

VCS Wellness Coaching

Entrenamiento de Voluntarios– Semana 8

Considera a tus clientes a través de esta lente:

- En base a lo que conoces de tu cliente, ponte en su espacio mental.
 - ¿Como responderías a estas preguntas? (respondiendo como tu cliente)
- En base a lo que sabes de tu cliente, ponte en tu espacio mental como coach.
 - ¿Como responderías a estas preguntas? (respondiendo tú mismo como el coach)
- En base a las respuestas que das. ¿Como abordarías tus sesiones de coaching con este cliente?
- ¿Qué preguntas harías?
- ¿Como podrías necesitar modificar tus preguntas?
- ¿Qué herramientas utilizarías?

Cómo guiar a otros hacia el éxito – Jack Canfield

► <https://youtu.be/qArnG6a-FzY?list=PL8U-uNuoTwBUuiw4To1GfQ-kwG6ClAt8S>



Preguntas de Jack Canfield - La sesión de situación difícil / Problemática

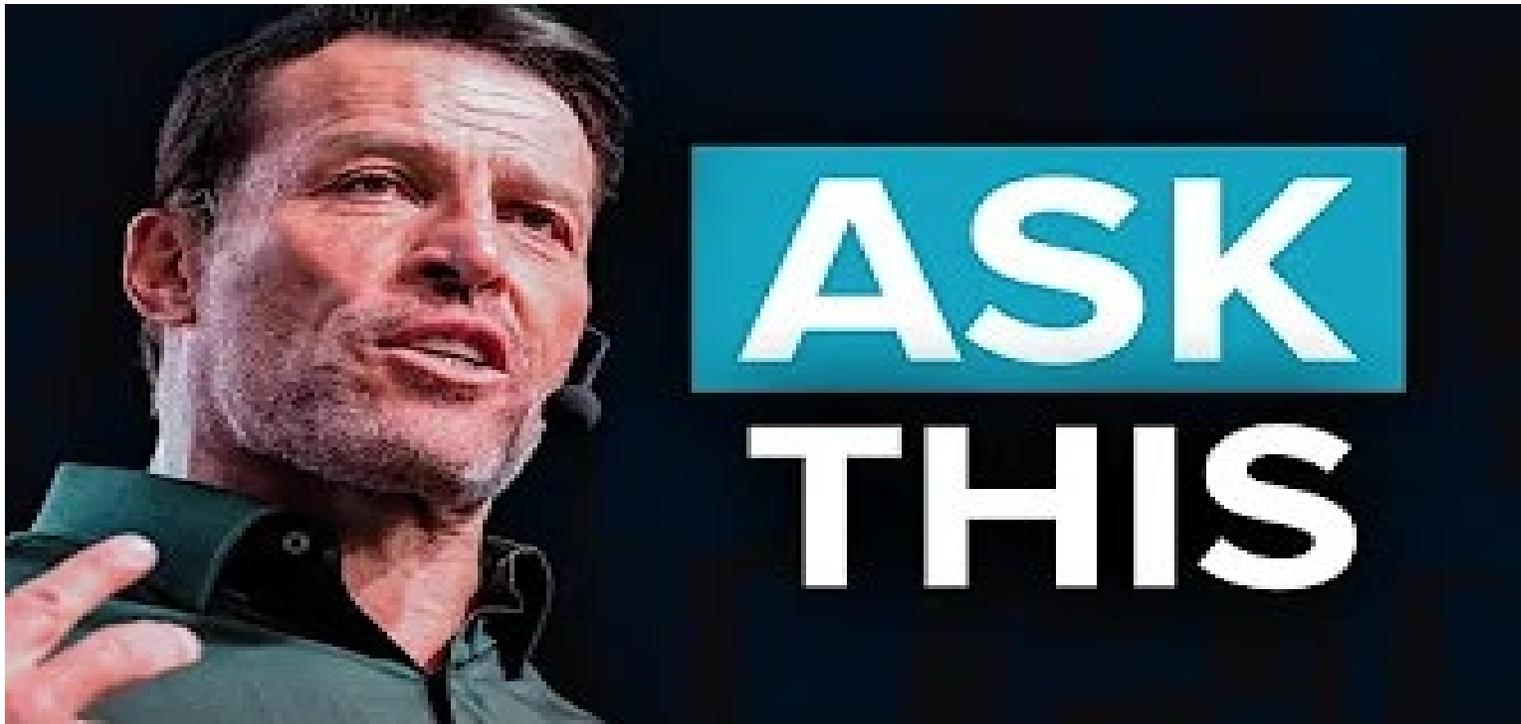
- ▶ 1. “¿Cuál es una situación difícil o problemática en tu vida?” (Molestia Presente)
- ▶ 2. “¿Cómo lo estas creando o permitiendo que suceda?” (Asumiendo la responsabilidad)
- ▶ 3. “¿Qué finges no saber /ver?” (La creencia del coach de que el cliente tiene la información necesaria para cambiar)
- ▶ 4. “¿Cuál es la recompensa por mantenerlo como esta?” (Charla de conservación)
- ▶ 5. “¿Cuál es el costo de NOT cambiar?” (Charla de cambio)
- ▶ 6. “¿Qué preferirías estar experimentando?” (Alternativa preferida presente)
- ▶ 7. “¿Qué acciones tomará/solicitudes hará para obtenerlo?” (Formación de un plan con pasos de acción y embalaje: recursos/apoyos)
- ▶ 8. “¿Para cuándo comenzara esa acción?” (Los plazos proporcionan estructura/establecen un plan de rendición de cuentas)

Considera a tus clientes a través de esta lente:

- En base a lo que conoces de tu cliente, ponte en su espacio mental.
 - ¿Como responderías a estas preguntas? (respondiendo como tu cliente)
- En base a lo que sabes de tu cliente, ponte en tu espacio mental como coach.
 - ¿Como responderías a estas preguntas? (respondiendo tú mismo como el coach)
- En base a las respuestas que das. ¿Como abordarías tus sesiones de coaching con este cliente?
- ¿Qué preguntas harías?
- ¿Como podrías necesitar modificar tus preguntas?
- ¿Qué herramientas utilizarías?

Tres preguntas que lo cambiaran todo

- ▶ <https://youtu.be/43RL-kSEEyQ?list=PL8U-uNuoTwBUuiw4To1GfQ-kwG6ClAt8S>



Preguntas de Tony Robbins – 3 Preguntas que lo cambiaran todo

1. “En que te vas a enfocar?”

- ▶ Enfoque = Sentimiento
- ▶ Cualquier cosa en la que te enfoques se convierte en verdad para ti.
- ▶ La mayor parte de lo que hace tu cerebro es: **Distorsionar, Borrar, Generalizar** – Simplifica la vida.
- ▶ **Tres Patrones de Enfoque: ¿Cuál de cada patrón es el más dominante para ti?**
- ▶ ¿Te enfocas en **lo que tienes** o en **lo que te falta**?
- ▶ ¿Te enfocas en **lo que puedes controlar** o **lo que no puedes controlar**?
- ▶ ¿Te enfocas en **el pasado, el presente, o el futuro**?

3 Preguntas que lo cambiaran todo, continuación...

2. “Que significa esto?”

En el momento en que te enfocas en algo, tienes que darle un significado.

- ▶ ¿Es este el final o el principio?
- ▶ ¿Dios te está castigando, desafiando o es esto un regalo?
- ▶ En función del significado que le des, tendrás emociones específicas.

3. “Que voy a hacer al respecto?”

- ▶ En función de las emociones que hayas creado, te inspiraras para realizar diferentes acciones.

Hablemos de tus preguntas de Coaching:

- ▶ ¿Qué quiere discutir sobre cómo ayudarse a sí mismo, a un amigo, a un ser querido o a un cliente, utilizando sus habilidades de asesoramiento y coaching.

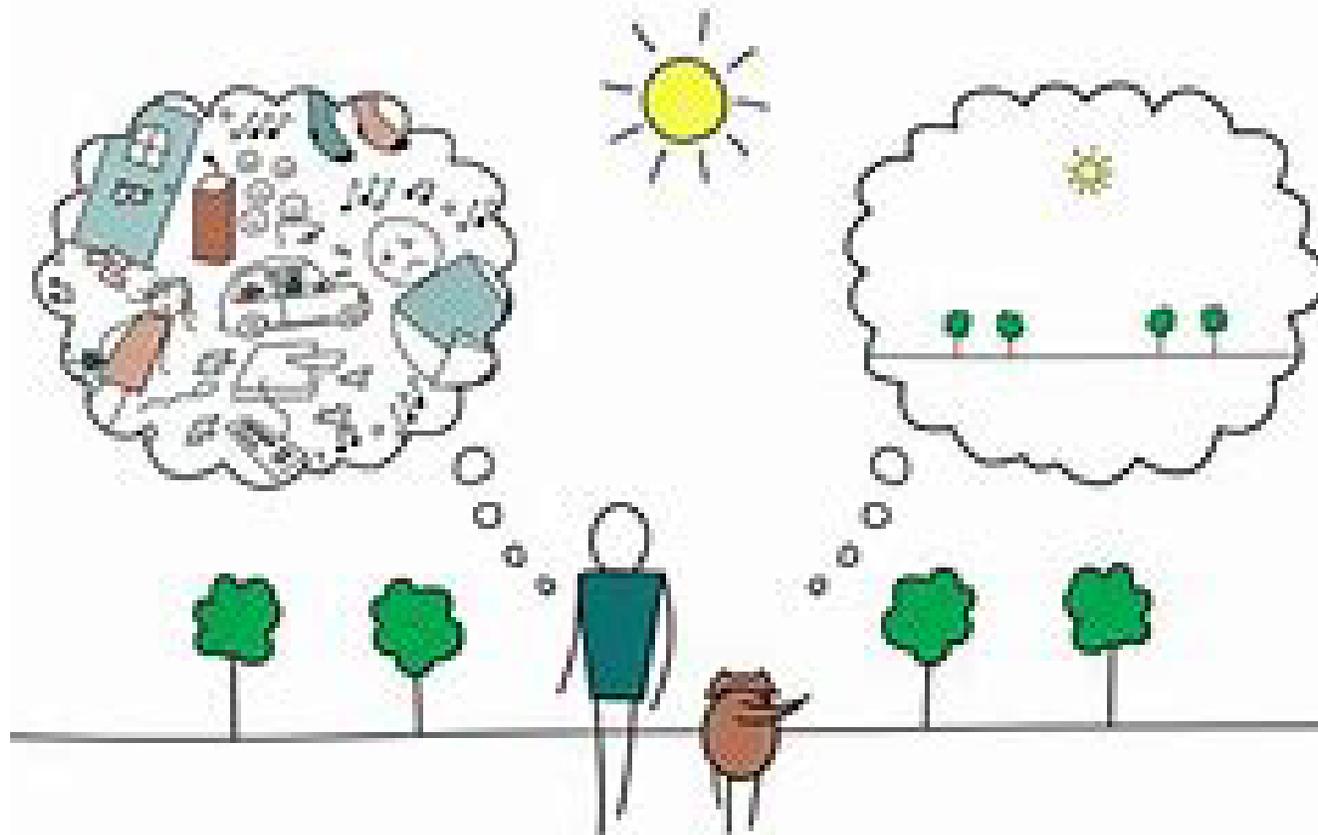
Lo que sigue a esta diapositiva son las diapositivas más importantes de las lecciones 3 a 7, para refrescar los recuerdos sobre lo que ahora sabe y puede usar.

Usa la atención plena para mantener al cliente
enfocado en el ahora



Enseñar mindfulness por la misma razón

Mantenerse sin juzgar con los pies en la tierra y presente en su cuerpo/entorno/conversación...

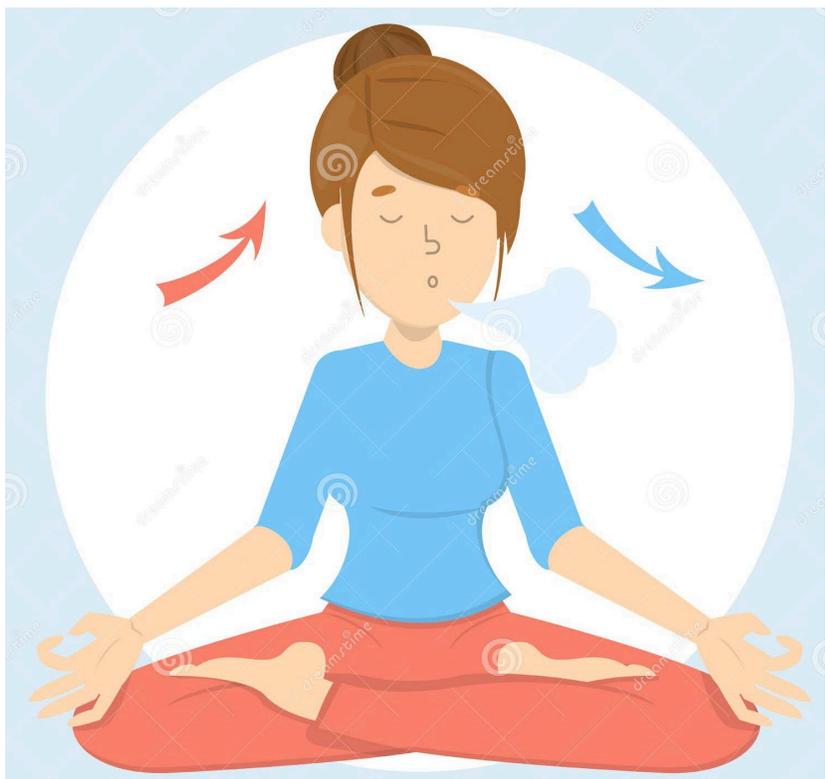


Mind Full, or Mindful?

(mente llena o consciente)



Respiración de Caja



4



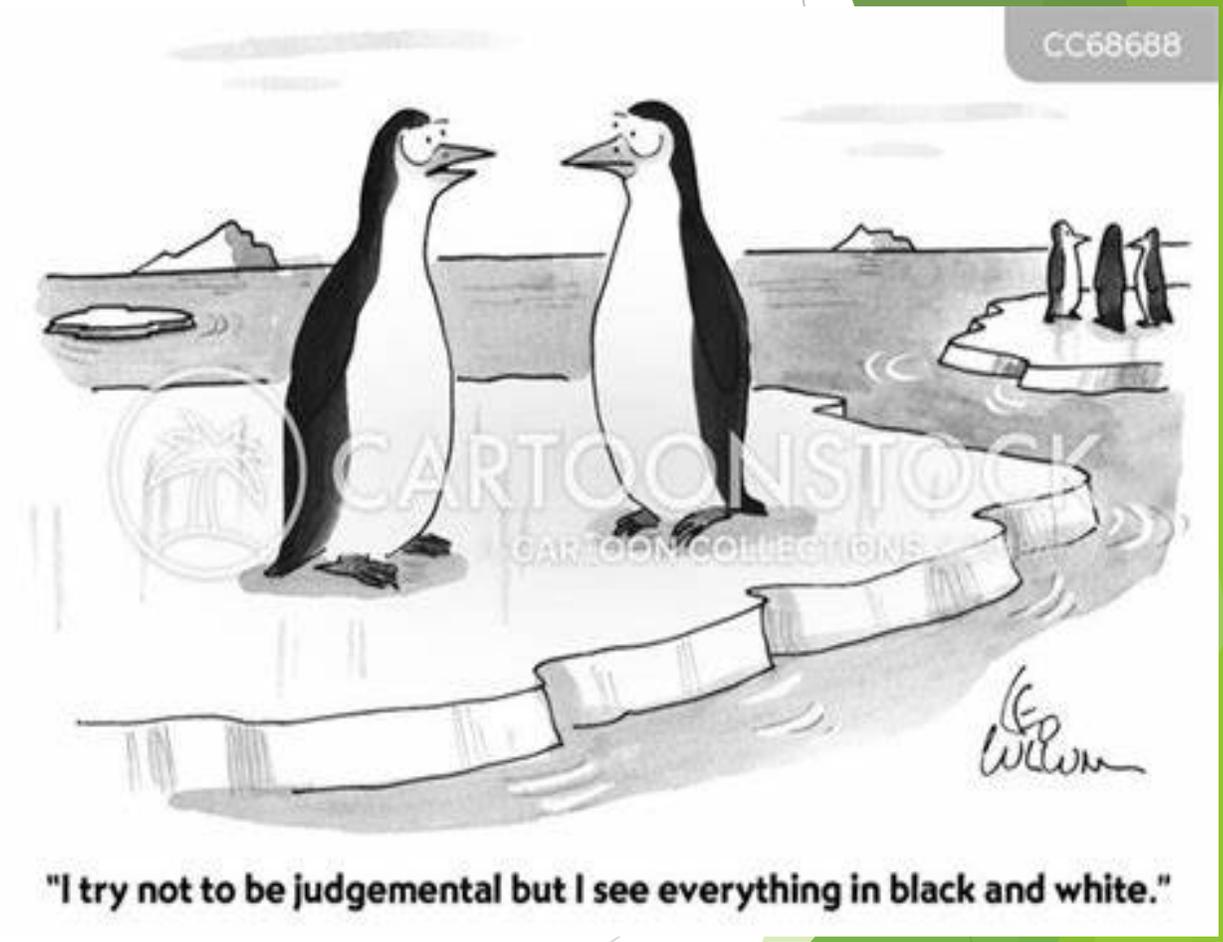
4

4

4

Conciencia sin prejuicios

Curiosidad





Enfoque: (Destacado)

Mostrar la conversación de una manera que destaque un área de su trabajo con el cliente

Dode estas tu ahora?

¿Como llegaste aqui?



Cuando las emociones se involucran - inspiran a la acción...

- ▶ Tu mente **no** evolucionó para hacerte feliz. Evolucionó para **mantenerte a salvo/con vida**. Tu mente está constantemente escaneando tu entorno en busca de amenazas y produciendo formas de ayudarte a evitarlas. Siempre se pregunta: "¿Qué está pasando?" o "¿Qué es esto?", y luego "¿Qué significa eso para mí?" "¿Estoy a salvo? ¿Puedo manejar esto y estar bien?"
- ▶ Como una **máquina de crear significado**, tu mente está constantemente **juzgando**, todo. La evaluación es en gran medida automática. En una fracción de segundo, nos formamos una opinión sobre alguien que acabamos de conocer.
- ▶ Nuestras mentes pueden **percibir un nuevo estímulo, comparar esta información a cualquier información similar almacenada en la memoria, considerar la relevancia de esta información para nosotros en el momento, evaluar nuestra capacidad para hacer frente al estímulo – formar un juicio, y decidir un curso de acción/respuesta – al instante y sobre todo sin que nos demos cuenta.**
- ▶ Cuando un juicio/pensamiento es importante (Conectado a una creencia; Basado en la seguridad) **la mente enlista emociones** – para ayudarnos a inspirarnos a la acción

Meaning making and making a life

✓ **Creencia / Identidad**



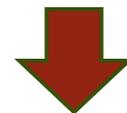
✓ **Pensamientos**



✓ **Emociones**



✓ **Conductas**



✓ **Resultados**



Meaning making and making a life

✓ **Creencia / Identidad**



✓ **Pensamientos**



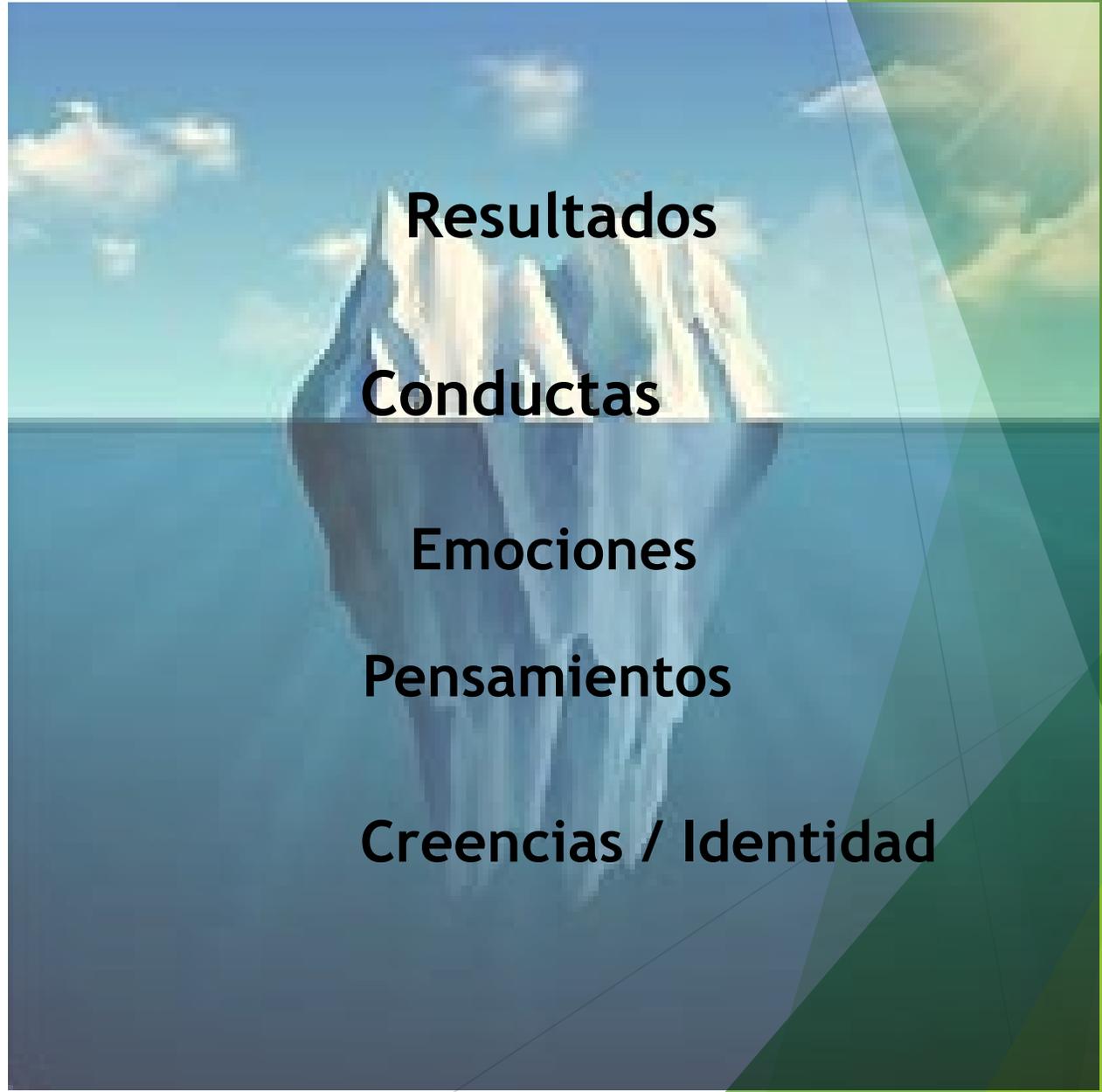
✓ **Emociones**



✓ **Conductas**



✓ **Resultados**



Que viene primero?



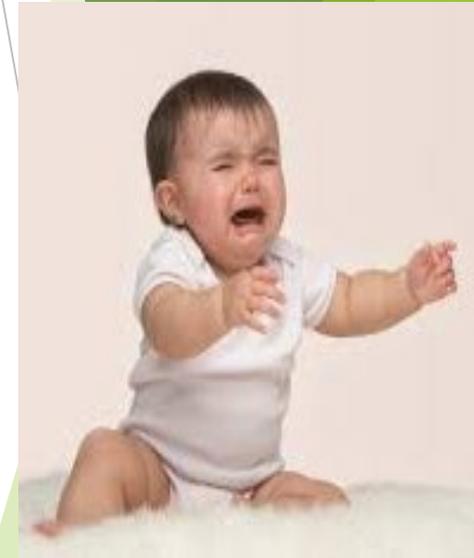
Creencias y Pensamientos

- ▶ **Identidad:** Podemos definir ampliamente la identidad como el sentido de si mismo de una persona, establecido por sus características, creencias, afiliaciones, rasgos de personalidad, apariencia y roles sociales únicos. Además, la identidad tiene continuidad. Uno siente que es la misma persona a lo largo del tiempo a pesar de los muchos cambios en sus roles, circunstancias, edad y apariencia.
- ▶ **Creencias:** Son pensamientos que aceptas como reales o que haces realidad. Las personas depositan confianza, fe y seguridad en sus creencias, por lo que a menudo se sienten obligadas a defenderlas.
- ▶ **Pensamientos:** Son ideas u opiniones producidas por el pensamiento o que ocurren repentinamente en la mente (ya que cualquier número de cosas pueden desencadenarlas repentinamente).

Puedes tener miles de pensamientos pasando por tu mente, pero ninguno tiene ningún poder sobre ti, excepto aquellos que también son creencias para ti.

Las emociones apuntan a tus pensamientos

- ▶ **Ira** – Es una emoción protectora. Te dice cuándo has decidido que uno de tus límites (físicos, sociales, emocionales o espirituales) se está cruzando. La ira exige que te defiendas. Sin embargo, a menudo también funciona para proteger un ego frágil, lo que puede implicar culpa, vergüenza y ansiedad. Una técnica para reducir la ira es hacerla innecesaria mejorando la autoestima reforzando los valores personales. (Si tu ego se lastima con menos facilidad, hay menos por qué enojarse).
- ▶ **Tristeza** – El rechazo o la pérdida duelen. El propósito de la tristeza es hacernos saber que hemos experimentado una pérdida. Nos dice que necesitamos llorar y buscar a aquellos que nos aman y nos apoyan. Nos recuerda lo que importa. También es prosocial. Esto significa que inspira a otros a consolarnos y apoyarnos. (Gracias a la empatía que se activa cuando ven nuestra tristeza).
- ▶ **Miedo** – Percibe una amenaza clara y presente a su seguridad física o psicológica. La amenaza está CERCA. El miedo te hace saber que estás en peligro para que puedas evitarlo.
- ▶ **Ansiedad** – Apunta a su reconocimiento de una amenaza futura / posible.
- ▶ **Disgusto** – Sientes algo tóxico (ya sea algo que podrías ingerir física o socialmente). El asco te dice que lo evites. Evita que te envenenen, literalmente o emocionalmente/socialmente.



Frustracion

- ▶ Cuando te sientes frustrado, lo estás reconociendo **algo que estas haciendo no está funcionando**.
- ▶ Frustracion **te pide encontrar otro camino**.
- ▶ Debido a que tu enfoque es limitado, incluso podrías pensar que lo que estás haciendo es la única manera de manejar el problema.
- ▶ **Intente usar esta construcción** consigo mismo o cuando estés coaching, para ampliar su enfoque y replantear un problema irresoluble a uno con la posibilidad de resolución:
- ▶ El problema real **NO** es _____. El problema real **ES** _____.



Entendiendo mejor las emociones

- ▶ La ira, la tristeza, el dolor, la frustración, la ansiedad, el estrés, el aburrimiento, el miedo y el dolor se consideran generalmente emociones "negativas". Para ser más precisos: las llamaremos emociones "difíciles" o "incómodas". Son difíciles/incómodas de sentir. **No nos gusta sentir estas emociones y, a menudo, hacemos todo lo posible para negarlas/ignorarlas/evitarlas/distraernos cuando surgen.**
- ▶ **Estados emocionales agudos:** son aquellos que eventualmente se resolverán y, a menudo, son situacionales.
- ▶ **Estados emocionales crónicos:** son más graves y se forman a lo largo de un período de tiempo. Los coaches pueden trabajar con personas en estados emocionales crónicos, pero es mejor si estos clientes también trabajan con profesionales de la salud mental con licencia.

Las emociones afectan tu salud

La conexión mente/cuerpo es real. Ignóralo bajo tu propio riesgo.

Los siguientes pueden ser signos físicos de que su salud emocional está desequilibrada:

- ❑ Dolor de espalda/pecho, dolores y molestias generales, dolores de cabeza
- ❑ Cambios en el sueño, el apetito o el peso (más o menos)
- ❑ Dificultades gastrointestinales (diarrea, estreñimiento, malestar estomacal)
- ❑ Sudoración, Aturdimiento, Palpitaciones, Boca seca
- ❑ Cuello rígido
- ❑ Fatiga
- ❑ Disminución de la respuesta inmunitaria: es más probable que contraiga resfriados/infecciones
- ❑ Presión arterial alta, dificultad para respirar
- ❑ Problemas sexuales

Emociones de alto rendimiento

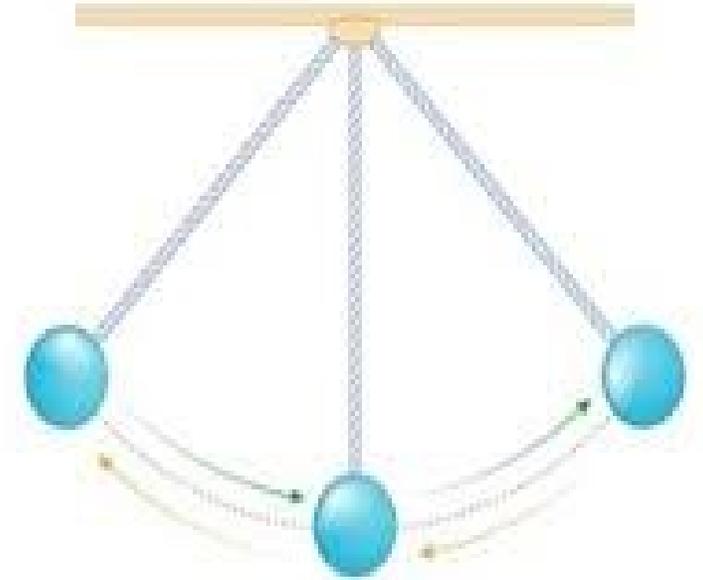
- ▶ Todas las emociones son válidas y útiles (nos proveen con información importante).
- ▶ Algunas emociones te ayudan a desempeñarte mejor en el trabajo/la escuela. Ex: Entusiasmo, Confianza, Optimismo/Esperanza, Excitación..
- ▶ **Emociones de alto rendimiento** Aumentar los niveles de excitación (energía) sin dejar de mantener Enfoque amplio y abierto (la capacidad de tu mente para ver opciones/recursos/respuestas en la situación/entorno).
- ▶ **Enfoque estrecho** solo ve la amenaza/ el problema. (perro aterrador)
- ▶ **Enfoque amplio** nota la posible solución (Tiene puesta la correa).



Emociones oscilantes

- ▶ Furia, Frustración y Ansiedad – Altos niveles de excitación acompañados de Enfoque reducido (Limitando las oportunidades/posibilidades disponibles para nosotros)
- ▶ Pueden ser extremadamente útiles en una situación o pueden empeorar mucho una mala situación. El elemento que marca la diferencia proviene de cómo elegiste hacer uso de ellos.
- ▶ Nos dicen que algo en nuestro entorno no está bien. Lo incorrecto puede residir en la situación misma o en cómo la piensas.
- ▶ La clave para hacer que las emociones oscilantes funcionen a tu favor es:
 - Identifica el sentimiento
 - Intenta reducir tus niveles de excitación
 - Intenta ampliar tu enfoque
 - La atención plena es importante en este proceso.

PENDULUM



Emociones “azules”

- ▶ Estos se caracterizan por bajos niveles de excitación y un enfoque reducido.
- ▶ Abatimiento, decepción, profunda tristeza.

DEPRESION

DEFINICION, SIGNOS Y SINTOMAS

- Definición: Estado de ánimo persistentemente bajo o pérdida de interés en las actividades.
- Tipos: Varios, incluido el trastorno afectivo estacional y el trastorno depresivo mayor.
- Signos y Síntomas:
 - * Conductual: Falta de atención, baja motivación, baja productividad.
 - * Emocional: Falta de interés, mal humor, culpa, baja autoestima, pensamientos de autolesión/suicidio.
 - * Físico: Alteración del sueño, alimentación desregulada, poca energía, dolores y molestias.

Estilos de pensamientos distorsionados

- ▶ **Emociones azules y emociones oscilantes** tienen un estilo de pensamiento distorsionado en común.
 - Pensamiento apestoso, - No puedo, no soy lo suficientemente bueno, etc.
 - Deberías en todas partes – La gente debería de ___
 - Debiendo... - Yo DEBO hacer esto / aquello, etc.
- ▶ Cuando te das cuenta de estos estilos de pensamiento distorsionados, puedes ampliar tu enfoque.
- ▶ Calma y Consciencia son ejemplos de Estados de baja excitación con un Enfoque abierto y amplio – que son útiles para el análisis y la reflexión.

Coaching de Bloqueos Emocionales

1. **Identificar la emoción**– Desarrolla tu inteligencia emocional. Aprende a reconocerlos y etiquetarlos.
2. **Se consciente de la emoción si juzgar.** Observa en qué parte de tu cuerpo lo sientes y cómo se siente.
 - ▶ **El juicio colorea la realidad** (filtros/lentes – Vemos el mundo a través de nuestros filtros. Juicios vienen de nuestras creencias.
 - ▶ **Los juicios pueden apuntar hacia adentro, hacia nuestros propios sentimientos y pensamientos.** (puede resultar en una espiral descendente, lo que aumenta la posibilidad de sentir emociones difíciles) "No debería sentir _____. No quiero sentir _____"
 - ▶ **Los juicios pueden apuntar hacia afuera, hacia los demás.** Estos juicios pueden afectar la forma en que interpretamos el comportamiento de la persona y la tratamos.
 - ▶ **Los juicios dicen más de la persona que los emite que de la persona que es juzgada.**
 - ▶ **Los juicios limitan a realidad** (Resalta un lado "bueno/malo", "correcto/incorrecto".
 - ▶ **Los juicios crean conflicto** (entre como son las cosas y como deberían ser)

Coaching de Bloqueos Emocionales

3. **Acepta la emoción.** La aceptación puede ser una forma poderosa de lidiar con los obstáculos internos, como las emociones difíciles.

- ❑ Tratar activamente de disminuir o controlar una experiencia requiere energía. Tratar de NO experimentar una emoción suprimiéndola, resulta en una pérdida de energía.
- ❑ ¿Alguna vez has intentado todo el día reprimir una emoción fuerte para poder rendir en el trabajo, la escuela, etc.? ¿Te diste cuenta de lo agotado que te sentiste al final del día?
- ❑ Mientras nos resistamos a un determinado sentimiento, éste seguirá existiendo. Luchando y luchando, el conflicto se preserva. Lo que resistes persiste.

Coaching de Bloqueos Emocionales

4. **Ten Autocompasión.** Trátate con amabilidad, gentileza y aceptación.

► La autocompasión es intuitiva y natural – por lesiones físicas. De alguna manera, cuando estamos luchando emocionalmente/mentalmente, también luchamos por mostrar autocompasión. La crítica interna es cualquier cosa menos compasiva.

5. **Extrae la necesidad de la emoción.** Las emociones son estados naturales que comunican información a uno mismo. Las emociones proporcionan retroalimentación sobre si se están satisfaciendo las necesidades personales. Una necesidad es necesaria para vivir una vida sana y feliz.

Las emociones difíciles nos dicen que nuestras necesidades no están siendo satisfechas.

Las emociones agradables indican que las necesidades están satisfechas y que se debe continuar con una actividad.

Coaching de Bloqueos Emocionales

6. **Descubre el pensamiento y la creencia.** Las emociones van de la mano con pensamientos particulares. Ej: sentirse triste puede ir acompañado de pensar "Mi futuro no tiene esperanza".

Podemos quedar atrapados en un ciclo negativo de sentimientos y pensamientos. Imagina que fallas una prueba (situación). Es posible que se sienta frustrado o triste (emociones). Lo mejor que puedes hacer es preguntarte: ¿qué me dicen mi frustración y tristeza sobre esto?

En cambio, a menudo comienzas a tener pensamientos críticos.

Los juicios pueden ser sobre sus sentimientos; "No quiero sentirme así. Esto no está ayudando. ¡Tengo que dejar de sentirme así!"

Los pensamientos pueden ser sobre la situación: "¡¿Por qué yo?! ¡Estudié tanto! Esta es la prueba de que no soy lo suficientemente bueno".

Estos pensamientos pueden causar más sentimientos, que a su vez causan más pensamientos. Estamos atrapados en un ciclo.

Coaching de Bloqueos Emocionales

7. **Consciencia – es atención.** La atención plena es la atención prestada, a propósito, sin juzgar, al momento presente y a toda la información/sensaciones relevantes. Esta atención puede enfocarse hacia adentro o hacia afuera.

A través de la atención consciente y la aceptación, permitimos que cada sentimiento, sensación, pensamiento o emoción esté ahí. Están ahí de todos modos.

La atención plena fomenta la voluntad de permitir, reconocer y aceptar nuestros estados internos.

Balance

El deseo de equilibrio es uno de los ajustes de nuestra fábrica, al igual que nuestra preferencia por la seguridad y la rutina



Descubrir lo que falta en estas áreas puede indicarnos posibles objetivos que el cliente debe perseguir.



Cuando el cliente sabe que algo es mal, pero no sabe que:

Explorar sus
valores

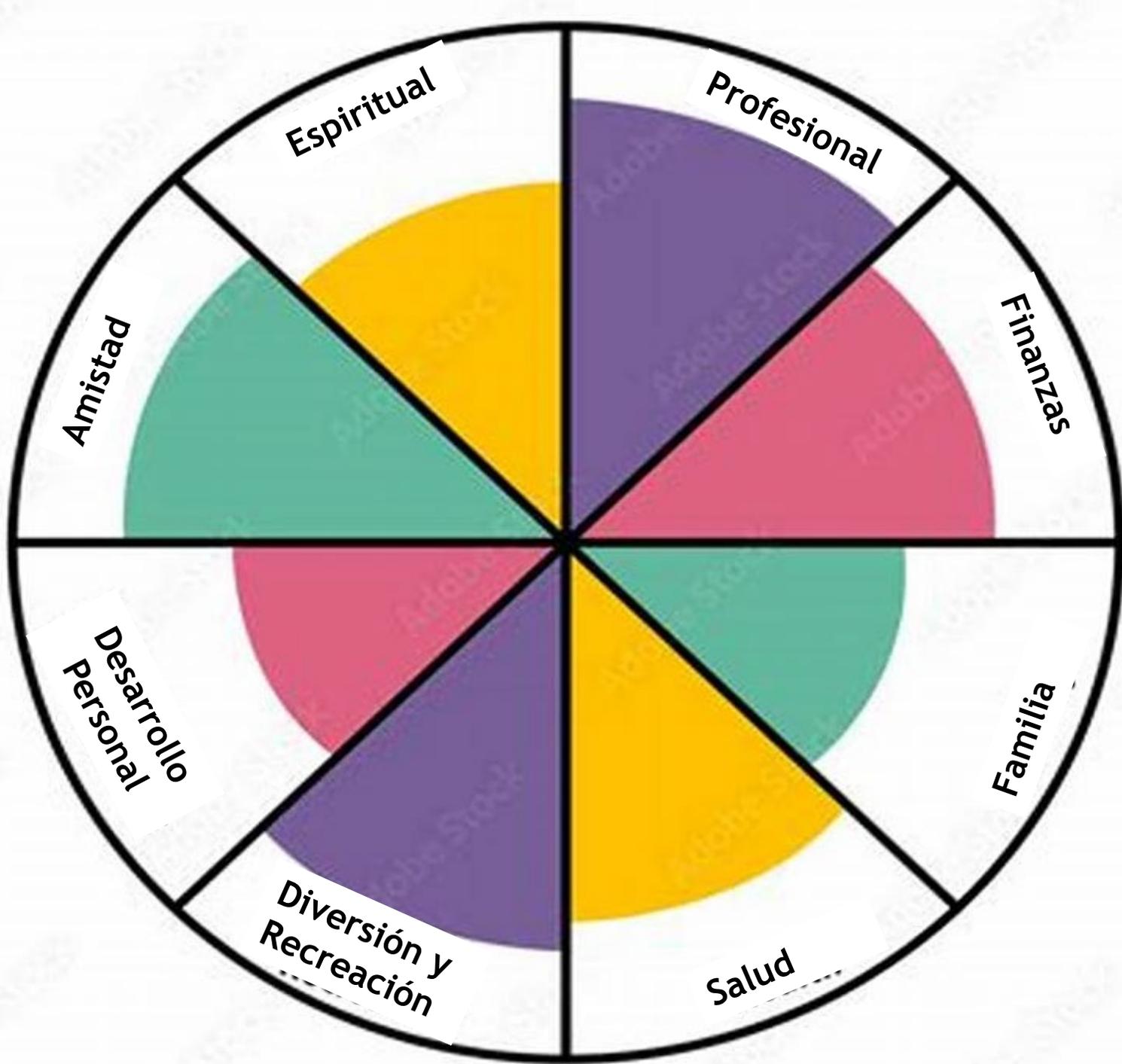


Disonancia Cognitiva

Estado psicológico de malestar que ocurre cuando alguien tiene creencias, valores o actitudes contradictorias



Las personas experimentan disonancia cognitiva cuando sus acciones no están en línea con sus valores o creencias.



Rueda de la vida



7 Capas de Profundidad

Descubriendo el
porqué definitivo

Nivel 1

¿Porque es importante para ti ser exitoso?

Nivel 2

¿Porque es importante para ti _____?

Nivel 3

¿Porque es importante para ti _____?

Nivel 4

¿Porque es importante para ti _____?

Nivel 5

¿Porque es importante para ti _____?

Nivel 6

¿Porque es importante para ti _____?

Nivel 7

¿Porque es importante para ti _____?

Algunas veces la palabra Porque puede sonar...

Juicio



O buscando
por excusas

En lugar de porque, podríamos usar:

✓ Que

✓ Como



VCS-Inc.
Wellness
Coaching
Entrenamientos
de Voluntarios

Leccion 4

Planeacion Parte 1:
A donde quieres ir?

**Si quieres ir rápido,
VE SOLO**

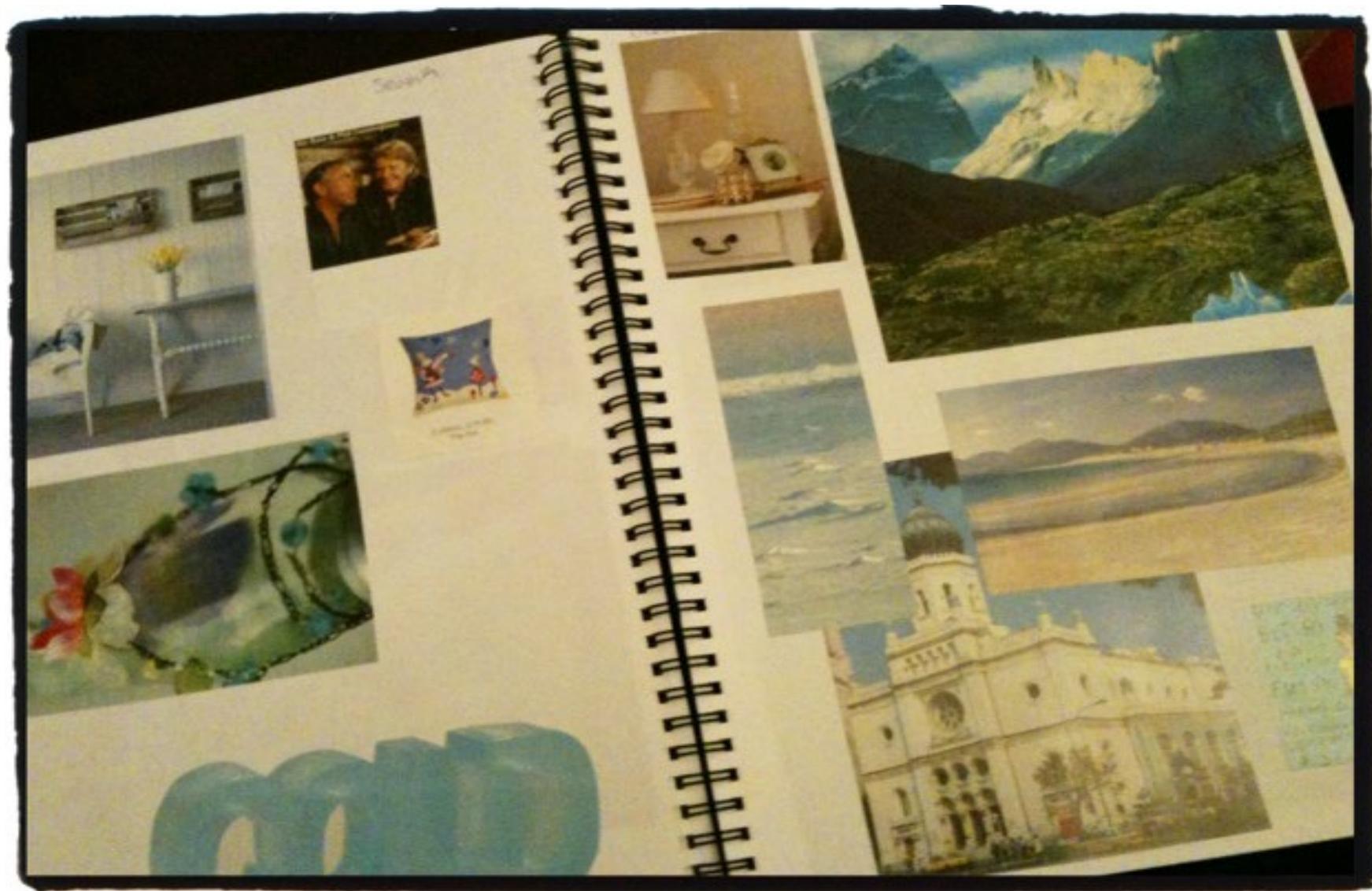
**Si quieres ir lejos,
VE ACOMPAÑADO**

PROVERBIO AFRICANO





Tablero de Visión



Diario de descubrimiento ilustrado

El Milagro de Shazer

Imagina que un anoche, mientras tu estas durmiendo, ocurre un Milagro y el problema que te trajo aquí está solucionado. Sin embargo, como tu estas dormido no te das cuenta de que ha ocurrido. Cuando tu despiertas por la mañana, ¿qué es diferente que tú te das cuenta de que el Milagro ocurrió? ¿Qué más?

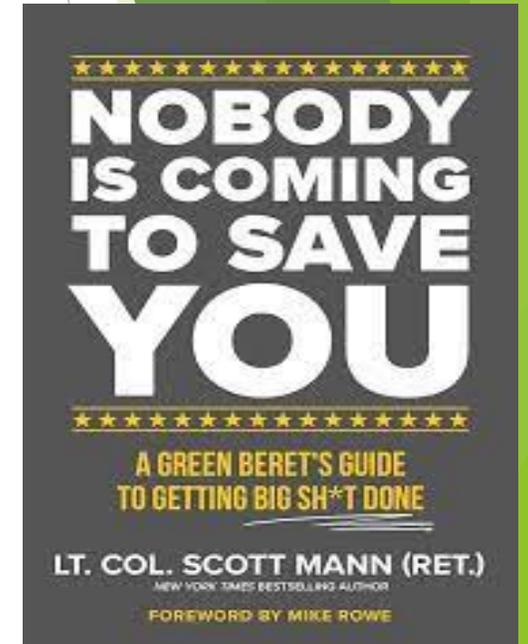
(1988)

**Steve De Shazer y Insoo Kim Berg -
Terapia Centrada en Soluciones Breves 1970s & 80s**

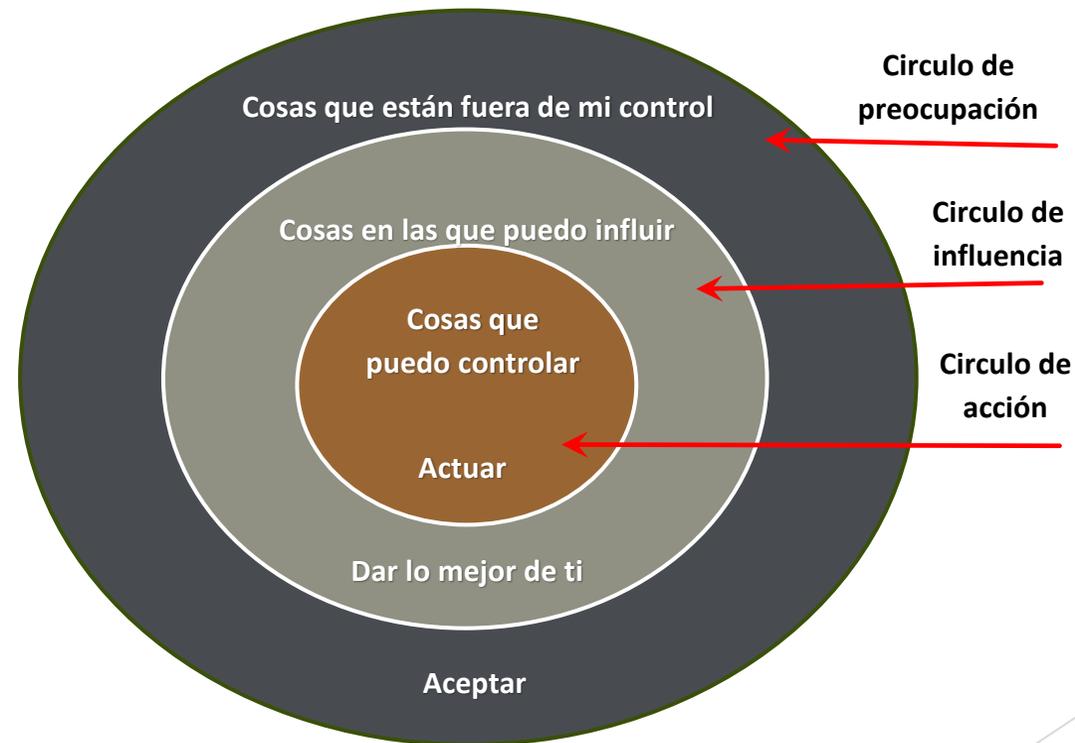
EL PRIMER paso en el camino hacia el cambio: Acepte la responsabilidad

Pruebe una de estas analogías u otra que prefiera: tener una discusión abierta sobre este tema:

- ▶ Diez palabras de dos letras para vivir: (If It Is To Be, It Is Up to Me) Si ha de ser, depende de mí.
- ▶ Tu problema no es el problema, tu reacción es el problema.
- ▶ No puedes salir de tus problemas “hablando” cuando te metiste en ellos “actuando”.
- ▶ Dolor es inevitable. Sufrimiento es opcional.
- ▶ Tengo buenas y malas noticias... Es la misma noticia. Ya sea bueno o malo, empoderador o aterrador, realmente depende de cómo te sientas al saber que tienes el control de tus acciones y eres responsable de sus consecuencias.
- ▶ “Nadie vendrá a salvarte” – Cita impresionante/aterradora: bien entendida por los Boinas Verdes (Fuerzas Especiales del Ejército de EE. UU.)
- ▶ No mires hacia atrás. Tu no estas llendo en esa direccion.
- ▶ Lo que resistes perciste.
- ▶ El obstaculo es el camino.



- ▶ Esta es una gran verdad, a veces aterradora, de aceptar. También es algo a lo que la gente a menudo se resiste, pensando que no es injusto ser responsable de arreglar cosas que quizás no hayas roto por tu cuenta, o en absoluto. **La tendencia natural es culpar a otra persona 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 separaste de ellas para empezar.



Descubriendo las FORTALEZAS de tu cliente

- ▶ La primer parte de la planeación es **tener una clara visión de la meta**. Esto requiere además tener una clara imagen de las fortalezas de tu cliente.
- ▶ No puedes construir un castillo sobre arena movedizas. **Los coaches ayudan a los clientes a apoyarse en sus fortalezas para ayudar a superar sus obstáculos.**
- ▶ **Nuestras fortalezas también nos empujan en la dirección de nuestras pasiones.** Disfrutamos haciendo cosas en las que somos buenos: hacer cosas que involucran completamente nuestros sentidos y parecen sin esfuerzo nos pone en un estado de flujo, donde estamos completamente inmersos en el momento.
- ▶ Las fortalezas pueden ser innatas, adquiridas, mejoradas, abusadas y perdidas/olvidadas. Las fortalezas pueden estar dentro de nosotros o fuera de nosotros.





Reconoce siempre los problemas y las experiencias dolorosas

Es posible que los clientes necesiten expresar lo que les preocupa. No dejes que esto te impida encontrar sus fortalezas. Al confirmar las dificultades de su cliente, aumenta las posibilidades de que esté dispuesto a discutir sus fortalezas más adelante. Evaluar las fortalezas demasiado pronto puede resultar en que el cliente se sienta rechazado.



Superar la reticencia del cliente a hablar de sus fortalezas

Muchos clientes han aprendido a ser humildes y modestos y se sienten incómodos cuando el practicante aborda sus cualidades positivas. Es necesario superar esta reticencia. Ayude al cliente a ver que esto no es fanfarronería. Todos los seres humanos poseen fortalezas. A la respuesta: "No tengo ninguna fortaleza", podrías intentar preguntar:

"¿Y si las tuvieras?".



Esté atento a las señales verbales de que su cliente está discutiendo sus fortalezas

Escucha cómo habla el cliente. ¿Su voz es más asertiva/fuerte? ¿Ha mejorado su vocabulario? ¿Usa la palabra fortalezas con más frecuencia? La velocidad del habla cambia, lo que significa diferentes fortalezas.



Esté atento a las señales no verbales

Esté atento a las expresiones no verbales de sus fortalezas. Postura enderezada, aumento de sonrisas/risas, mejor contacto visual y expresión de alegría, esperanza y emoción. Ten en cuenta que no todo el mundo se expresa de la misma manera.

Recuerde los signos más importantes del uso de las fortalezas.

El cliente puede sentir que el tiempo vuela al realizar una actividad.

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

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

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



Vincular fortalezas y objetivos

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

- ¿Hay fortalezas que actualmente está infrutilizando? (no usar lo suficiente)
- ¿Te gustaría utilizar más estos puntos fuertes? Si es así, ¿qué podrías hacer para aprovechar más estas fortalezas?
- ¿Y cómo te ayudaría eso a lograr este objetivo?
- ¿Hay fortalezas que podrías usar para superar posibles obstáculos?
- ¿Cómo se pueden utilizar?
- Recuerde que las fortalezas también pueden estar fuera del cliente: comunidad/amigos/familia...

Preguntas poderosas

- ❑ Comenzamos con la construcción de una relación y la obtención de una historia
- ❑ Continuamos descubriendo en qué quiere trabajar el cliente / mejorar – Malestar Presente
- ❑ Discutimos cómo no se puede esperar que el cambio que se realiza a nivel de comportamiento, emoción o pensamiento dure, mientras que el cambio realizado a nivel de creencia/identidad puede esperarse que dure.
- ❑ Discutimos cómo encontrar y priorizar metas, así como cómo explorar valores
- ❑ En este momento, estamos trabajando para comenzar a construir un plan para avanzar en el viaje del cambio.
- ❑ Avanzar en la planificación requiere crear una visión clara, explorar la etapa de cambio en la que se encuentra el cliente AHORA, evaluar y construir fortalezas. Las preguntas poderosas ayudan a obtener (evocar) esta información del cliente.
- ❑ El entrenador no da las respuestas más de lo que una partera proporciona al bebé. OBTENER / EVOCAR – sacamos a relucir lo que ya estaba dentro del cliente.

PREGUNTAS PODEROSAS

Catalizar el conocimiento, la innovación y la acción



PODEROSA MATRIZ DE PREGUNTAS

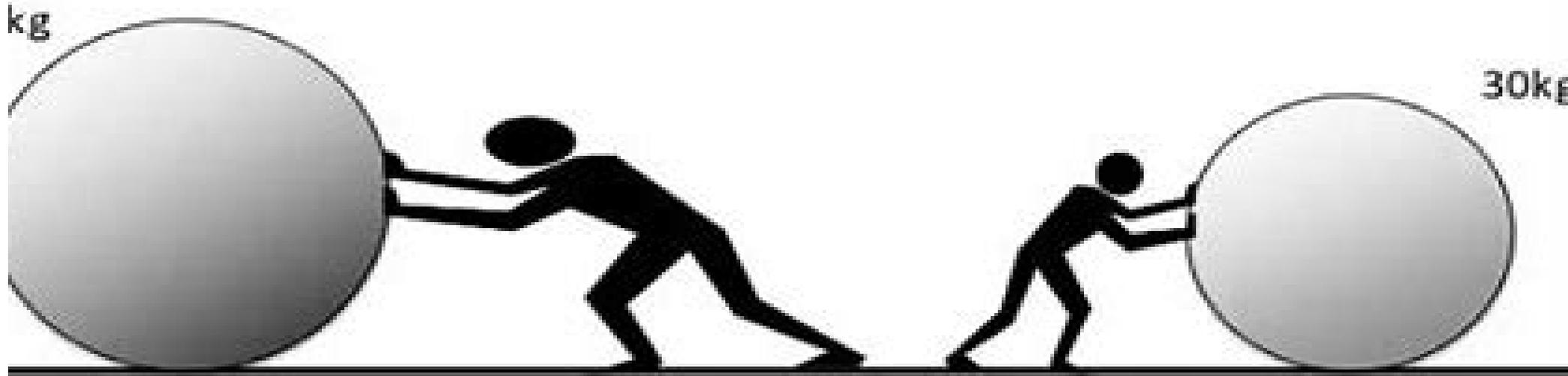




Rompiendo la inercia

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.

Objetos con una **masa mayor tiene una **mayor inercia**.
Necesita una **fuerza mayor** para **cambiar** su estado de
movimiento**



**Cuanto mayor sea el cambio... más esfuerzo se
requiere para comenzar.**

Entendemos esto cuando estamos moviendo objetos en el entorno, por lo que no nos tomamos el trabajo adicional requerido como algo personal. Profundizamos o pedimos ayuda. De alguna manera, cuando el cambio es personal, nos olvidamos de esta ley, nos juzgamos a nosotros mismos y nos damos por vencidos. Los coaches pueden ayudar a los clientes recordándoles que esta es una ley universal, incluso las personas están sujetas a ella.



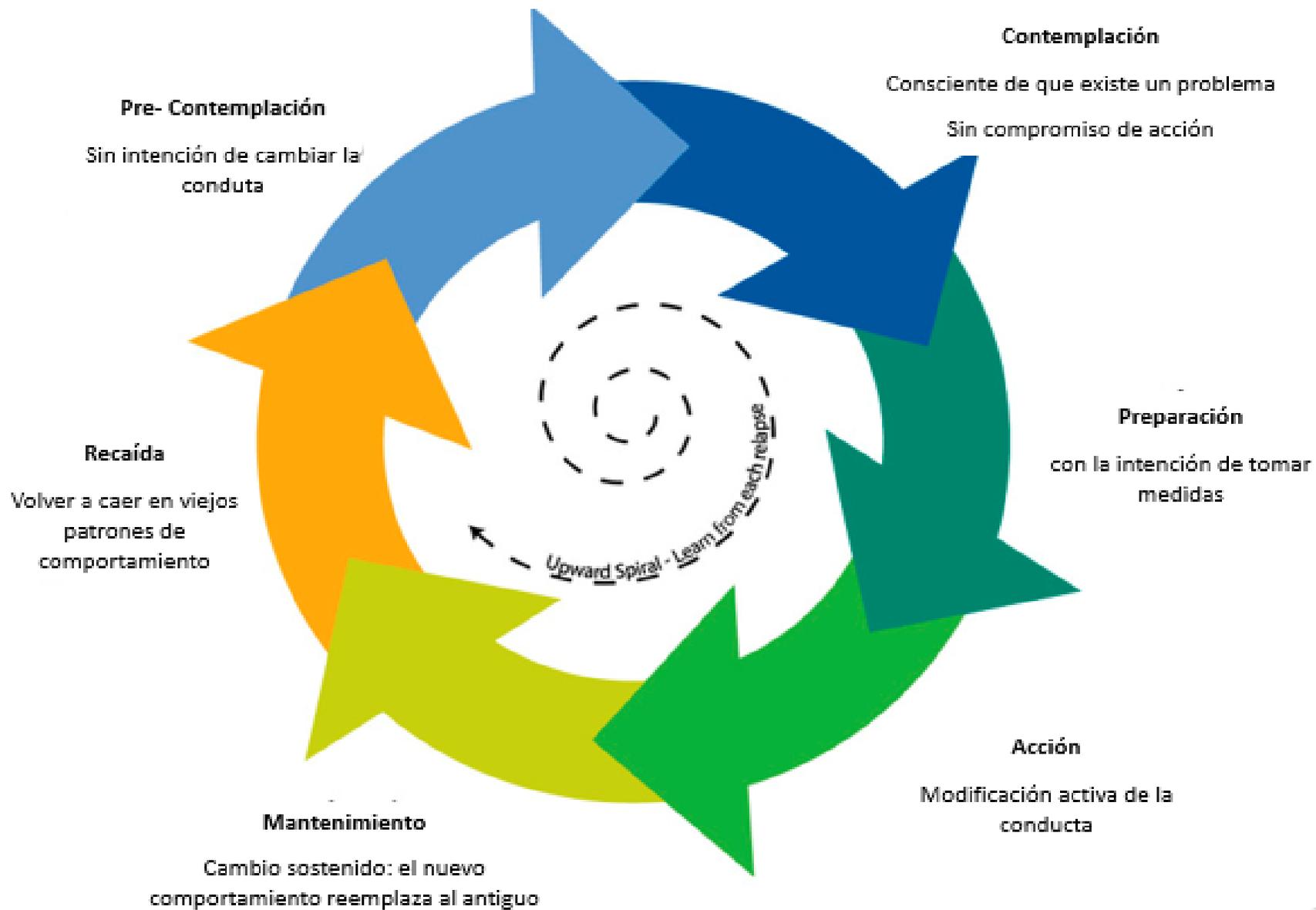
Un ejercicio de visión puede ayudar a los clientes a recordar

La dificultad de ponerse en marcha, la alegría de la brisa y el miedo/peligro de detenerse.

Pero tarde o temprano... Lo pusiste en marcha y pudiste hacer que se detuviera.

Cambio es DIFÍCIL... y Posible

- ▶ Una razón por la que las personas se resisten al cambio es porque se enfocan en lo que tienen que renunciar en lugar de lo que tienen que ganar. - Rick Godwin
- ▶ Haz siempre lo mejor que puedas. - Don Miguel Ruiz
- ▶ Tienes que ser capaz de soportar lo que ves - Clarissa Pinkola Estes
- ▶ Nunca se olvida cómo andar en bicicleta. -Papá
- ▶ No puedes desaprender un hábito, solo puedes interrumpir el ciclo y dejar de repetirlo. - KLM
- ▶ Deja de enfocarte en el resultado (Obtener) y enamórate del proceso (Ser)
- ▶ Somos lo que hacemos una y otra vez. La excelencia, entonces, no es un acto, sino un hábito. - Will Durant
- ▶ Fuiste diseñado para crecer, cambiar, adaptarte y superarte. Lo has estado haciendo desde que naciste. La muerte es la palabra para cuando eso se detiene. - KLM
- ▶ El miedo te dice que: has sentido el peligro, y lo que estás enfrentando te importa. Si no le temieras, no percibirías el peligro ni la conexión con el estímulo. Sentirías indiferencia. Por lo tanto, no te molestes por el miedo, energízate para lidiar de manera segura con esto que claramente te importa. - KLM



Modelo transteórico de cambio

Prochaska & DiClemente

Las etapas del cambio

Saber dónde se encuentra tu cliente en las etapas del cambio puede ayudarte a adaptar tus esfuerzos de coaching para evitar frustrarlo o a ti.

Un cliente en pre-contemplación puede necesitar trabajar en el objetivo de explorar por qué está en coaching si no quiere tomar acción. ¿Están ahí para alguien más? ¿Están allí porque están sufriendo y, sin embargo, siguen culpando en lugar de asumir la responsabilidad? ¿Es realista esperar que puedan eliminar el dolor sin eliminar el problema? ¿Es realista esperar que el coaching resulte en el cambio de alguien MÁS? Los primeros objetivos pueden ser explorar lo que realmente quieren de esta relación o bien cómo expresar que esto no es lo que quieren (a otra persona, tal vez).

Un cliente en Contemplación puede trabajar en objetivos como explorar pros y contras, pasando de la charla sostenida a la charla de cambio.

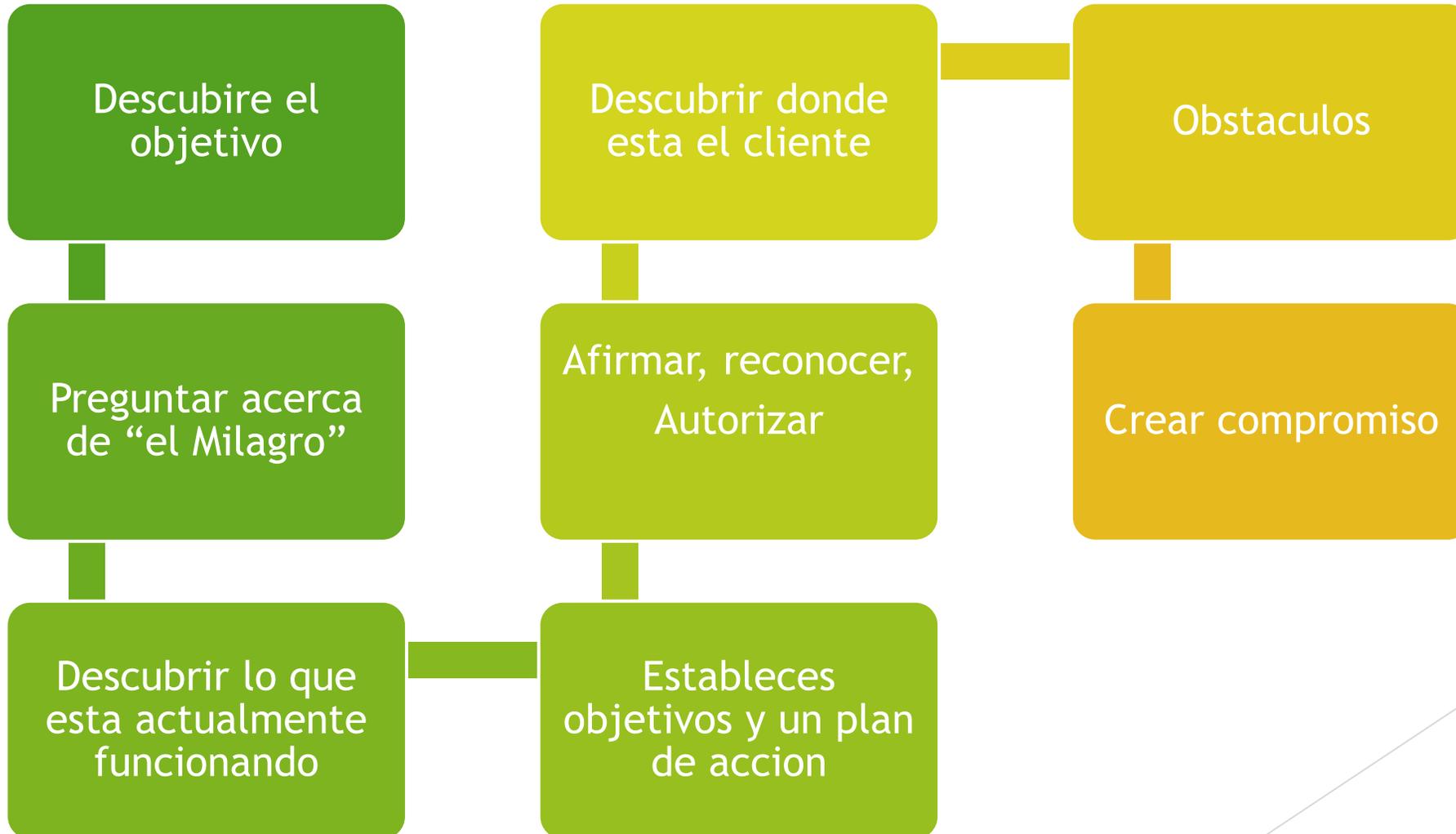
Un cliente en Preparación puede trabajar en objetivos como la construcción de sus apoyos y recursos, el aumento de la conciencia/uso de sus fortalezas, la construcción de rutinas/sistemas.

El proceso de cambio

El trabajo que hace una persona para progresar a través de las etapas del cambio

- ▶ **Compromisos** – Comprometerse con el cambio es una declaración pública de tu voluntad de elegir un comportamiento diferente. Reclamar tu objetivo públicamente es un paso importante en el proceso. Elimina la red de seguridad del secreto.
- ▶ **Contra-Acondicionamiento** – Cambiar los comportamientos poco saludables por otros saludables. Ejemplo; Mantenerlos bocadillos saludables en tu automóvil para evitar que pases por los autoservicios.
- ▶ **Recompensas** – Date un capricho por seguir adelante con hábitos saludables. Aprende a reconocer las consecuencias naturales, así como a aplicar recompensas artificiales. Además, el seguimiento es una forma gratificante de retroalimentación.
- ▶ **Controles Ambientales** – Es más fácil resistir la tentación que no existe. Es más fácil controlar tu entorno que tu comportamiento.
- ▶ **Apoyo** – Rodéate de personas que apoyen los cambios que estás haciendo. Pasa más tiempo con personas que reaccionen positivamente a tus cambios.

Resumen de Coaching Centrado en Soluciones



VCS-Inc. Wellness Coaching Entrenamiento de Voluntarios

Lección 5

Planeación Parte 2:

Como llegamos aquí?



Objetivos a largo plazo vs. objetivos a corto plazo:

- ▶ Un objetivo es el **que**. El plan de acción es el **como**.
- ▶ Los objetivos a largo plazo se basan en la visión que el cliente tiene de su vida personal o profesional (Alternativa Preferida, Presente / Futuro Perfecto)
- ▶ Objetivos a corto plazo basados en objetivos a largo plazo.
- ▶ Las metas a corto plazo (también conocidas como pequeños pasos de acción) son metas que te ayudan a llegar a las metas a largo plazo. (También los he estado llamando "marcadores de millas en el viaje")

TIPOS DE OBJETIVOS

- ▶ **Objetivos basados en resultados:**
- ▶ **Objetivos basados en resultados** Concéntrese en el resultado deseado que planea 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, realizar un seguimiento de cuánto dinero ahorra. 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 basados en resultados a corto plazo:** donde planeas estar en puntos de ajuste entre tu línea de base (punto de partida) y el resultado final deseado.
- ▶ "Quiero tener una cena familiar a la semana en la que todos cocinen juntos".

Objetivos basados en el comportamiento :

- ▶ **Objetivos basados en el comportamiento** son cambios que haces en cómo te comportas, y lo eliges en cada oportunidad. 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 enfocan 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 objetivos basados en 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 foco; Es solo un efecto secundario encantador.
- ▶ Para establecer metas basadas en el comportamiento: Reflexiona sobre cómo te sientes cuando estás completando una determinada tarea. ¿Tienes mal genio temprano en las mañanas? ¿Te sientes inquieto o ansioso cuando intentas cumplir con una fecha límite? Empieza por centrarte en la forma en que te sientes y en las decisiones que tomas cuando no te estás desempeñando bien. Luego haz un esfuerzo concreto para cambiar estos sentimientos y elecciones.
- ▶ **Objetivos 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".
- ▶ **Objetivos a corto plazo:** el nuevo comportamiento que se convertirá en un hábito y eventualmente te ayudará a alcanzar el resultado final deseado.
- ▶ "Organizaré mi agenda para poder estar en casa a tiempo para nuestra cena semanal".

Objetivos de identidad / Ser el cambio:

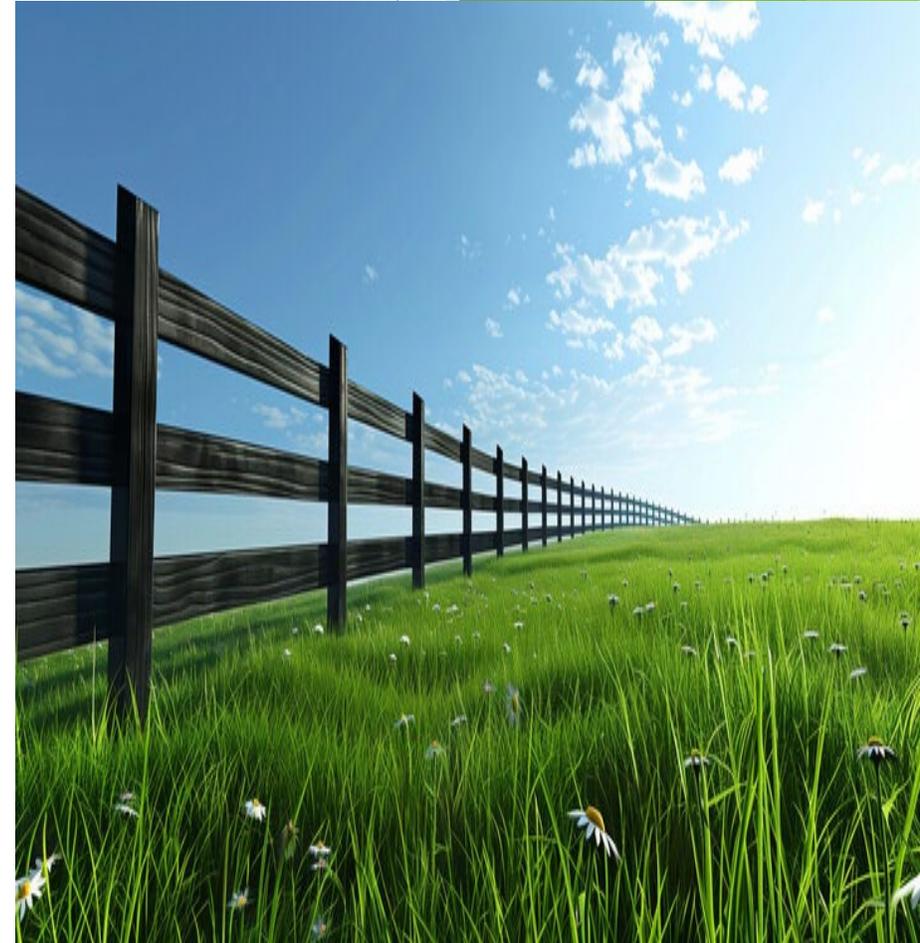
- ▶ Los objetivos más eficaces enfocarse al nivel de identidad – donde las YO SOY sentencias residen. Estas metas se basan en la comprensión de que: primero debes SER, lo que te ayudará a HACER, lo que te permitirá TENER.
- ▶ Así es como funciona SER, HACER, TENER...
- ▶ Para lograr algo grande, necesitamos dividirlo en pasos individuales.
- ▶ SER (Cualidades o Características)
- ▶ HACER (Objetivos basados en el comportamiento)
- ▶ TENER (Objetivos basados en resultados)
- ▶ Por lo general, cuando se nos ocurre una meta o un sueño o aspiramos a lograr algo grande, saltamos directamente a la 3ª etapa, que es TENER (resultado)
- ▶ Decimos: "Quiero tener nuevas creencias", "Quiero tener buena salud",

Ejemplo de creación de objetivos de tres niveles:

- ▶ Objetivos basados en resultados (Objetivos a largo plazo):
 - ▶ "Me quiero llevar mejor con mi familia".
- ▶ Objetivos basados en el comportamiento (Objetivos 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, seré consciente, seré realista."

Límites Superiores: Tu Límite Psicológico

- ▶ No todos los que quieren tener éxito 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.*
- ▶ Puede ser necesario discutir este conflicto con sus clientes: ¿Puedo ser la persona que esté dispuesta a pagar este precio por lo que quiero?
- ▶ 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.**



Limites superiores– cont..

- ▶ 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 de valla")
- ▶ Tu voluntad de superar tu límite superior. (Si puedes hacer esto, expandirás tu territorio y alcanzarás nuevos niveles de éxito.
- ▶ Si este es el problema; Usted y su cliente necesitarán concentrarse por un tiempo en explorar cómo puede expandir 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?

Ejemplos de formas de SER :

- ▶ Confía en ti mismo
- ▶ Sé coherente
- ▶ Sé realista
- ▶ Sé decisivo
- ▶ Sé decidido
- ▶ Sé devoto
- ▶ Sé diligente
- ▶ Sé eficiente
- ▶ Sé valiente
- ▶ Sé creativo
- ▶ Estar orientado a objetivos

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 lo conseguiste?
 - Si nunca lo hiciste...

Encarnar la característica, cont..

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

- ▶ Visualízalo.
- ▶ Encarnarlo.
- ▶ Sea

HACER (Basado en el comportamiento) -

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.

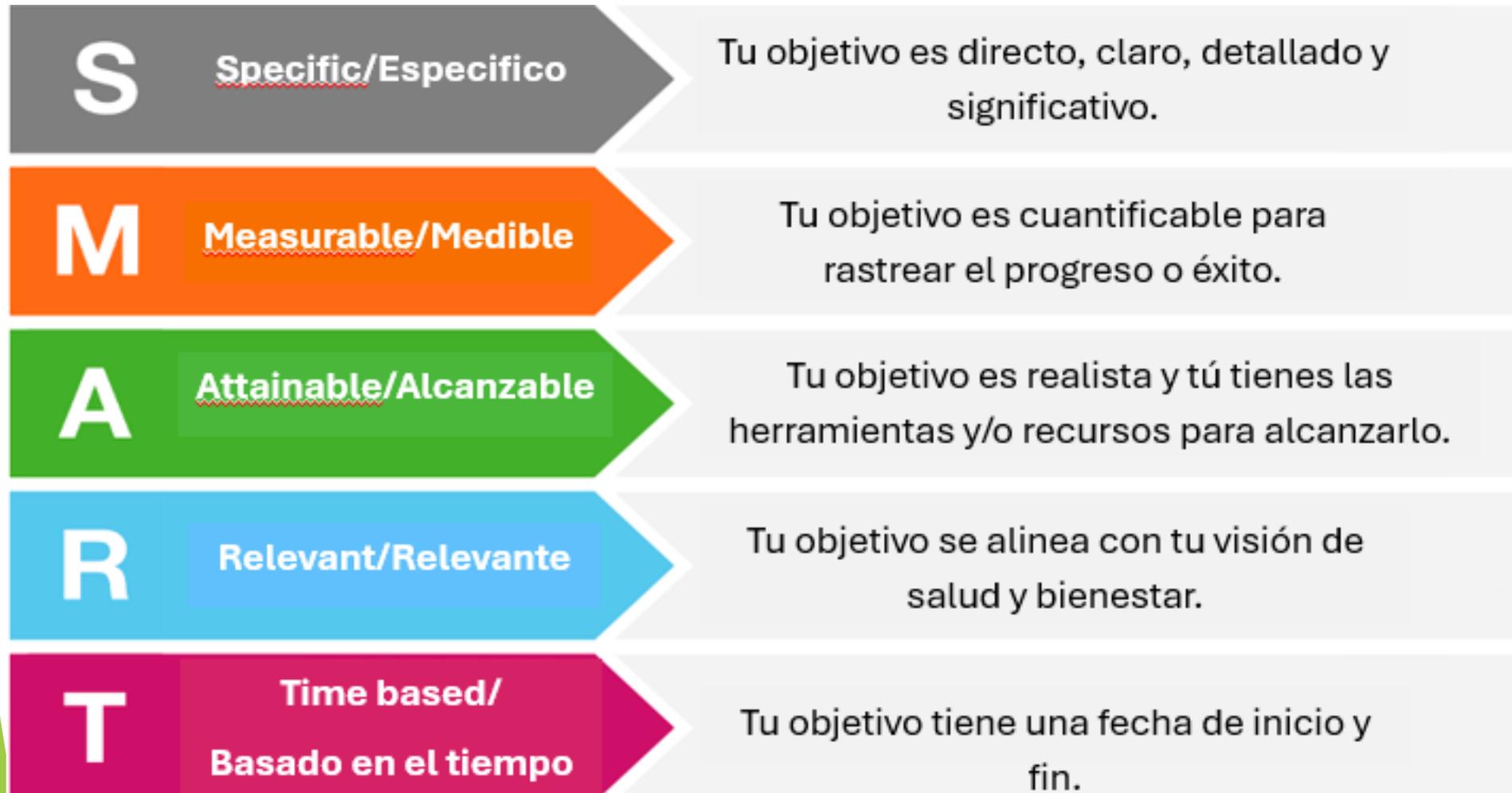
TENER (Basado en resultados) -

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.

PLANIFICACIÓN DE ACCIONES

CÓMO ESTABLECER OBJETIVOS INTELIGENTES BASADOS EN RESULTADOS:



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, Metas de programación.
- ▶ Con el resultado final / visión en mente, ayude a su cliente a crear un objetivo SMART basado en resultados. (tener)
- ▶ A continuación, ayude a su cliente a hacer una lluvia de ideas sobre los comportamientos que debe adoptar para llegar allí. (HACER)
- ▶ Ahora, ayude a su cliente a identificar quién tiene que SER para HACER y así poder TENER.
- ▶ Ayude a su cliente a hacer una lluvia de ideas sobre las personas y los recursos que le ayudarán a alcanzar su objetivo.

Pasos para la planificación de la acción :

- ▶ Enumere los posibles obstáculos y ponga en marcha planes de contingencia.
- ▶ Ayude a su cliente a crear afirmaciones y programar sus objetivos.
- ▶ Ayude a su cliente a desarrollar conciencia de las pistas que confirmarán que está en el camino correcto.
- ▶ Aumentar el compromiso del cliente.
- ▶ Resuma y ponga en práctica un plan en el que ambos estén de acuerdo.
- ▶ Revisar, revisar y reescribir el plan según sea necesario.

Pasos de la planificación de acciones - 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?

2. 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 objetivo?

¿Qué se puede hacer **hoy** para ponerte en marcha hacia tu objetivo final?

Recuerde: Un día y algún día no aparecen en su calendario. En lugar de soñar con un día, haz que el cliente elija un primer día.

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 lo conseguiste?

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

Visualízalo. Encarnarlo. Así sea.

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?

5 . 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 publique 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?

6. 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?



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

Repetir tantas veces como sea posible.

Expresado en positivo. y

En tiempo presente (o pasado perfecto). (Ya sucedio)

Preguntas de los clientes: ¿Cuál es una afirmación que puedes afirmar 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.



8. 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?



9. 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?

¿Por qué no estás 1 más abajo?

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

La importancia también es importante preguntar aquí. Puede utilizar el mismo enfoque.

Escala de Importancia y Confianza

Formas rápidas y fácil para hablar acerca de la importancia y la confianza

Confianza

Que tan confiado estas, usando una escala donde 0 es nada confiado y 10 es muy confiado, ¿que tu podrías tomar tus píldoras cada noche antes de acostarte?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Por qué estás en un ___ y no en un (un numero ligeramente más bajo)?
Por qué estás en un ___ y no en un (un numero ligeramente más alto)?
Que necesitarías para moverte de un ___ hacia (un numero ligeramente mas alto)?

10. Considere los contras de mantener el statu quo:

Identifique 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 / comienzas este nuevo comportamiento?
(¿Si mantienes las cosas como están ahora?)

NOTA: Preguntas necesarias del entrenador:

¿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)?

AFIRMACIONES A CONFIRMACIONES (Hablar y Buscar)

- ▶ 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.
- ▶ **Afirmaciones = afirmaciones repetidas con el fin de reprogramar tu mente subconsciente.**
- ▶ Tu mente subconsciente aprende a través de la repetición, y a través de los sentimientos detrás / significado de las palabras que dices / 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.

Afirmaciones a Confirmaciones

- ▶ **No digas afirmaciones con las que no puedas conectarte emocionalmente.** Ej: decir: "Soy rico". "Soy rico". -Pueden ser afirmaciones sin sentido porque no creemos que sean ciertas, 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. Busca y encuentra la confirmación de tus afirmaciones cuando realizas tus rutinas diarias, ya sea en su totalidad o en parte; ya sea grande o pequeño. Tu mente subconsciente te ayudará a encontrarlos.
- ▶ Encontrar confirmaciones proporciona evidencia de que tus afirmaciones son 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 comportamiento / pensamiento, 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.
- ▶ 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 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".

Consejos para el uso efectivo de las afirmaciones:

- ▶ Decir afirmaciones cuando no hay resistencia consciente (cuando el problema no está sucediendo). Tendemos a decir afirmaciones cuando nos enfrentamos al problema.
- ▶ Ej: Estás a punto de dar un discurso y tienes una afirmación: "Soy un orador poderoso". La mayoría de las personas tienden a decir esto cuando suben al escenario para hablar, cuando sienten 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 permitirte 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.

PROGRAMANDO TUS OBJETIVOS:

- ▶ Le damos a nuestra mente una 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 te asegurarán que elijas las melodías que deseas escuchar.

Afirma lo que tu 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.

Asocia tus Objetivos con 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.

PROGRAMANDO TUS OBJETIVOS

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

PROGRAMANDO TUS OBJETIVOS

Actua 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 creará 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. Una de esas programaciones es:
 - ▶ Sugerencia positiva. Reemplace constantemente sus predicciones/pensamientos negativos por otros positivos y recuérdese a sí mismo su progreso: "Cada día, en muchos sentidos, me estoy acercando más y más a mis metas".
 - ▶ "No necesito ser perfecto. Necesito ser persistente / consistente".

PROGRAMANDO TUS OBJETIVOS

Dejalo en paz

- ▶ Una vez que introducimos nuestros objetivos en nuestra mente subconsciente, es importante que dejemos que nuestra mente continúe con el trabajo sin nuestra interferencia. ("Configúralo y olvídaló") 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. (Lo que sea que concibas que es, o el poder de la emoción).
- ▶ **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. El discurso de cambio es la parte del argumento que apoya la realización del cambio. Charla de Conservación es la parte del argumento que apoya el statu quo: no hay cambio. 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 hacer reflexiones/argumentos solo 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.

Charla de cambio Vs Charla de conservación



Charla de cambio Vs Charla de conservación

- ▶ 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 ayudarlo a aumentar el discurso de cambio y a disminuir el diálogo sostenido.
- ▶ Esto no es lo mismo que dirigir al cliente (elegir sus objetivos). Esto es ser direccional, mantener al cliente en la tarea / en el camino que eligió, hacia el objetivo para el que fue contratado para ayudarlo a lograr.



Charla de cambio Vs Charla de conservación



Charla de cambio: 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".

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:

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

Hoja de cálculo de balance de decisiones

Elección _____

	BENEFICIOS (PROS)	COSTOS (CONS)
BUSCANDO LA OPORTUNIDAD		
NO BUSCANDO LA OPORTUNIDAD		

Hoja de cálculo de balance de decisiones

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 sostenimiento.

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 Charlas 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:

Hoja de cálculo de balance de decisiones

Echa un vistazo a las razones de la Charla de conservación:

- ❑ 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.
- ❑ Estas son tus experiencias/fracasos dolorosos anteriores, tus miedos, dudas, evaluaciones de tu falta de habilidad/ayuda, etc.
- ❑ Tómese el tiempo para afirmar y reconocer la realidad de estos puntos para usted o su cliente. Es una realidad que han sentido/creído de esta manera.
- ❑ Tómese el tiempo para considerar la posibilidad de que haya otra forma de ver estos puntos. ¿Usted o su cliente han entendido mal/juzgado mal algo?
- ❑ Haga planes sobre cómo superar estos problemas. ¿Necesitas recursos? ¿Apoyo? ¿Habilidades de afrontamiento? ¿Algo más?
- ❑ ¿Qué lecciones y/o metas puedes extraer de ellos?

Hoja de cálculo de balance de decisiones

Echa un vistazo a las razones de Charla de cambio:

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

VCS-Inc. Wellness Coaching Entrenamiento de Voluntarios

Herramientas de
planificación que puede
utilizar para ayudarle en su
trabajo con sus clientes



Plan Individual de Coaching

Exploremos esta herramienta para ver cómo puedes usarla para trazar el curso del viaje de cambio de tu cliente.

- ▶ Primera Página – Plan Básico
- ▶ Seguido de:
 - Objetivo principal
 - 4 hitos con pasos de acción

Diarios de Coaching para imprimir

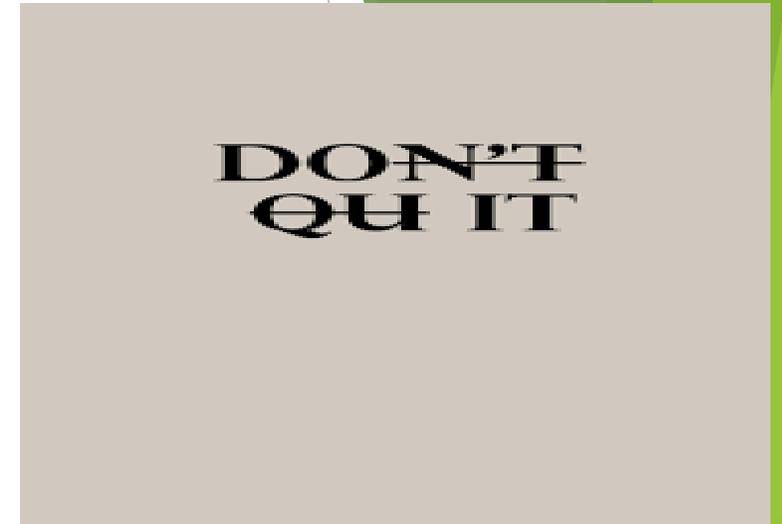
- ▶ También se han proporcionado varias portadas opcionales del Diario de Coaching.
- ▶ Fecha de la sesión de coaching: Hay suficientes páginas para 19 sesiones en la versión imprimible en el sitio web. Hemos proporcionado las páginas de una sesión para que las vea.
- ▶ Próximos pasos y acciones: ¿Qué hará el cliente a continuación (en la próxima semana)? ¿Cómo hará él o ella para hacer estas cosas?
- ▶ Otros: ¿Qué más deberá tener en cuenta el cliente para llevar a cabo los siguientes pasos?
- ▶ Recursos adicionales
- ▶ Apoyos adicionales
- ▶ Nuevas Afirmaciones, etc.



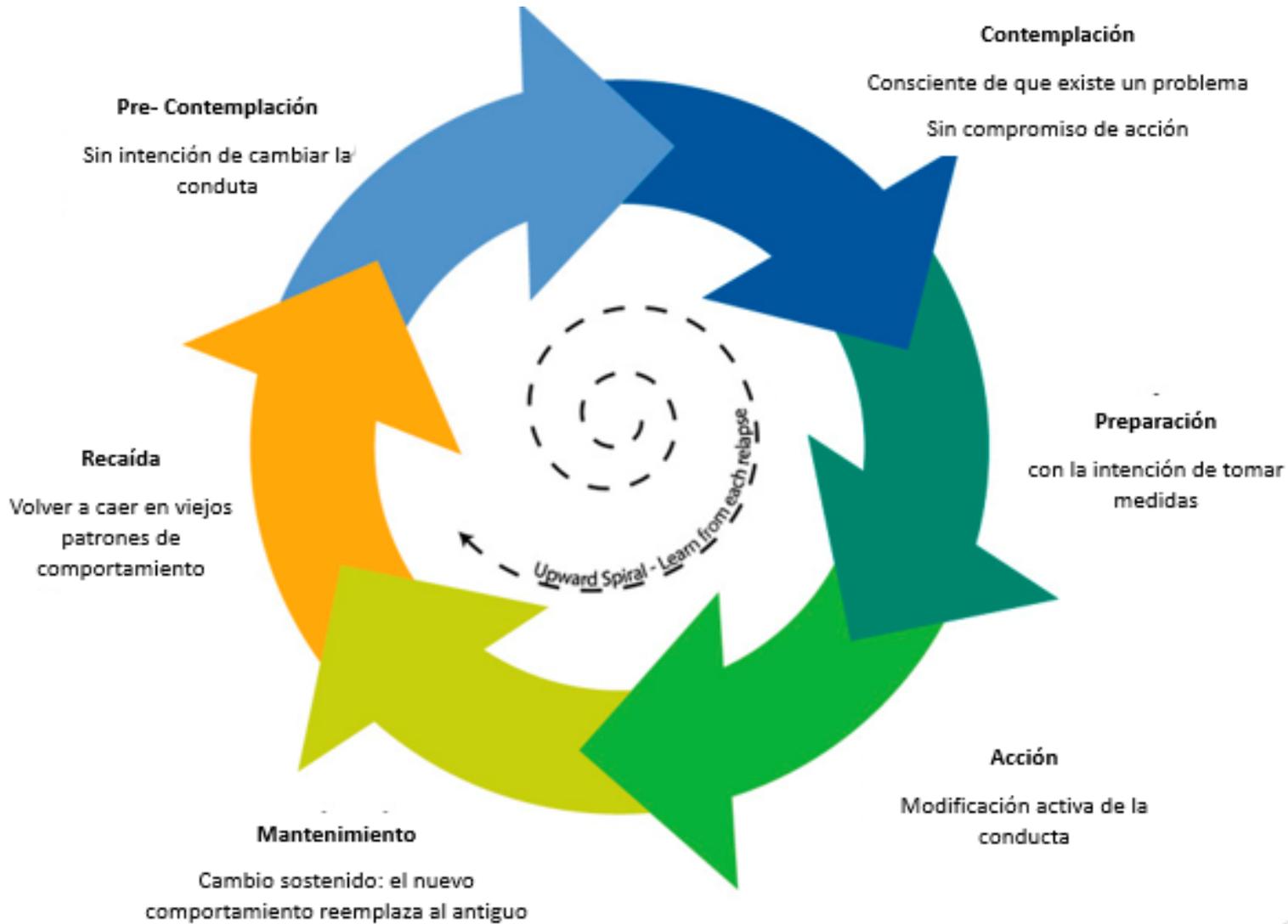
Diario del Coach para cumplir

- ▶ Fecha de la sesión de coaching
- ▶ Objetivos de la sesión: Decida los objetivos de la sesión con el cliente al comienzo de cada reunión.
- ▶ Lecciones Aprendidas / Progreso: Mirando hacia atrás a los esfuerzos de cambio de la semana pasada:
 - ▶ ¿Qué salió bien?
 - ▶ Efecto(s) de este/esto(s) éxito(s):
 - ▶ Obstáculos/Obstáculos encontrados:
 - ▶ Lo que creo que se requiere para superar estos obstáculos:
 - ▶ Cualquier contratiempo experimentado:
 - ▶ Cómo ocurrieron esto/estos:
- ▶ Retroalimentación: Del coach, basada en el autoinforme y la discusión del cliente
- ▶ Hacer más o seguir haciendo:
- ▶ Mejorar o cambiar:

PORTADAS OPCIONALES PARA LOS DIARIOS



Me recuerdas?



Modelo transteórico de cambio

Prochaska & DiClemente

Ejercicio de Pre- Contemplación

- ▶ Esta hoja de trabajo proporciona un esquema para una sesión con un cliente en la Etapa de Pre-Contemplación del Cambio (todavía no cree que haya nada que cambiar)
- ▶ El ejercicio te da una estructura a seguir con tu cliente para explorar sus pensamientos en esta etapa de cambio y decidir si hay algún trabajo que desee hacer, ahora que está aquí.

Ejercicio de Contemplación

- ▶ Este ejercicio proporciona un esquema para una sesión con un cliente en la etapa de contemplación del cambio. (Pensando en hacer un cambio: sopesando los pros y los contras)
- ▶ Sería genial en conjunto con o en lugar de la Hoja de Trabajo de Balance de Decisiones de la Lección 5

Tarea de preparación

- ▶ Esta herramienta proporciona un esquema para una sesión con un cliente en la etapa de preparación –(Habiendo decidido hacer un cambio, el cliente se está preparando para comenzar...)
- ▶ Esta herramienta proporciona un Contrato de Cambio de Comportamiento (para clientes a los que les gusta ese tipo de cosas...)
- ▶ Algunos clientes consideran que la contratación es útil y motivadora. Siéntase libre de imprimir y completar esto con ellos.
- ▶ Para algunos, usar el contrato de comportamiento para enfocar la conversación en torno a los objetivos, las fechas objetivo, las recompensas y la responsabilidad será suficiente, y luego puede completar el Plan de Coaching Individual

Lista de verificación de objetivos SMART

- ▶ Esta lista de verificación te ayudará a mantenerte organizado a medida que desarrollas objetivos SMART con tus clientes.
- ▶ Esta lista de verificación es una excelente manera de auditar el proceso de desarrollo de objetivos, solucionando problemas cuando su cliente ha encontrado dificultades con su objetivo.
- ▶ También es útil en la supervisión de los coaches, para auditar su trabajo de desarrollo de objetivos con los clientes. Los supervisores pueden revisar los planes/metastas de entrenamiento con los entrenadores usando esta lista para ver que todas las partes se cubrieron y solucionar los problemas donde se omitieron las partes.

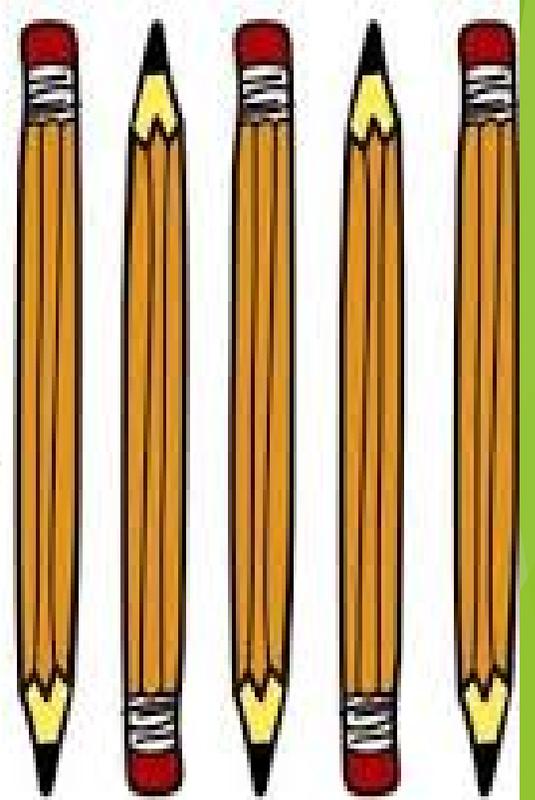
Hoja de trabajo de objetivos SMART

- ▶ Has entendido los componentes de los Objetivos SMART:
- ▶ Aquí tienes una herramienta que te ayudará a desglosar el proceso de desarrollo de un objetivo SMART con tu cliente. Usted y su cliente pueden usar esta hoja de trabajo durante la sesión, y su cliente puede mantener la hoja de trabajo como referencia entre sesiones.

Aprendiendo de tus errores

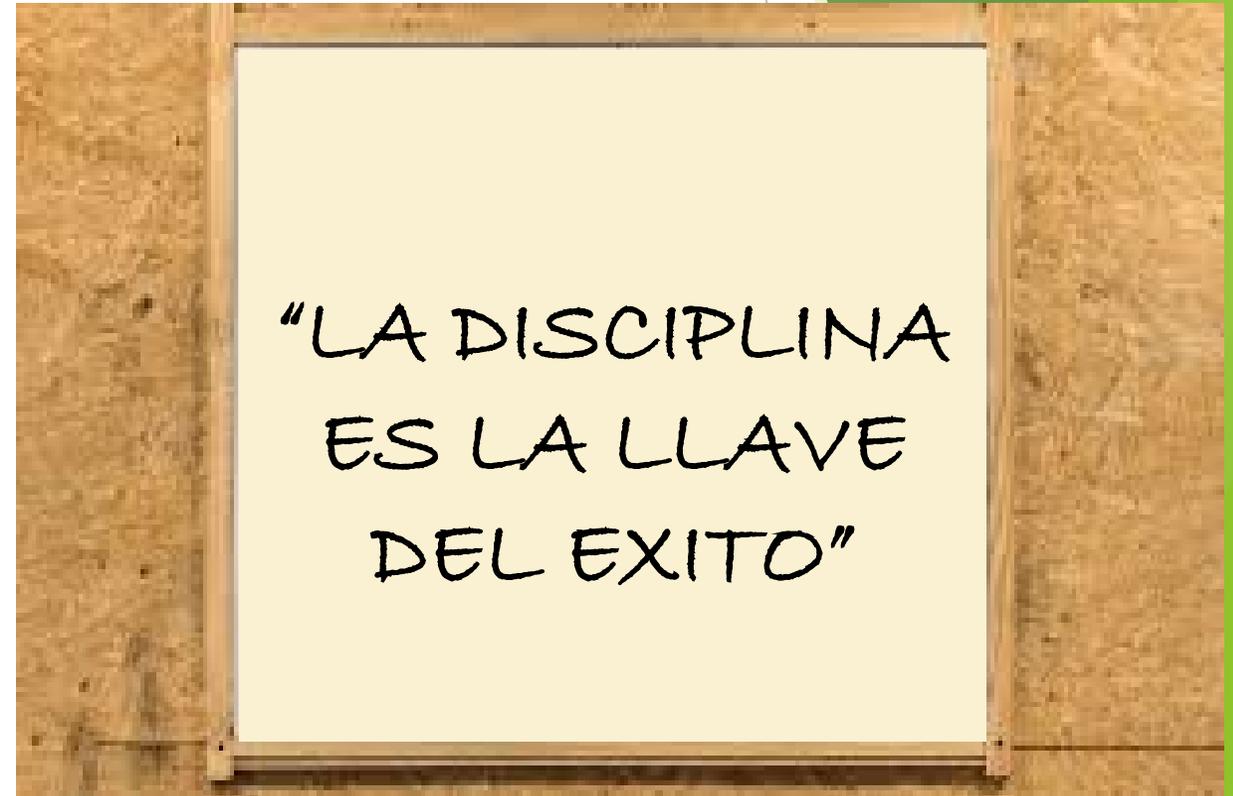
- ▶ Al haber comenzado a actuar, los clientes también habrán comenzado a cometer errores.
- ▶ Esta herramienta puede ayudarte a gestionar la conversación/sesión que se ocupa de esos momentos.
- ▶ Ayudar al cliente a entender que los errores y contratiempos son parte del proceso de crecimiento.
- ▶ Revisarlos no se trata de juzgar al cliente, sino de ajustar el plan.

**TODOS
COMETEMOS
ERRORES...
ES POR ESO
QUE EXISTEN
LOS
BORRADORES**



Las disciplinas del factor R

- ▶ Esta herramienta puede ayudarte a mostrar/explicar las disciplinas que hacen que las respuestas sean efectivas a los eventos en nuestras vidas.
- ▶ Evento + Respuesta = Resultado
- ▶ Respuesta = tu respuesta es la única parte de esta ecuación sobre la que tienes control real.



Resumen de la entrevista motivacional

- ▶ Proporciona una inmersión más profunda en el proceso de la entrevista motivacional:
- ▶ Aumento de las conversaciones sobre el cambio
- ▶ Disminución de las conversaciones de conservación

