje y aprender cualquier consejo o sugerencia que tengan es una de las mejores maneras de garantizar el éxito en el logro de objetivos. Lee libros, investiga en línea, conéctate con aquellos que han alcanzado la meta que quieren alcanzar.

**Coach:** ¿Qué recursos e información conoces que te ayudarán a alcanzar tu objetivo?

**4. Identifique el sistema de apoyo actual del cliente.** Pídele al cliente que cree una lista de personas que lo apoyan a él y a sus sueños. Incluya a personas con las que puedan ponerse en contacto cuando se sientan deprimidos o a las que puedan llamar por teléfono para compartir su éxito. Haga que la información de contacto esté incluida en esta lista y haga que su cliente coloque esta lista donde sea fácilmente accesible.

**Coach:** ¿A quién consideras como parte de tu sistema de apoyo mientras trabajas hacia tu objetivo basado en resultados o tu objetivo basado en el comportamiento?

1. **Identificar los posibles obstáculos o trabas para alcanzar su objetivo basado en el comportamiento y hacer planes para lidiar con ellos.**

Reconocer el obstáculo y preparar un plan en caso de que surja es poderosamente motivador para el cliente. Los obstáculos que pueden ocurrir incluyen sentimientos de desánimo, no tener el equipo adecuado, etc.

**Coach:** ¿Qué ves como un posible obstáculo para lograr tu objetivo basado en resultados o en la implementación de tu objetivo basado en el comportamiento? ¿Qué podemos hacer al respecto?

**6. Crear nuevas creencias poderosas y precisas para apoyar el logro de su objetivo.** Para obtener la máxima efectividad, **todas** las afirmaciones deben ser:

1. Repetir tantas veces como sea posible.
2. Expresado en positivo. y
3. En tiempo presente (o pasado).

**Preguntas de los clientes:** ¿Cuál es una afirmación que puedes reafirmar y confirmar a diario que te llevará hacia tu objetivo? ¿Hay alguna frase que se te ocurra que empiece con "No puedo"? ¿Hay alguna creencia negativa que tengas que sea contraproducente para este proceso?

**Tenga en cuenta: ••• ¡No subestime el poder de las afirmaciones! Son la forma más efectiva de cambiar la autoestima de su cliente y cambiar la vida de su cliente.**

**7. Identifica cómo será la vida personal o profesional de tu cliente cuando se realice un cambio exitoso.**

Incluya sus sentimientos, emociones, estado financiero, etc. que experimentará y los comentarios positivos que otras personas harán sobre el cambio.

**Pregunta del cliente:** ¿Qué grandes cosas sucederán en tu vida si hicieras este cambio? ¿O cual sería tu vida si hicieras este cambio en un nuevo comportamiento?

**8. Aumentar el nivel de compromiso de tu cliente.**

Antes de que termine la sesión de coaching y después de que se haya acordado el objetivo a corto plazo para la semana, un coach eficaz tratará de asegurarse de que el nivel de compromiso del cliente para completar la(s) acción(es) sea sólido. Esto se puede hacer a través de preguntas:

**En una escala de 1 (nada) a 10 (totalmente comprometido), ¿qué tan comprometido está para completar este plan de acción esta semana?**

**¿Qué necesitarías para aumentar tu nivel de compromiso a una X (un nivel más alto)?**

**9. Identificar lo que sucederá si no se realiza el cambio.**

Cuanto más oscura y larga sea la lista sobre este tema, mejor. Esto actuará como una motivación adicional para trabajar para cambiar la vida, el negocio o la carrera de su cliente.

**Coach:** ¿Qué pasará si no cambias este nuevo comportamiento? ¿Si mantienes las cosas como están ahora?

NOTA: Preguntas necesarias del coach:

* ¿El plan propuesto está alineado con el objetivo a largo plazo del cliente?
* ¿Cuáles son los posibles obstáculos para lograr el objetivo?
* ¿Qué tan comprometido está el cliente con este plan?
* ¿Cómo sabremos si el objetivo se ha cumplido (cómo medimos el éxito)?

DE LAS AFIRMACIONES A LAS CONFIRMACIONES:

Después de crear un objetivo basado en resultados, un objetivo basado en el comportamiento y formas de ser es hora de crear afirmaciones para los nuevos comportamientos y las nuevas formas de ser.

* Las afirmaciones son declaraciones repetidas con el fin de reprogramar tu mente subconsciente.
* Tu mente subconsciente aprende a través de la repetición, así como a través de los **sentimientos detrás / significado de** las palabras que dices o los pensamientos que piensas y crees.
* Tu mente aprende a través de la repetición y las emociones.
* Cuando digas tus afirmaciones, no las digas sin pensar. Tienes que sentir la afirmación.
* No queremos decir afirmaciones que no tengan sentido y con las que no podamos conectar emocionalmente. Por ejemplo, decir: "Soy opulento". "Soy rico".
* Estas pueden ser afirmaciones sin sentido porque no creemos que sean verdaderas, por lo que no las sentimos. No tenemos ninguna emoción detrás de ellos.
* Es vital que realmente sientas las afirmaciones que repites, porque así es como tu mente subconsciente aprende, y cómo tu mente subconsciente te impulsará hacia adelante.
* Tienes que sentir y encarnar afirmaciones.
* Crea los tipos de afirmaciones que puedes ver confirmación, diariamente, a lo largo de tu vida.
* Buscar y encontrar la confirmación de sus afirmaciones cuando realiza sus rutinas diarias, ya sea en su totalidad o en parte; ya sea grande o pequeño.
* Las confirmaciones te ayudarán a ver las afirmaciones como verdaderas. Podrás creer lo que quieras creer sobre ti mismo porque estas cosas serán evidentes.
* Una vez que hayas superado la inercia en tus patrones de pensamiento habituales, tu mente subconsciente tomará el control (lograrás el impulso). Tu mente subconsciente creerá en la afirmación y te proporcionará el impulso para avanzar. Hará que estas nuevas creencias que estás afirmando salgan a la luz para ti.
* A lo largo de tu día vas a **buscar confirmaciones de tus afirmaciones y las encontrarás**. Tu mente subconsciente te ayudará a encontrarlos.
* Por ejemplo, si dices: "En nuestra familia, nos amamos y nos cuidamos los unos a los otros". Busca confirmaciones de eso a lo largo del día, y aparecerán.

Ejemplos de Afirmaciones:

"Me amo a mí mismo y tomo decisiones que expresan mi amor por mí mismo".

"Al practicar la atención plena, abro mi conciencia a las muchas opciones y recursos disponibles en cada momento".

"Me tomo el tiempo para considerar mis opciones, recursos y apoyos disponibles frente a los desafíos".

"Escucho y confío en mi voz interior".

"Escucho y confío en mis instintos".

"Mi red de apoyo es fuerte y está creciendo".

"Mi negocio está creciendo, expandiéndose y prosperando".

"Mi voluntad de trabajar por lo que quiero no tiene límites".

"Soy capaz de maximizar mi potencial".

"Mis emociones existen para mi protección".

"Con gratitud enfrento y siento mis emociones para poder aprender las lecciones que están tratando de enseñarme".

"Mis pensamientos están llenos de positividad".

"He abandonado mis viejos hábitos y adopto otros nuevos y más positivos a diario".

"La energía creativa surge a través de mí y me lleva a ideas nuevas y brillantes".

"Mi vida es abundante. Tengo mucho por lo que estar agradecida".

"Me tomo un tiempo todos los días para reconocer y expresar gratitud por mis bendiciones".

"Mucha gente me admira y reconoce mi valía".

"Reconozco mi propia valía".

"Confío en mi capacidad de crecimiento y superación personal".

"El fracaso no me define, me enseña".

"Incluso en los momentos más difíciles, estoy aprendiendo y creciendo".

"Yo soy Poderoso."

"Soy indestructible".

\*\*Recuerda que las afirmaciones deben ir con el objetivo. \*\*

Consejos para el uso eficaz de las afirmaciones:

* Diga sus afirmaciones cuando haya resistencia consciente. Tendemos a decir afirmaciones cuando nos enfrentamos al problema. Por ejemplo, supongamos que estás a punto de dar un discurso y tienes una afirmación: *"Soy un orador poderoso"*. Lo que la mayoría de la gente tiende a decir es esto cuando se sube al escenario para hablar, cuando siente más miedo. Esto no es útil. Tu mente subconsciente y tu cuerpo se resistirán a creer en la afirmación.
* Cuanto más tengas que trabajar para hacer o no hacer algo, más resistencia inconsciente experimentarás. Tu mente inconsciente comenzará a juzgar/temer/dudar/avergonzar tu esfuerzo/progreso. Tu mente inconsciente estará en conflicto con tu mente consciente (que eligió el cambio). En estos momentos, tendrás que sentir las emociones incómodas, reconocerlas, respirar a través de ellas y seguir adelante a pesar de ellas. Recuerda que tu mente está tratando de protegerte de chocar contra la pared y experimentar el fracaso. Supone que te lastimarás. Si puedes proceder de todos modos, entonces la experiencia que adquieras ayudará a que este proceso de miedo/duda/juicio se reduzca/elimine con el tiempo. Le enseñarás a tu mente a respetar/confiar en tu capacidad para seguir adelante de manera segura.
* **Los mejores momentos para decir afirmaciones** son temprano en la mañana y tarde en la noche, cuando tu mente consciente está más relajada.
* **El momento más efectivo para reprogramar tu mente subconsciente** es cuando estás en la cama a punto de quedarte dormido. Cuando estás en ALFA - relajado, en THETA - somnoliento y meditativo. Este es el momento en el que comienzas a cambiar completamente a tu mente subconsciente.
* Diga sus afirmaciones en estos momentos, visualícelas y dígalas con sentimiento. Siente las afirmaciones en tu cuerpo para que tu mente subconsciente pueda captarlas**. Sugerencia: Siente gratitud por esta afirmación, ya que ya es una realidad.**

PROGRAMACIÓN DE LOS OBJETIVOS:

La programación es un término informático que describe acertadamente lo que sucede cuando introducimos un objetivo en la red de nuestras mentes. Le damos a nuestra mente la meta y luego la programamos para lograr esa meta. Nuestra mente funciona entonces como una antena de radio, atrayendo a nuestra conciencia todo lo que hay en nuestro entorno interno y externo que resuena en esa frecuencia. Las siguientes son 7 técnicas de programación efectivas que asegurarán que elijas las melodías que deseas escuchar.

**Afirma lo que quieres**

Afirmar lo que quieres significa declarar tu objetivo en tiempo presente como si ya lo hubieras logrado. La mente subconsciente realiza cualquier acción necesaria para cumplir con la afirmación. Las afirmaciones deben ser positivas, realistas y confirmables a diario. Todos los triunfadores sobresalientes de la vida usan afirmaciones. El campeón mundial de boxeo Muhammed Ali dijo: "Soy el más grande". El compositor Ludwig van Beethoven dijo: "Sé que soy un artista". Has estado usando afirmaciones toda tu vida, ya sea que fueras consciente de ellas o no, ya fueran positivas o negativas.

**Visualízalo**

La visualización significa verte a ti mismo con el ojo de tu mente, habiendo logrado tu objetivo. El secreto de la visualización es hacerlo con tanto detalle, y con todos tus sentidos, que estés completamente allí.

**Oprah Winfrey** ha hablado sobre el uso de la visualización para lograr sus objetivos, mencionando a menudo el poder de los tableros de visión.

**Michael Phelps** (nadador olímpico conocido por sus detalladas prácticas de visualización durante los entrenamientos) se imaginó a sí mismo ganando carreras.

**Steve Jobs** (el cofundador de Apple) era conocido por su pensamiento visionario y su capacidad para visualizar productos innovadores

**Asocia tu objetivo con las recompensas**

Asocia tu objetivo con algo que deseas, intrínseco o extrínseco, y te sentirás motivado hacia ello. Alternativamente, asocia el no lograr tu objetivo con algo que no quieres, como la pérdida de dinero o el dolor físico, y te recordarás a ti mismo lo que debes evitar.

**Estos dos sentimientos, el placer y el dolor, son poderosas fuerzas de programación.**

**Actúa como si**

Cuanto más actúes como si ya hubieras logrado lo que quieres, más probabilidades tendrás de lograrlo. Es a lo que se refería tu mentor cuando te aconsejó que "te vistas para el trabajo que quieres, no para el trabajo que tienes". **La mente subconsciente no puede diferenciar entre la realidad real y la imaginación.** Simplemente creerá que ya has logrado tus objetivos.

**Depura con un diálogo interno positivo**

Al igual que un programa informático se infecta ocasionalmente con virus y errores, su propia programación de establecimiento de objetivos puede infectarse con contratiempos, dudas y sentimientos de fracaso. Es entonces cuando necesitas un programa mental antivirus para deshacerte de los errores. Uno de esos programas es la **Sugestión Positiva. Reemplaza constantemente tus predicciones/pensamientos negativos por otros positivos y recuérdate a ti mismo tu progreso**: "Cada día, en todos los sentidos, me estoy acercando más y más a mis metas".

**Déjalo en paz**

Una vez que introducimos nuestros objetivos en nuestra mente subconsciente, es muy importante que dejemos que nuestra mente continúe con el trabajo sin nuestra interferencia. ("Configúralo y olvídalo") La mente consciente es como el operador de la máquina, mientras que el subconsciente es la máquina misma. Esto significa que tienes que soltar y resistir la tentación de analizar o comprobar constantemente cómo te va.

**Ora con gratitud sincera**

Las oraciones son una forma de programación que las personas han practicado durante siglos. Pero con una diferencia importante con respecto a otros tipos de programación. Además de verbalizar o interiorizar algo que quieres, das gracias como si ya lo poseyeras. Tal gratitud te conecta con un poder más poderoso del que posees y desata grandes fuerzas que trabajan a tu favor.

***\*\*Cuando practicas estas técnicas de programación para lograr tus objetivos, siempre y cuando sean realistas y además te comportes de acuerdo con ellos, los conseguirás.***

***Así es como has logrado todos los resultados que estás viviendo ahora mismo. \*\****

**Charla de cambio Vs Charla de conservación**

**Ambivalencia:** cuando nos encontramos en la encrucijada del cambio de comportamiento, a menudo experimentamos ambivalencia, la experiencia exclusivamente humana de querer y no querer algo, simultáneamente. En este momento, nuestro diálogo interno presenta argumentos a favor y en contra del cambio en cuestión. La parte del argumento que apoya hacer el cambio se llama Charla de cambio (Change Talk). La parte del argumento que apoya el statu quo -no cambio- se llama Charla de conservación (Sustain Talk). Hasta que el cliente resuelva sus razones para mantener el statu quo, ambos lados del argumento continuarán siendo explorados en su mente. Tenga cuidado de no dar consejos o presentar argumentos a favor del cambio. Si pasas demasiado tiempo tomando este lado de la discusión, no le dejarás a tu cliente otra opción que tomar el lado opuesto, que es el lado de permanecer igual.

**La ambivalencia a menudo es causada por una discrepancia entre los valores y las acciones de un individuo.** Un cliente puede valorar la salud y el estado físico, pero pensar que no hay suficiente tiempo para ser más activo físicamente. Esto da como resultado un desajuste entre dónde está el cliente y dónde quiere estar. Parte del trabajo del coach es ayudar al cliente a ver que los patrones actuales entran en conflicto con sus valores u objetivos de salud. En MI se hace esto con mucho cuidado, utilizando una postura curiosa, respetuosa y sin prejuicios.

**Es probable que la motivación para el cambio aumente cuando el cliente reconoce que hay una discrepancia entre una elección actual y una meta personal.**

Si tu cliente ha acudido a ti en busca de ayuda para hacer un cambio, puedes utilizar las habilidades de entrevista motivacional para ayudarle a aumentar el discurso de cambio y a disminuir el diálogo sostenido.

**Hablar de cambio**: se refiere a las declaraciones que hace el cliente que identifican un enfoque de cambio específico y una dirección para el cambio. Los coaches pueden ayudar a sus clientes a resolver su ambivalencia sobre el cambio respondiendo selectivamente a lo que la persona dice sobre hacer el cambio.

Ejemplos de charla sobre el cambio:

"Quiero hacer este cambio".

"Soy capaz de hacer este cambio".

Tengo buenas razones para hacer este cambio".

Voy a hacer este cambio".

Estoy listo para hacer este cambio".

Ya he empezado a tomar medidas para hacer este cambio".

El coach busca oportunidades para reforzar la exploración de la persona de su propio discurso de cambio y guía la conversación hacia la exploración de la persona de su propio compromiso de hacer el cambio. Los coaches que utilizan la MI evocan hábilmente el discurso de cambio, reconocen el discurso de cambio cuando ocurre y saben cómo responder de manera que construya el discurso de cambio de la persona.

**Charla de conservación –**

Al orientar hacia la resolución de la ambivalencia sobre un cambio que una persona está contemplando, los practicantes de MI evitan fortalecer la conversación sobre mantener las cosas igual (Charla de conservación).

**Ejemplos de charla de conservación incluyen:**

"No quiero hacer este cambio".

"No soy capaz de hacer este cambio".

"No debería tener que hacer este cambio".

No tengo buenas razones para hacer este cambio".

"No haré este cambio".

"No estoy listo para hacer este cambio".

Ya he empezado a tomar medidas para no hacer este cambio".

Los practicantes de MI reconocen el diálogo sostenido cuando ocurre, buscan entender cómo el diálogo sostenido se relaciona con las preocupaciones de la persona sobre el cambio que se está considerando, y responden al diálogo sostenido de manera que lo suavice. El objetivo aquí es reducir la sensación de que la persona se siente atrapada al ser empujada en dos direcciones y, en cambio, apoyar el enfoque de la persona en cómo podría avanzar.

**HOJA DE CÁLCULO DE BALANCE DE DECISIONES**

**Visualiza tus opciones**

Pensar en los pros y los contras de cambiar y no hacer un cambio es una forma de ayudarnos a asegurarnos de que hemos considerado completamente los diversos aspectos de nuestra decisión.

**Instrucciones:**

A continuación, identifique primero el cambio que está considerando realizar. En seguida, escribe las razones que se te ocurran en cada una de las casillas. A continuación, observa el panorama general. Háblalo con tu entrenador y pídele que te dé su opinión. Por último, utilice esta información para tomar la mejor y más saludable decisión.

**Nota:**

Este ejercicio da como resultado una representación visual de tu ambivalencia. Cuando hayas terminado, podrás ver claramente tanto tu charla de cambio como tu charla de conservación. Lee todas las razones que anotaste en los recuadros sombreados en amarillo. Estas razones son tu charla de cambio: son todas las razones que se te ocurren para hacer el cambio. Lee todas las razones que anotaste en los cuadros sombreados en verde. Estas son tus Charla de conservación. Son todas las razones que tienes para quedarte como estás, no para hacer el cambio. Pregúntate: ¿cuánto deseas este cambio? Si esto es algo que definitivamente quieres, puedes hacer lo siguiente:

**Echa un vistazo a las razones de la charla de conversación:**

1. Estos te están señalando los obstáculos a los que te enfrentarás, los lugares en los que te quedarás atascado en tu camino hacia este cambio.
2. Haga planes sobre cómo superar estos problemas. ¿Necesitas recursos? ¿Apoyo? ¿Habilidades de afrontamiento? ¿Algo más?
3. ¿Qué objetivos puedes sacar de ellos?

**Echa un vistazo a las razones de la Charla de cambio:**

1. Estos te están señalando hacia tu motivación y disposición para el cambio.
2. Hacer afirmaciones a partir de estas razones.
3. Úselos para notar qué Valores / Fortalezas de Carácter están señalando. ¿Ya posees estas fortalezas? ¿Necesitas mejorarlos?
4. ¿Qué objetivos puedes sacar de ellos?

**El cambio que estoy considerando es:**

**Beneficios/Ventajas** **Costos/Contras**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

**Hacer**

**un**

**Cambio**

**No**

**Hacer**

**un Cambio**