



MODULO 1

INTRODUCCION Y HABILIDADES DE UN COACH.

¿Qué es el Coaching?

El coaching es una práctica profesional crecientemente solicitada por personas, empresas e instituciones que buscan **alcanzar logros significativos** en su vida personal y/o profesional.

Es una competencia que te ayuda a pensar diferente, que te permite tomar acción efectiva y con responsabilidad hacia tus objetivos, mientras crece la imagen que tienes de ti mismo, mejoras las comunicaciones y profundizas tus relaciones.

El coaching está focalizado en “ayudar a aprender”, que es un proceso diferente al enseñar. El coach (facilitador) no es alguien que le diga al coachee (cliente) qué es lo que tiene que hacer. Su tarea no es juzgar, ni dar consejos.

El rol del coach es hacer preguntas que estimulen a reflexionar, a recapacitar críticamente acerca de los supuestos indudables, a poner en cuestión las creencias y a tornar discutible lo que se considera incuestionable, favoreciendo así el desarrollo y crecimiento personal.

El trabajo del coach se sustenta más en los signos de interrogación que en los de admiración. Su misión es hacer que ***cada persona alcance sus propias comprensiones, viva con más conciencia y autenticidad, y se transforme en maestro de sí mismo.***



Principios del Coaching

- Nadie está en posesión de la verdad. **La misma realidad puede observarse desde diferentes** puntos de vista y llegar a interpretaciones y, por tanto, conclusiones diferentes pero igual de legítimas.
- Las personas actúan de la mejor manera dentro de sus posibilidades. El *coaching* permite el descubrimiento de nuevas maneras de hacer las cosas a partir del cambio de creencias limitantes.
- Todo individuo lleva un talento que espera ser revelado. El ser humano es completo, no le falta nada. En su interior contiene un enorme potencial que espera ser liberado. El *coaching* facilita esta liberación. El coachee es autónomo: es quien decide, quien opta y quien, en último término, resuelve.
- Las personas pueden cambiar. Los hechos no se pueden cambiar, pero sí la interpretación de los hechos: podemos elegir las interpretaciones que les damos. Todo lo que no es genético se puede cambiar.
- Confidencialidad. Nada de lo que diga el *coachee* trasciende fuera de las sesiones de *coaching*, ni de ese entorno seguro.
- Ser/Hacer. El *coaching* diferencia lo que HACEMOS de lo que SOMOS. Defiende que somos mucho más de lo que hacemos y que podemos elegir quién SER.

Distinciones de Coaching

En *coaching*, una distinción es la capacidad de ver y de entender un matiz nuevo o diferente relacionado con un concepto o con una actitud. El resultado de observar la realidad de forma distinta permite poder actuar de modo distinto.

- Entre las distinciones que más se manejan en coaching están las de Confianza, compromiso- Obligación, Error-Aprendizaje o Generosidad Dar-Recibir. Ahora bien, existe una lista innumerable de distinciones, tantas como observadores existen.



Roles en coaching

Coach

Profesional que **acompaña** al cliente en su desarrollo personal y profesional. El *coach* es como un taxista: el cliente le dice a dónde quiere ir y el coach le acompaña hasta ese sitio.



El **coach** escucha y observa al cliente, y le plantea **preguntas** para que éste se vea a sí mismo desde otro ángulo, amplíe su mirada y descubra nuevas posibilidades de acción. Es lo que en *coaching* se llama Cambio de Observador. El **coach** es un gentil incomodador ya que su misión última es llevar a la acción que genere resultados. El *coach* no hace terapia; no da consejos ni le dice al cliente lo que tiene que hacer.

Coachee



Es el cliente de coaching y es el protagonista del proceso de coaching, quien marca el la meta a alcanzar.

¿Qué no es Coaching?

- Coaching no es *Mentoría*, pues huye del consejo normativo para encontrar la sugerencia autocreativa.
- Coaching no es *Consultoría*, pues frente a la aportación ajena de soluciones defiende la búsqueda propia de las mismas.



- Coaching no es *Psicología*, pues lejos de ser una ciencia que estudia la conducta y el comportamiento humano solo es una metodología para su cambio.
- Coaching no es *Psiquiatría*, pues lo que todo enfermo mental necesita es un medico y no un Coach.
- Coaching no es Filosofía, pues las teorías sobre el sentido de la Vida son necesarias pero solo son válidas si tienen aplicación práctica.
- Coaching no es *Esoterismo*, pues lo “aleatorio”, “misterioso” e “iniciático” no se lleva muy bien con el necesario orden y sentido común que debe ser consustancial a la práctica procedimental del Coaching.
- Coaching no es dictar *Conferencias y Seminarios sobre Coaching*, pues ello siempre se acercará más a la Formación dado que solo la íntima cercanía en la interacción humana entre Coach y Coachee es lo que efectivamente lleva a conseguir cambios evidentes y por tanto resultados deseados.
- Coaching no es impartir *Clases de Coaching*, pues el largo trecho entre la teoría y la práctica queda evidenciado cuando alguien pasa de ser alumno a profesor de Coaching sin contar previamente con la suficiente experiencia en el ejercicio de la profesión.
- Coaching no es *Escribir Libros y Artículos*, pues nada de lo publicado (por muy acertado que sea) podrá competir nunca con un cara a cara biunívoco y reparador.
- Coaching no es *Mejora Profesional y Personal*, pues estos son los destinos a alcanzar siendo el camino el que facilita el Coaching.
- Coaching no es una *Moda*, pues su vigencia desde hace décadas en los países donde nació y que presentan más desarrollo garantiza su perdurabilidad y progresiva implantación internacional.
- Coaching no es el *Arte de Preguntar* sin más, pues en algunas ocasiones también son necesarias las respuestas del Coach que propicien otras preguntas más poderosas.
- Coaching no es *Complicación*, pues toda tendencia que se oriente académicamente hacia allí perjudicará siempre la consecución de resultados.
- Coaching no es mi *Profesión*, pues es algo más que trasciende el puro concepto laboral para convertirse agradecidamente en mi **Pasión**.¹

¹ <http://www.asescoaching.org/2012/01/19/lo-que-no-es-el-coaching/>



Las siete habilidades de un buen Coach

- 1. Empatía.** La empatía es la capacidad para observar a los demás, captar lo que están pensando y meternos en su piel. Una buena sesión de Coaching empieza precisamente por este punto, por observar y empatizar. Si somos capaces de ponernos en el lugar de las personas de nuestro entorno para entenderlas un poco mejor y responder de forma solidaria ya tenemos un punto a nuestro favor.
- 2. Equilibrio & madurez.** Un coach ha de ver la vida como un camino de mejora en el que el cambio es el motor del desarrollo personal y profesional. Como resultado de esa evolución, necesita haber llegado a un punto de madurez y equilibrio antes de colocarse frente a un coachee. Todos tenemos nuestros conflictos y áreas de mejora por resolver. Son necesarias buenas dosis de autoconocimiento y de equilibrio emocional para ofrecer un coaching solvente.
- 3. Asertividad.** Ante una situación de conflicto existen tres tipos de reacción: dejarse llevar por los demás para evitar el conflicto; volverse autoritario y agresivo, y, por último, hay gente que es capaz de defender su postura sin faltar al respeto de otros ni amedrentarse. Un coach en funciones responderá a este último tipo, el de las personas que saben decir que no sin gritar y que no tiene problema en discrepar abiertamente.
- 4. Intuición.** Fiarnos de nuestra intuición sobre algo que está sucediendo nos puede llevar a niveles más profundos de comprensión. Añade además otra dimensión a nuestra lógica habitual y a la mera perspectiva racional. Eso sí, se recomienda al coach novel contrastar lo intuido hasta llegar a la convicción. Si tu intuición es de las que no falla tienes mucho ganado para ejercer como coach.
- 5. Comunicación.** Saber preguntar y comunicarse eficazmente va a ser básico, pero saber escuchar puede ser incluso más importante. Y cuando hablamos de escuchar o de comunicar lo hacemos en el sentido más amplio de la palabra. No olvidemos que sólo un 7% de nuestro mensaje se traslada a través de las palabras y que sobre todo transmitimos a través de nuestra entonación y lenguaje corporal.
- 6. Capacidad de análisis y de síntesis.** Si la capacidad analítica nos permite disgregar la realidad en muchos elementos para revisarlos y descubrir sus relaciones, la capacidad sintética hace que podamos ver esos elementos



como un todo único. Una y otra permiten al coach organizar la información para que su visión sea más completa y ajustada a la realidad.

7. **Tenacidad.** Evitar asesorar a la persona que tenemos enfrente, no juzgar bajo ningún concepto, tener presente un método en todo caso... El coaching exige una disciplina férrea que no siempre es fácil observar. Si somos de esos que se mantienen firmes y que se adhieren a su propósito sin arrugarse ante la dificultad estaremos en el camino para ser buenos coaches²

Otras Habilidades

- Hablar con poder.
- Escuchar en profundidad.
- Indagar con maestría.
- Entrar en sintonía.
- Conversar en forma constructiva.

9 Competencias del Coaching

² <http://portaldelcoaching.com/columna/7-habilidades-para-ser-un-buen-coach/>



1 Establecer confianza con el cliente

- a) Da muestras de interés genuino por el bienestar y el futuro del cliente.
- b) Demuestra continuamente integridad personal, honestidad y sinceridad.
- c) Establece acuerdos claros y cumple las promesas.
- d) Demuestra respeto por las percepciones del cliente, su estilo de aprendizaje y manera de ser.
- e) Apoya constantemente y anima nuevos comportamientos y acciones, incluyendo aquellos que suponen asumir riesgos y miedo al fracaso.
- f) Pide permiso al cliente para adentrarse en temas delicados o que sean nuevos para el cliente.

2 Estar presente en el coaching

- a) Está presente y es flexible durante el proceso de coaching, “bailando” en el momento.
- b) Utiliza su intuición y confía en su saber interno – hace caso a sus “corazonadas”.



c) Está abierto a no saber y a correr riesgos.

d) Ve diversas maneras de trabajar con el cliente, y escoge en cada momento la más efectiva.

e) Utiliza hábilmente el sentido del humor para crear un tono ligero y con energía.

f) Cambia de perspectivas con seguridad y experimenta con nuevas alternativas a sus propias acciones.

g) Demuestra confianza cuando trata con emociones fuertes y tiene auto-control, de manera que no se ve desbordado ni dominado por las emociones del cliente.

3 Escuchar activamente

a) Atiende al cliente y sus necesidades y objetivos, no según las necesidades y objetivos que el coach tiene para el cliente.

b) Escucha las preocupaciones, metas, valores y creencias del cliente sobre lo que éste considera que es posible y lo que no lo es.

c) Ve la diferencia entre las palabras, el tono de voz y el lenguaje corporal del cliente.



- d) Resume, parafrasea, reitera, refleja lo que el cliente ha dicho para asegurar claridad y comprensión.
- e) Anima, acepta, explora y refuerza al cliente para que exprese sus sentimientos, percepciones, preocupaciones, creencias, sugerencias, etc.
- f) Integra y construye basándose en las ideas y sugerencias del cliente
- g) Extrae lo esencial de lo que el cliente comunica y le ayuda a llegar a ello sin perderse en largas historias descriptivas.
- h) Permite al cliente expresar o “ventilar” su situación sin emitir juicios de valor ni quedarse enganchado en ella, con el fin de poder continuar el proceso.

4 Realizar preguntas potentes

- a) Hace preguntas que reflejan la escucha activa y la comprensión del punto de vista del cliente.
- b) Hace preguntas que evoquen descubrimiento, toma de conciencia, compromiso o acción (por ejemplo, aquellos que desafían las presunciones del cliente).
- c) Hace preguntas abiertas que aporten mayor claridad,



posibilidades o nuevos aprendizajes.

d) Hace preguntas que lleven al cliente hacia lo que desea, no preguntas que lleven al cliente a justificarse o mirar al pasado.

5 Comunicar directamente

a) Es claro, articulado y directo al aportar y compartir feedback.

b) Reencuadra y articula para ayudar al cliente a entender desde otra perspectiva, lo que éste quiere o aquello de lo que no está seguro.

c) Indica claramente los objetivos del coaching, la agenda de la sesión, y el propósito de las técnicas o ejercicios.

d) Utiliza lenguaje apropiado y respetuoso con el cliente (no sexista, ni racista, demasiado técnico, jerga...)

e) Utiliza metáforas y analogías que ayuden a ilustrar un tema o pintar un cuadro con palabras.

6. Crear consciencia

a) Va más allá de lo que se dice al determinar las preocupaciones del cliente, no dejándose llevar por la descripción que hace el cliente.

b) Propone reflexiones e indagaciones en busca de una mayor comprensión, conocimiento y claridad.



c) Identifica para el cliente sus preocupaciones ocultas, las maneras fijas y típicas de percibirse a sí mismo y al mundo, las diferencias entre los hechos y su interpretación, las disparidades entre sus pensamientos, sensaciones y acciones.

d) Ayuda a los clientes a descubrir para ellos mismos nuevos pensamientos, creencias, percepciones, emociones, humores, etc. que le refuerzan en su capacidad para actuar y alcanzar lo que es importante para ellos.

e) Comunica perspectivas más amplias a los clientes y les inspira a comprometerse para cambiar sus puntos de vista y encontrar nuevas posibilidades para la acción.

f) Ayuda a los clientes a ver los diferentes factores interrelacionados que les afectan, tanto a ellos mismos como a sus comportamientos (por ejemplo: pensamientos, emociones, cuerpo, historial).

7. Diseñar acciones

a) Desarrolla ideas conjuntamente y ayuda al cliente a definir acciones que permitan al cliente demostrar, practicar y profundizar en nuevos aprendizajes.

b) Ayuda al cliente a enfocarse y explorar sistemáticamente las preocupaciones y oportunidades específicas claves para alcanzar



las metas.

- c) Compromete al cliente a explorar ideas y soluciones alternativas, a evaluar opciones y a tomar decisiones relevantes.
- d) Promueve la experimentación y el auto-descubrimiento activos, en los cuales el cliente aplique lo que ha sido discutido y aprendido inmediatamente después de las reuniones de coaching, bien en su vida o en su trabajo.
- e) Celebra los éxitos del cliente y las capacidades de crecimiento en el futuro.
- f) Desafía las presunciones y perspectivas del cliente provocando nuevas ideas y encontrando nuevas posibilidades para la acción.
- g) Plantea y defiende puntos de vista que estén en concordancia con las metas del cliente y le invita a que los considere sin ningún compromiso por su parte.
- h) Ayuda al cliente a “hacerlo ahora” en la sesión de coaching, aportando apoyo inmediato.
- i) Anima al cliente a ir siempre más allá y aceptar desafíos pero a un ritmo cómodo para el aprendizaje.

8. Planificar y establecer metas



- a) Consolida la información recogida y establece un plan de coaching y metas de desarrollo con el cliente que tratan sus preocupaciones así como las principales áreas de aprendizaje y desarrollo.

- b) Crea un plan con resultados que son alcanzables, medibles, específicos y con fechas determinadas.

- c) Hace ajustes a lo planificado, en función de lo que se justifique por el proceso del coaching y por los cambios en la situación.

- d) Ayuda al cliente a identificar y acceder a diferentes recursos para aprender (por ejemplo: libros, otros profesionales,...)

- e) Identifica y apunta los primeros éxitos que son importantes para el cliente.

9. Gestionar progreso y responsabilidad

- a) Plantea y pide claramente al cliente acciones que le dirijan hacia las metas planeadas.

- b) Demuestra seguimiento a través de preguntas al cliente sobre las acciones a las cuales se había comprometido en sesiones previas.

- c) Da reconocimiento al cliente sobre lo que ha hecho, lo que no ha hecho, ha aprendido o se ha dado cuenta desde la sesión anterior.



- d) Prepara, organiza y repasa eficazmente con el cliente la información obtenida a lo largo de las sesiones.
- e) Mantiene al cliente sobre la pista entre sesiones prestando atención al plan de coaching y sus resultados, líneas de actuación acordadas y temas para futuras sesiones.
- f) Se enfoca en el plan de coaching pero también está abierto para ajustar comportamientos y acciones basadas en el proceso de coaching y cambios de dirección en las sesiones.
- g) Es capaz de retroceder y avanzar en el escenario general a donde se dirige el cliente, fijando el contexto de lo que se está discutiendo y a dónde quiere ir el cliente.
- h) Promueve autodisciplina en el cliente e impulsa la responsabilidad del cliente sobre lo que dice que va a hacer, por los resultados de una acción deseada, o por un plan específico con plazos determinados.
- i) Desarrolla la capacidad del cliente para tomar decisiones, tratar preocupaciones o temas claves, y desarrollarse a sí mismo (obtener feedback, determinar prioridades, fijar el ritmo de aprendizaje, reflexionar sobre y aprender de las experiencias propias).



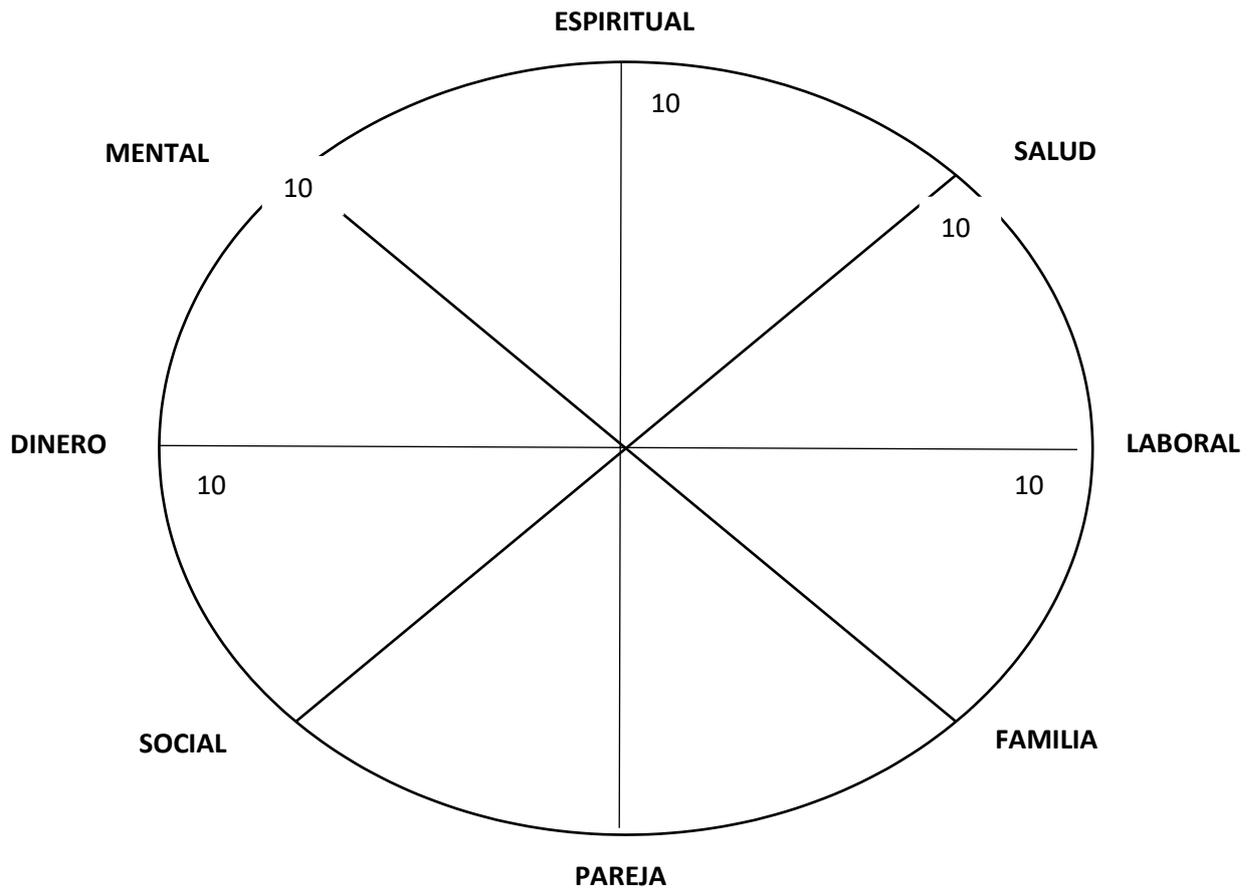
j) Enfrenta al cliente de un modo positivo con el hecho de que no llevó a cabo las acciones acordadas. ³

³ <http://icfecuador.org/competencias-claves-de-coaching-icf/>



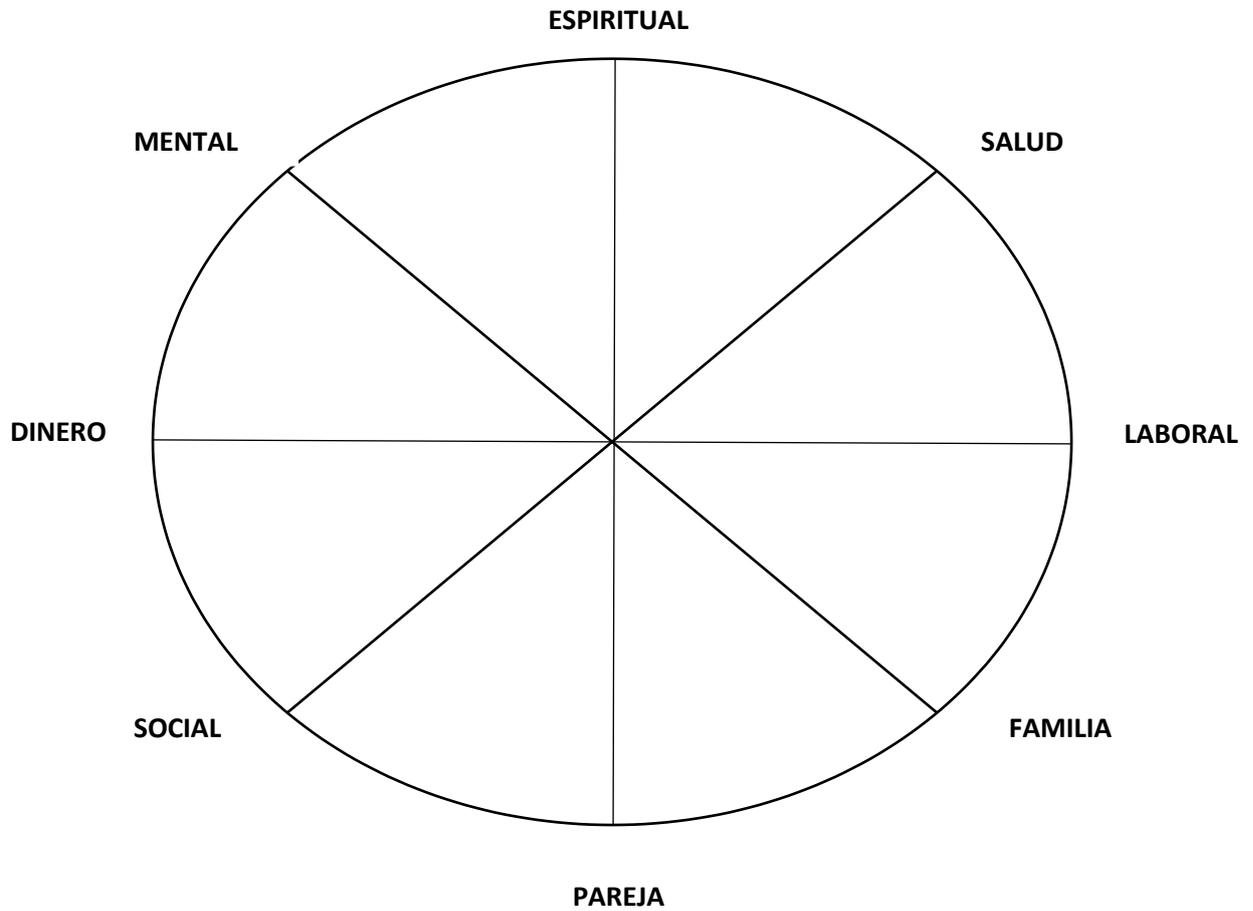
Herramienta de Coaching: La Rueda de la Vida

PRESENTE





TALLER FUTURO



OBJETIVOS

- 1.- Espiritual.....
- 2.- Salud.....
- 3.- Laboral.....
- 4.- Familia.....
- 5.- Pareja.....
- 6.- Social.....
- 7.- Dinero.....
- 8.- Mental.....