

Curso De Coaching Acelerado

Cómo Convertirte En Coach En 3 Meses



+58 212 893 17 50

info@liderazgosinlimites.com

www.LiderazgoSinLimites.com

“No se puede enseñar nada a un hombre; sólo se le puede ayudar a encontrar la respuesta dentro de sí mismo.” – Galileo Galilei

Copyright © 2012 Beyond Coach Inc BCIN, C.A.

Todos los derechos reservados

Este documento contiene contenido de propiedad intelectual y no debe ser duplicado o distribuido sin permiso escrito.

Ninguna porción de este material debe ser compartido o reproducido de ninguna manera y bajo ninguna circunstancia sin permiso escrito por adelantado por Beyond Coach Inc BCIN, C.A.

Para solicitudes de permiso, contactar:

Beyond Coach Inc BCIN, C.A.

info@liderazgosinlimites.com

0058 212 893 17 50

Ninguna parte de este material intenta ofrecer asesoramiento legal, profesional, personal o financiero. La información contenida en este material no puede reemplazar los servicios de profesionales entrenados en cualquier área, incluyendo, pero no estando limitado, al área financiera o legal. Bajo ninguna circunstancia Stephan Kaiser o Martin Kaiser o Beyond Coach Inc BCIN, C.A. o cualquiera de sus representantes o contratistas serán responsables por cualquier daño especial o consecuente que resulten del uso, o la inhabilidad de usar, la información o estrategias comunicadas en este seminario, estos materiales, o cualquier servicio proporcionado antes o después del seminario, aún si se asesora respecto a la posibilidad de dichos daños.

Únicamente tú eres responsable y tienes que rendir cuentas por tus decisiones, acciones y resultados en la vida y mediante el uso de estos materiales aceptas no intentar hacernos responsables por cualquier decisión, acción o resultado en cualquier momento o circunstancia.

Hemos dado nuestro mejor esfuerzo para representar de forma precisa las estrategias y su potencial para mejorar tu vida y hacer crecer tu negocio. Sin embargo, esto no es un esquema de “hacerte rico de forma rápida” y no hay ninguna garantía que vas a ganar dinero utilizando las técnicas aquí presentadas. Tu nivel de éxito al obtener resultados similares depende de un número de factores, incluyendo tus habilidades, conocimientos, capacidades, dedicación, personalidad, mercado, comprensión de los negocios, enfoque empresarial, metas empresariales, socios y situación financiera. Debido a que estos factores varían de individuo a individuo, no podemos garantizar tu éxito, nivel de ingresos o habilidad de obtener ingresos. Cualquier declaración financiera o del futuro son simplemente nuestras expectativas o pronósticos para el futuro y como consecuencia no prometen un rendimiento real. Estas declaraciones son simplemente nuestra opinión o experiencia. Como es estipulado por la ley, ninguna garantía futura puede ser hecha de que alcanzarás cualquier tipo de resultados con nuestra información y no ofrecemos asesoramiento legal o financiero.

BIENVENIDA

¡Felicitaciones!

El día de hoy es el comienzo de una nueva vida para ti. Porque el día de hoy has decidido mejorar tu vida y la vida de otras personas mediante el coaching. ¡Este es un viaje emocionante!

Antes que nada quiero decir que realmente te admiro. Con tantas distracciones que hay allá afuera como ver televisión, escuchar la misma canción por décima vez o quejarse de los políticos, tú has decidido hacer este curso. Eso es algo digno de admirar. El hecho que estás realizando este curso me indicia que tú eres parte del pequeño porcentaje de personas que está dispuesto a invertir en su propio crecimiento personal y que quiere ayudar a otros a crecer también. ¡El mundo necesita más personas como tú!

Este curso es tanto productivo así como divertido. El curso es productivo porque vas a aprender de manera acelerada todas las ideas, estrategias y herramientas esenciales del coaching. El curso también es divertido porque estás siendo acompañado de manera personalizada por tu coach. Tu coach te irá proporcionando respuestas a tus inquietudes y te dará comentarios constructivos para que cada día puedas seguir mejorando como persona y como coach. ¡Este viaje te va a hacer crecer rápidamente! Así que, ¡empecemos de una vez!

¡Vive siempre con pasión en el corazón!

En amistad,



--Stephan Kaiser
Fundador, LiderazgoSinLimites.com

PREFACIO

Hoy más que nunca, vivimos en tiempos de hiperactividad y desenfoque.

Los estudios demuestran que una de cada tres personas sufre de estrés extremo. Más aún, las investigaciones han descubierto que cada tres minutos estamos cambiando de actividad (hablando por teléfono, luego trabajando en un proyecto, más tarde siendo interrumpidos por un compañero de trabajo, etc.). De la misma manera, los expertos consideran que vivimos en la “mentalidad microondas”, en la que las personas anhelan hacer un mínimo esfuerzo para alcanzar resultados extraordinarios de manera inmediata.

¿Cómo podemos mantenernos calmados, enfocados y tomando acciones diarias inteligentes que nos acerquen cada día más a nuestras metas?

El coaching es una disciplina que nos ayuda justamente a superar los desafíos del siglo XXI y a alcanzar todos nuestros objetivos.

Los estudios demuestran que las personas que reciben coaching aumentan su productividad, mejoran sus relaciones, incrementan su nivel de satisfacción, están más comprometidas con sus metas, entre muchos otros beneficios. En esencia: el coaching permite desarrollar tus habilidades personales y profesionales para alcanzar más satisfacción interna y éxito externo.

Empecemos el increíble viaje de convertirnos en coaches efectivos para crear cambios positivos en nuestra propia vida y en la vida de los demás.

¿Cómo empezar?

Para empezar, haz lo siguiente:

1. Anota los datos de tu coach que aparecen a continuación.
2. Lee cada módulo de este documento.
3. Al finalizar cada módulo envía el ejercicio correspondiente a tu coach.
4. Cualquier pregunta que te surja en el camino, anótala y realízala en nuestras sesiones PyR (Preguntas Y Respuestas).

Tu Coach Es:

Stephan Kaiser, Fundador De LiderazgoSinLimites.com

Email: info@liderazgosinlimites.com

skype: stephanmnk

¿Cómo funciona el curso?

El curso completo se compone de:

- **Módulos De Aprendizaje.** Cada módulo te enseña la base teórica de los conocimientos y habilidades fundamentales que debes adquirir como coach.
- **Actividades prácticas.** Este curso contiene ejercicios que debes realizar y mandar a tu coach para que transformes la teoría en práctica.
- **Una evaluación por teléfono o skype.** Este es un juego en el que tú entras en el rol del coach y tu coach juega el rol del cliente. Esta sesión es la simulación de un coaching real y te permite experimentar si ya dominas las habilidades fundamentales del coaching.
- **Sesiones PyR (Preguntas Y Respuestas).** En nuestras sesiones PyR puedes solucionar todas tus dudas y aprender de la experiencia de otros alumnos que también realizan nuestro programa de coaching.
- **Diplomado Del Curso** de parte de nuestra compañía de capacitación y coaching. Para obtener este certificado debes haber cumplido los pasos anteriores de: (1) haber estudiado todos los módulos, (2) haber enviado todos tus ejercicios a tu coach y (3) haber realizado el juego de rol con tu coach durante los próximos tres meses.

Recomendaciones para practicar

Como ya mencionamos, a lo largo de este curso vas a tener ejercicios y actividades que realizar. Muchas veces estas actividades exigirán que consigas a otra persona quien asuma el rol de quien recibe el coaching (a esta persona la llamamos “el cliente” o también “el coachee”).

Aprenderás a mejorar tus habilidades como coach mediante la práctica, la auto-reflexión y la retro-alimentación que te dará tanto tu “cliente” así como tu coach.

En caso de que todavía no cuentes con quién practicar tus habilidades de coaching, aquí te damos algunos tips sobre cómo escoger a tu “cliente” y cómo debes practicar con él:

- Es preferible que tu coachee sea un conocido (y no un amigo o familiar)
- Tu cliente debe saber qué es el coaching (si no lo sabe, tú se lo puedes explicar después de leer el primer módulo de este curso)
- Tu cliente debe saber que estás practicando el coaching
- Recuerdate a ti mismo que estás practicando y que es natural que no lo harás todo perfecto las primeras veces
- Repasa todos los materiales del curso y prepara tus ejercicios, pero al momento de estar con tu cliente no le impongas algo que aprendiste sino enfócate en escucharlo y servirle de la mejor manera posible
- Antes de una sesión, asegúrate de relajarte, despejar tu mente y sólo concentrarte en la conversación que vas a tener con tu coachee
- Después de una sesión, relájate y repasa mentalmente la sesión para evaluar qué hiciste bien y qué crees que podrías mejorar para la próxima vez
- Por sobre todo: ¡Disfruta! Disfruta este nuevo proceso llamado coaching y disfruta de todos los nuevos aprendizajes que vas a tener

-EI RETO DE LOS 90 DÍAS- CÓMO CONVERTIRTE EN COACH EN 3 MESES

Este curso es tuyo por el resto de tu vida. Es decir, puedes realizar este curso al ritmo que tú desees. Puedes regresar a tu área de miembros del curso cuando quieras y puedes releer todos los materiales todas las veces que te provoque.

Sin embargo, te invitamos a que asumas el reto de hacer todo este curso durante los siguientes tres meses. De hecho, sólo tienes derecho al juego de rol con tu coach y sólo recibirás el diploma de participación de este curso si lo completas durante los próximos tres meses.

Así que, ¿cómo puedes asumir y cumplir el reto de convertirte en coach en tres meses?

Muy sencillo:

Este curso contiene 10 ejercicios prácticos y 1 juego de rol con tu coach. Es decir, contiene un total de 11 dinámicas que debes realizar.

Si quieres estar seguro de que vas a completar el curso durante los próximos tres meses, lo único que tienes que hacer cada semana es realizar 1 ejercicio y estudiar los materiales correspondientes para poder llevarlo a cabo. Si cada semana cumples 1 ejercicio (y previamente leíste los contenidos del mismo), vas a completar el curso en 11 semanas... ¡lo cual es menos de tres meses!

Por supuesto que puedes realizar el curso al ritmo que desees. Pero si quieres tener un plan de acción concreto entonces sencillamente cada semana estudia los materiales hasta que aparezca el próximo ejercicio y realízalo.

El tiempo estimado para realizar un ejercicio y estudiar los materiales correspondientes es de un promedio de 90 min. ¡Así que hora y media a la semana te aseguran que completarás este curso en tres meses!

¡Ahora empecemos nuestro viaje para convertirnos en coach!

INDICE

BIENVENIDA.....	4
PREFACIO	5
EI RETO DE LOS 90 DÍAS- CÓMO CONVERTIRTE EN COACH EN 3 MESES.....	8
MÓDULO 1- INTRODUCCIÓN AL COACHING	10
Desarrollo histórico del coaching	10
La definición del coaching	11
Diferencias con otras disciplinas	12
Tipos De Coaching.....	13
Contenidos De Coaching	13
MÓDULO #2- MODELOS DE COACHING	15
Transformación De Sueños Imposibles En Realidades Inevitables	16
Las 6 Necesidades Humanas.....	23
De La Frustración A La Solución	24
MÓDULO #3- HABILIDADES FUNDAMENTALES.....	29
Crear rapport.....	30
La escucha efectiva	33
Preguntas Poderosas	36
Empoderar	39
MÓDULO #4- LOS 10 ERRORES MÁS COMUNES.....	41
MÓDULO #5- TU CAJA DE HERRAMIENTAS COMO COACH	45
MÓDULO #6- CÓMO CONSEGUIR TUS PRIMEROS 100 CLIENTES.....	55
MÓDULO #7- CÓDIGO ÉTICO IAC	63
¡HASTA PRONTO!.....	77

-MÓDULO 1- INTRODUCCIÓN AL COACHING

Este primer módulo está diseñado para que tú obtengas una visión general del pasado, presente y futuro del coaching. Este módulo es muy importante ya que forma la base de todos los próximos módulos y aprendizajes.

Desarrollo histórico del coaching

Uno podría argumentar que el coaching tiene sus raíces en los deportes y por ello realmente se inició en la Antigua Grecia donde los entrenadores (“coaches”) preparaban a los atletas para los Juegos Olímpicos. Sin embargo, para nuestro enfoque práctico, vamos a brevemente repasar el concepto moderno del coaching desde los años setenta.

Para cumplir este propósito, varios autores describen siete etapas históricas del coaching. En los años setenta el coaching se empezó a integrar en el ambiente empresarial como un complemento personal y motivacional al hasta entonces vigente enfoque profesional de la gerencia. Después de este origen, en los años ochenta, el coaching se utilizó principalmente como un medio para apoyar el desarrollo de gerentes jóvenes. Una de las mayores razones para esto era la cada vez más mayor competitividad a nivel mundial.

Más tarde, la tercera fase de coaching se inició a mediados de los años ochenta. En este momento el coaching cada vez era más aplicado por un experto ajeno a la empresa (y no por un supervisor interno) a la misma vez que el coaching se enfocaba más en los niveles gerenciales superiores. En esta tercera fase el coaching se popularizó rápidamente debido a la confidencialidad que empezó a existir entre el coach y el cliente.

La cuarta fase del coaching se inició cuando los departamentos de recursos humanos empezaron a gerenciar los procesos de coaching. Con esta tendencia, el coaching cada vez se volvió más sistemático en elementos como por ejemplo: las situaciones en las que se requiere un coach, temas típicos a tratar en el coaching, compenetración entre coach y cliente, etc.

Seguidamente, la quinta fase se vio definida por el rápido crecimiento en el nivel de publicaciones sobre la industria del coaching. Sin embargo, la acelerada distribución del término llevó a que éste fuese ampliamente utilizado en una

variedad de mercados hasta que rápidamente se perdió la visión general de la industria.

La sexta fase empezó a mediados de los años noventa y fue a partir de esta etapa que el coaching realmente empezó a atravesar su fase de popularidad máxima. Muchos expertos aseguran que todavía nos encontramos en esta fase de popularidad del coaching en la que el término es libremente utilizado por una variedad de especialistas.

Sin embargo, muchos autores también destacan que se está iniciando una séptima fase del coaching, la cual se caracteriza por una creciente necesidad de profesionalizar la industria y de volver a ganar transparencia sobre la misma.

Al revisar estas fases históricas del coaching, se vuelve evidente que el coaching no es simplemente una nueva palabra para viejos métodos sino que cumple su propio propósito. Sin embargo, cabe destacar que el coaching no es un enfoque “mágico” en el que los retos del cliente son solucionados instantáneamente. También es importante resaltar que hoy en día no todo a lo que llaman coaching realmente es coaching.

Veamos entonces qué es lo que realmente significa coaching para obtener claridad sobre este término y así podernos empezar a convertir en verdaderos coaches éticos.

La definición del coaching

El coaching es una disciplina que ha tenido tanto éxito que se ha convertido en una palabra ampliamente utilizada. Hoy en día el coaching es utilizado para describir una variedad de intervenciones de diferentes especialistas, por lo que es importante que definamos cómo vamos a emplear la palabra “coaching” en este curso.

En su sentido más básico, el coaching es una relación en la que una persona (el cliente) deseando desarrollar sus habilidades, decide ser asistida por otra persona (el coach). Lo que une a estas dos personas es su mutuo interés en desarrollar al cliente para que éste pueda alcanzar sus metas y aspiraciones. En este sentido, el coaching es un proceso enfocado en la implementación práctica que promueve el crecimiento personal y profesional del cliente a través de un cambio que él mismo decidió iniciar.

Es importante entender que en esta relación el coach no es un solucionador de problemas sino más bien un asesor del desarrollo. Esto quiere decir que el coach

no le va a enseñar algo al cliente sino que le va a proporcionar las herramientas y circunstancias necesarias para que el coachee pueda tomar sus propias decisiones y actuar de manera asertiva. Como consecuencia, un gran énfasis del coaching yace en el proceso de reflexión del cliente y en la relación (de confidencialidad) que existe entre los dos.

El coaching es una ayuda para la autoayuda, es decir que su objetivo es que el cliente se desarrolle a tal grado que se vuelva independiente en el asunto en el que se le está ofreciendo amparo.

Diferencias con otras disciplinas

Como el coaching muchas veces es confundido con otras disciplinas, es importante resaltar cuáles son los puntos diferenciadores con otras intervenciones.

- **Consultoría**

La diferencia fundamental con la consultoría es que un consultor es pagado para dar las respuestas adecuadas mientras que un coach es pagado para hacer las preguntas adecuadas.

Esto significa que cuando una persona va a un consultor y le presenta su problema, la labor del consultor es la de dar (en base a su análisis y experiencia) la mejor solución posible.

Al contrario de esto, cuando una persona va a un coach con algún reto que tiene, el coach nunca “impone” algún plan de acción para el cliente. Todo lo contrario: mediante la escucha empática y habilidades como las preguntas asertivas, el coach inicia el proceso de reflexión del cliente para que éste encuentre su propia solución a su reto.

Aparte de esta diferencia fundamental, la consultoría muchas veces está sólo enfocada en el área ejecutiva de las personas. El coaching, por su parte, no se limita a esta área sino que se puede aplicar al área personal, profesional y ejecutiva del cliente.

- **Terapia**

La diferencia principal con esta disciplina es que la terapia parte de la suposición de que la persona necesita ser “curada”. El coaching, por su parte, parte del principio de que el cliente está “completo” (y por ello puede conseguir sus propias respuestas a sus retos). De la misma manera, mientras que la terapia se enfoca en códigos médicos, el coaching no se basa en éstos sino que se enfoca en desarrollar las habilidades del cliente.

- **Enseñanza**

El objetivo de la enseñanza tradicional es que el profesor le proporcione conocimientos al estudiante.

El coach no proporciona información sino que proporciona herramientas para que el cliente pueda crear mejor hábitos.

El coach no es experto del contenido. El coach es experto del proceso. En este sentido, un coach puede, por ejemplo, ser coach de golfistas sin saber jugar golf.

- **Formación**

La formación es un tiempo temporal pre-definido por el instructor. El coaching es un proceso flexible que puede durar entre varias sesiones hasta varios meses.

De la misma manera, mientras que en la formación el contenido proviene del instructor, en el coaching el contenido de las sesiones es establecido por el cliente.

Tipos De Coaching

Existen diferentes tipos de coaching, sobre todo caracterizados por dos dimensiones: (1) la ocupación y el origen del coach y (2) el número de clientes.

En la primera dimensión, el coach puede ser interno o externo respecto a la empresa que solicita el coaching. Normalmente los coaches externos realizan coaching a tiempo completo. Por el contrario, típicamente el coach interno de la compañía cumple otras funciones aparte del coaching.

Respecto a la segunda dimensión, típicamente el coaching tiene la forma de una relación individual (uno-a-uno) o de un coaching grupal (uno-a-varios).

Para este curso de coaching, vamos a suponer que somos un coach externo/independiente de una empresa y que tenemos relaciones uno-a-uno con nuestros clientes.

Contenidos De Coaching

Es importante notar que el coaching puede cubrir diferentes contenidos. Hay que también recordar que hoy en día no todo lo que llaman coaching realmente es coaching. Puede ser que uno vea títulos como “coach astrológico”,

“coach tecnológico”, entre otros, y estas personas no estén realmente haciendo coaching con sus clientes.

A continuación se presentan los tres contenidos más comunes en el coaching:

El coaching personal (o coaching de vida) es distinto a otros contenidos ya que se enfoca en la persona fuera de un contexto organizacional/empresarial. Por ello, el coaching personal se concentra en el proceso de aprendizaje y desarrollo en la vida personal del cliente, apoyándolo para que pueda crear un cambio positivo en su vida privada.

El coaching profesional se enfoca en el individuo dentro de un contexto organizacional, empresarial o institucional, afectando las acciones de estas personas para promover el éxito en todos los niveles de la organización. El coaching profesional se enfoca en objetivos y procesos institucionales, tratando con el trabajo específico en el que está envuelto el empleado.

El coaching ejecutivo centra su atención en los ejecutivos que buscan desarrollar su efectividad y desempeño profesional. El coaching ejecutivo proporciona herramientas a los ejecutivos para que puedan tomar mejores decisiones como personas, gerentes y líderes de la compañía.

Aún cuando todos estos contenidos del coaching son interesantes y son posibles áreas en las que cualquier coach se puede especializar, en este curso vamos a mirar el coaching desde el punto de vista del coaching personal.



EJERCICIO: Tu definición

¿Cuál es tu definición del coaching? Basándote en el contenido de este primer módulo (y en otros conocimientos que ya puedas tener), te pido que (1) formules tu propia definición del coaching y que (2) expliques por qué lo defines de esa manera.

Relájate: No hay una respuesta correcta a esta pregunta y por supuesto que puedes ir cambiando de opinión a lo largo de este curso.

Importante: Limita tu respuesta a 100 palabras máximo.

Después de haber completado este ejercicio, envíalo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma de participación en este curso, todos los ejercicios tienen que ser completados.

-MÓDULO #2- MODELOS DE COACHING

Seguramente tú has tenido alguna conversación que te cambió la vida. Tal vez la persona con la que estabas conversando te hizo ver tus problemas desde un nuevo enfoque, te dio ánimo o te amplió tu mundo de posibilidades.

Como coach tú quieres que cada conversación con tu coachee sea una conversación que le cambie la vida. Puede ser que en una sesión eres catalizador de nuevas perspectivas, o estás para empoderarlo o le ayudas a crear un mejor plan de acción. Pero lo cierto es que tú quieres que al final de una conversación contigo, el cliente esté más cerca de sus anhelos y objetivos de lo que estaba antes de iniciar la conversación.

La pregunta es: ¿Cómo logras esto? ¿Qué pasos puedes seguir para llevar al cliente de su situación actual a su situación ideal?

En el coaching utilizamos diferentes modelos, es decir, diferentes procesos que nos permiten guiar al cliente a fin de que éste alcance sus objetivos.

Diferentes situaciones requieren de diversos modelos de coaching. En este curso te quiero presentar cuáles son los tres modelos de coaching que más ampliamente utilizo (y que también más comúnmente emplean los coaches que conozco).

Puedes utilizar un modelo de coaching como tu modelo principal para cada sesión, o también puedes emplear tu intuición para moverte de un modelo al siguiente durante tus sesiones.

Te recomiendo que utilices estos modelos como guías. De hecho, te aconsejo que revises estos modelos antes y después de tus sesiones de coaching. No los saques y revises durante la sesión, ya que le quieres y necesitas dar el 100% de tu atención al coachee. Más aún, recuerda que estos modelos no son lineales sino generales, así que no los tienes que seguir secuencialmente. Mientras más práctica adquieras, podrás emplearlos de manera más libre y personalizada.

Modelo De Coaching #1:**Transformación De Sueños Imposibles En Realidades Inevitables**

Este modelo de coaching es el primero que yo aprendí como coach y forma la base de muchos procesos de coaching. Es un modelo de coaching muy sencillo y efectivo.

Este modelo de coaching se denomina “To GROW” en inglés, lo cual significa “crecer”. El título “To GROW” es una abreviación para los pasos que se siguen en este modelo de coaching, los cuales son los siguientes:

[Abreviación = Nombre En Inglés = Nombre en Español]

To = Topic = Asunto

G = Goal = Objetivo

R = Reality = Realidad

O = Options = Opciones

W = Wantpower = Compromiso

Veamos cada uno de estos cinco pasos por separado.

Paso 1: Asunto (“Topic”)

El primer paso en este modelo de coaching consiste en identificar cuál es el asunto del cual quiere hablar el cliente. Puede ser que el cliente ya tenga una idea de lo que quiere tratar, o tal vez todavía haya que ayudarlo a definir exactamente cuál es el tema que se va a atacar. Este primer paso es muy importante ya que si no hay claridad sobre el asunto del que se quiere hablar, entonces el resto de este modelo de coaching rápidamente se vuelve inefectivo.

Es importante recordar que en el coaching seguimos la agenda del cliente. No intentes imponer un asunto o tema. Conviértete más bien en un catalizador para que el cliente obtenga claridad sobre el asunto que quiere tratar.

A continuación te presento una serie de preguntas que le puedes hacer al coachee para empezar a obtener claridad sobre el tema que van a hablar:

- ¿Qué tema te gustaría que tocásemos en esta sesión?
- ¿Hay algún asunto que quieres resolver en tu vida?
- ¿Existe un tema el cual actualmente te tiene intranquilo?
- ¿Cuál es el reto que te gustaría superar?
- ¿Cuál es el sueño que quieres alcanzar?
- ¿Cómo podemos sacarle el máximo provecho a nuestro encuentro de hoy?
- ¿Me pudieras contar un poco más sobre este tema?
- ¿Qué otro punto acerca de este asunto nos puede interesar?
- Entonces, ¿concretamente cuál es el asunto que te gustaría resolver?

Paso 2: Objetivo (“Goal”)

Una vez que hayas definido con el cliente cuál es el asunto que quiere tratar, es hora de definir cuál es el objetivo que quiere alcanzar. Por ejemplo, tal vez el asunto del cual quiere hablar el coachee sean sus finanzas. En este paso toca definir si su objetivo es salir de deudas, alcanzar un determinado nivel de ingresos o asegurar la riqueza acumulada hasta el momento.

Es importante notar que una meta bien definida permite que el resto del proceso de coaching fluya de manera natural. De modo que no subestimes la importancia de este paso. Recuerda siempre definir con el cliente metas que sean específicas, medibles, alcanzables y definidas con una fecha límite. No hay objetivos imposibles, sólo hay fechas límites imposibles. Así que asegúrate que por un lado la meta represente un reto para el cliente y que por el otro lado también sea alcanzable hasta la fecha límite establecida.

También cabe destacar la importancia de sub-dividir una meta grande en varios objetivos pequeños. Tal vez el objetivo del cliente sea el de “duplicar sus ingresos hasta final de año”. Es importante dividir esta meta en los pasos que debe seguir semanalmente o mensualmente para obtener ese objetivo (por ejemplo, conseguir cinco clientes nuevos cada semana). De esta manera se puede medir el progreso del cliente y mejorar su enfoque a lo largo del tiempo.

Algunas preguntas que le puedes hacer a tu cliente son:

- ¿Cuál es el objetivo que quieres alcanzar en esta sesión?
- Imagínate que no hay nada imposible para ti. ¿Cuál es la meta más importante que te gustaría alcanzar?
- ¿Por qué esa meta es tan importante para ti?
- ¿Hasta cuándo te gustaría alcanzar ese objetivo?
- ¿Cómo crees que podríamos medir el progreso de ese objetivo?
- ¿Cómo sabemos que hemos alcanzado la meta?

Paso 3: Realidad (“Reality”)

Hasta este momento, has definido con tu cliente cuál es el asunto del cual quiere hablar y cuál es el objetivo que desea alcanzar. Una vez cubiertos los pasos anteriores, puedes indagar sobre su realidad actual. Para poder empezar a caminar hacia la meta, debemos saber cuál es el punto de partida del cliente. Ese es el propósito de este paso.

Tu labor principal consiste en apreciar y entender la situación personal del cliente. No busques juzgar, calificar, o etiquetar al coachee. Simplemente despierta tu curiosidad, pregunta, escucha y entiende en dónde se encuentra tu cliente.

Al entender la realidad actual del coachee puedes empezar a apreciar cuál es la distancia que separa al cliente de su meta. Por ejemplo, si la meta del cliente es alcanzar un determinado nivel de ingresos, al indagar sobre su realidad financiera actual, empiezas a entender cuántos ingresos adicionales son necesarios para cerrar la brecha entre su situación actual y la situación ideal. Si el objetivo del coachee es tener un determinado peso corporal, al entender cuál es la realidad de su salud actual, entiendes cuánto camino le queda por recorrer para llegar a ese peso ideal.

Algunas preguntas que le puedes hacer a tu coachee en este paso son:

- ¿Cómo describirías tu situación actual?
- ¿Cómo se manifiesta el problema actualmente en tu vida?
- ¿De qué estás orgulloso?
- Si una persona externa evaluaría tu vida, ¿cuál sería su veredicto?
- ¿Qué es lo que funciona realmente bien en tu situación actual?

Paso 4: Opciones (“Options”)

En este momento ya sabes cuál es la realidad actual de tu coachee y a dónde quiere llegar. Llega un paso muy interesante: ¡es la hora de descubrir cuáles son todas las opciones que tiene el cliente para llegar a su meta!

Tu labor como coach es que las posibilidades fluyan. En este sentido, es importante ponerte en una mentalidad de “lluvia de ideas” en la que todas las ideas son aceptadas/anotadas sin juzgarlas.

De la misma manera es de suma importancia que las opciones surjan de tu cliente y no de ti. Recuerda que los consultores son los que dan soluciones, pero los coaches hacemos preguntas. Así que sencillamente pregúntale al cliente cuáles son todas las opciones que a él/ella se le ocurren.

También mantente atento porque en esta fase es usual que los clientes digan “no sé”. Un “no sé” muchas veces sólo significa que el cliente no quiere esforzarse para pensar. Muchas personas hoy en día no piensan de manera proactiva. Así que sigue preguntando con elegancia hasta que el cliente haya enumerado algunas opciones que se le ocurran. Puedes compartir tus observaciones y opiniones, pero sólo cuando el cliente realmente no sepa cómo seguir adelante.

Algunas preguntas que le puedes hacer a tu cliente son:

- ¿Qué has intentando hasta ahora?
- ¿Qué no has intentado hasta el momento?
- ¿Qué cosas podrías intentar?
- ¿Qué nuevas acciones crees que podrían dar un buen resultado?
- ¿Qué crees que puedes mejorar?
- ¿Qué crees que le ha dado buenos resultados a otras personas?
- Si pudieras empezar de nuevo en este momento, ¿qué harías diferente?
- ¿Cuáles serían las consecuencias de esa opción?
- ¿Qué otras ideas se te vienen a la mente?

Paso 5: Compromiso (“Wantpower”)

El último paso consiste en finalizar la sesión con un nuevo compromiso que va a realizar el coachee. El coaching está enfocado en lo que uno puede hacer ahora mismo en pro de sus objetivos. De modo que el cliente siempre debe finalizar la sesión con un compromiso que va a realizar.

Es importante entender que el proceso de coaching también ocurre entre sesión y sesión. De modo que el cliente debe llevar a cabo determinadas nuevas acciones durante la semana, las cuales lo van a llevar a acercarse a sus objetivos (hasta que finalmente los alcance).

A la hora de que el cliente realice su compromiso recuerda:

- **Ampliar las posibilidades del cliente.** Determinadas personas no esperan mucho para su vida. Apoya y anima al cliente a expandir lo que considera posible para su propia vida.
- **Emociones del coachee.** Observa si el cliente realmente se siente entusiasmado con el nuevo compromiso que ha adquirido. Si no se ve entusiasmado, probablemente haya que revisar el objetivo que quiere alcanzar y/o las acciones que necesita tomar para alcanzarlo.
- **Pequeñas Victorias.** Recuerda que debes comprometer al cliente con su nuevo objetivo. Sin embargo, es importante que el compromiso no “ahogue” al cliente sino que le permite avanzar a un ritmo ajustado a su disponibilidad. Se ha demostrado que las personas se entusiasman cada vez que cumplen una meta (aún si es un objetivo pequeño). De modo que permítele al cliente tener “pequeñas victorias” diariamente o semanalmente que le animen a seguir adelante.
- **Sé un apoyo.** Recuérdale al cliente que estás para apoyarlo y pregúntale en qué sentido lo puedes ayudar

Algunas preguntas efectivas que le puedes hacer a tu cliente son:

- De las opciones anteriores, ¿cuál quieres poner en acción?
- ¿Cuál es el primer paso más importante que necesitas tomar ahora?
- ¿Cuáles son todas las acciones que necesitas realizar para alcanzar tu objetivo?
- ¿Qué posibles problemas crees que van a surgir al tomar este plan de acción?
- ¿Cómo vas a superar esos problemas?
- ¿Cómo te puedo ayudar?
- ¿Cómo te sientes con este nuevo compromiso?

Notas sobre este modelo de coaching:

Es la primera vez que vas a guiar a un coachee a través de un modelo de coaching. Así que relájate y simplemente disfruta del proceso. También es importante que seas siempre muy flexible. Este modelo "To GROW" es la teoría, pero lo más importante es que estés atento a la agenda del cliente. Mi consejo es que tengas el modelo de coaching presente en tu mente, pero que seas lo suficientemente flexible ante las necesidades de tu coachee.

**EJERCICIO: Tu primera sesión de coaching**

Debes encontrar un coachee con el que puedas practicar este modelo de coaching. Explícale a tu cliente que estás haciendo un curso y pregúntale si hay un asunto (objetivo, reto, situación, etc.) que quiere compartir contigo.

Recuerda que el coaching no se trata de solucionar el problema del otro. Se trata de ser un facilitador del proceso de cambio. Así que haz las preguntas de este modelo de coaching y sigue tu intuición hasta culminar el proceso de coaching. Recuerda siempre que escuchar a tu coachee con atención es la prioridad absoluta y seguir los pasos de este modelo de coaching sólo tiene una importancia secundaria.

Después de la sesión, haz una auto-evaluación y contesta en máximo 300 palabras las siguientes tres preguntas:

- 1) ¿Qué ha ido bien?
- 2) ¿Que fue difícil?
- 3) ¿Qué mejorarías para la próxima sesión?

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

Modelo De Coaching #2:

Las 6 Necesidades Humanas

Este es el modelo de coaching basado en Anthony Robbins, quien por muchos es considerado el padre del coaching moderno. Este es también el modelo de coaching principal que yo utilizo. Los resultados que obtienen mis clientes gracias a este modelo de coaching son extraordinarios.

La mejor manera de explicar este modelo de coaching es mediante un video. Para ver este modelo de coaching mira el video: "Las 6 Necesidades Humanas".

Puedes encontrar el video en tu área de miembros de este curso de coaching.

Después de ver el video, haz el siguiente ejercicio.



EJERCICIO: Realiza las dos actividades del video

Haz las tres preguntas (1) a ti mismo y (2) a tu coachee:

Pregunta #1: ¿Cuáles son las dos necesidades primordiales de esa persona?

Pregunta #2: ¿Qué actividades realiza esa persona para satisfacer sus necesidades?

Pregunta #3: ¿Esas actividades le servirán a corto plazo o también a largo plazo?

Relájate: Es la primera vez que estás haciendo coaching con este modelo. Sencillamente busca entablar una conversación amena con tu coachee. Para facilitar el proceso, tú puedes explicarle en tus propias palabras cuáles son las seis necesidades humanas a tu cliente.

Después de la sesión con tu coachee, haz una auto-evaluación y contesta en máximo 300 palabras las siguientes tres preguntas:

- 1) ¿Qué ha ido bien?
- 2) ¿Que fue difícil?
- 3) ¿Qué mejorarías para la próxima sesión?

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

Modelo De Coaching #3:

De La Frustración A La Solución

Este modelo de coaching lo desarrollé combinando diferentes enfoques y herramientas. Es especialmente útil cuando el cliente sencillamente está frustrado o confundido y no sabe muy cómo salir de esa situación. Mediante este modelo de coaching puedes ayudar al cliente a conseguir la solución a esa circunstancia que tanto le desespera.

Este modelo de coaching consta del siguiente proceso:

Frustración > Situación > Definición > Solución > Acción

Veamos cada paso por separado.

Paso 1: Frustración

El primer paso consta en sentir, escuchar y entender todas las cosas que le frustran a tu cliente. Mantente atento a todas las cosas que te dice y a cómo te las dice con su lenguaje corporal.

Algunas preguntas efectivas que le puedes hacer a tu coachee son las siguientes:

- ¿Qué te frustra en este momento?
- De todo lo que me comentas, ¿cuál es el punto más importante?
- Si pudieras solucionar un problema ahora mismo, ¿cuál quisieras solucionar?
- ¿Me puedes comentar en más detalle qué es exactamente lo que te molesta?
- Aparte de esto, ¿hay algo más que te inquieta actualmente?

Paso 2: Situación

Este segundo paso consiste en definir en qué situaciones específicas surgen las frustraciones que te mencionó anteriormente tu cliente. Si un coachee se queja de las peleas con su jefe, es probable que no pelee todos los días durante todo el día con su jefe. Si tu cliente te dice que se siente deprimido o desmotivado, es muy probable que hay momentos durante el día en los cuales se siente motivado y entusiasmado. Enfócate en descubrir cuáles son las situaciones específicas en las cuales surgen las frustraciones que te menciona tu coachee.

Algunas preguntas efectivas que le puedes hacer a tu cliente son:

- ¿En qué momentos específicos te sientes de esta manera?
- ¿Eso te sucede sólo con esta persona o con cualquier persona?
- ¿Hay algún factor específico que siempre sea la causa de tu frustración?
- ¿Este sentimiento lo has tenido siempre o desde cuando lo has empezado a sentir?
- ¿Hay veces en las cuales estás en una situación similar pero no te sientes frustrado/agobiado?

Paso 3: Definición

Este paso consiste en definir cuál es la *verdadera* causa de la frustración del cliente. Como coach debes estar atento a lo que el cliente te dice y a lo que no te dice. Esto se debe a que muchas veces lo que el coachee considera que es el problema, no es su verdadero problema.

Imagina el siguiente caso práctico:

En la primera sesión, tu cliente se queja de que tiene muchos proyectos. Durante esta sesión definen un plan de acción de cómo se puede deshacer de tareas innecesarias y alcanzar sus proyectos actuales.

Después de una semana, en la segunda sesión, tu cliente dice que ha logrado terminar sus proyectos pero que ha quedado mal con varios amigos porque se había comprometido a salir con ellos y al final no tuvo tiempo de compartir con sus amigos. En esta sesión definen un plan de acción mediante el cual el coachee puede tener una mejor relación trabajo-vida.

Después de otra semana, en la tercera sesión, el cliente ha logrado hacer todo lo que se propuso pero está desenfocado en la sesión porque tuvo una fuerte

discusión con su esposa debido a no atender sus compromisos familiares. Parece que tu coachee siempre está sobre-saturado de cosas que hacer.

Probablemente tu cliente te diga algo así como “es que tengo muchos compromisos” o “estas semanas he estado realmente ocupado”.

Aún cuando estas afirmaciones pueden ser ciertas, como coach debes seguir indagando al respecto y definir cuál es el *verdadero* problema. Tal vez sea, por ejemplo, que a tu cliente le cuesta decir que “no” a cualquier compromiso que le propongan y/o que regularmente sobreestima su disponibilidad de tiempo. Así que no te des satisfecho sencillamente con el problema que tu cliente dice que tiene. Indaga al respecto para definir cuál es el *verdadero* problema.

Algunas preguntas efectivas que le puedes hacer a tu cliente son:

- ¿Cuál crees que es la verdadera causa de este problema?
- ¿Es la primera vez que surge este problema o es un problema que tienes frecuentemente?
- ¿En qué otras situaciones te surgen problemas similares?

Paso 4: Solución

Una vez que se ha definido la verdadera causa del problema, es mucho más sencillo encontrar la solución. En esta parte es importante que el coachee deje fluir sus posibles soluciones a modo de “lluvia de ideas”. Después de esto, tú y el coachee pueden escoger cuáles son las soluciones más efectivas al verdadero problema que tiene. No le busques “imponer” una solución al cliente. Tan sólo sirve como catalizador para que él/ella consiga sus propias respuestas a sus inquietudes.

Algunas preguntas efectivas que le puedes hacer a tu cliente son:

- A modo de lluvia de ideas, ¿qué soluciones se te ocurren?
- ¿Cómo crees que puedes solucionar esto efectivamente?
- ¿Qué otras soluciones se te vienen a la mente?
- ¿Conoces a alguien que ya ha solucionado una situación similar? ¿Qué es lo que hizo?
- ¿Cómo crees que [Nombre De Persona A Quien Tu Cliente Admira] solucionaría este problema?

Paso 5: Acción

El último paso consta en transformar la solución en una acción concreta que el coachee va a tomar. Puedes sub-dividir con el cliente esa solución en acciones diarias, semanales o mensuales que puede realizar. Es importante que el coachee sienta que hace las cosas con entusiasmo y que sienta que no se le está “forzando” a hacerlas.

Algunas preguntas efectivas que le puedes hacer a tu cliente son:

- ¿Qué acciones concretas puedes tomar durante la siguiente semana para convertir esa solución en una realidad?
- ¿Qué nuevo hábito puedes crear que te solucionará este problema?
- ¿Crees que habrá algún tipo de obstáculo para implementar esta solución?
- ¿Cómo podrás superar esos obstáculos?
- ¿Qué acción puedes tomar para solucionar este problema y evitar que surjan problemas similares en el futuro?

Notas sobre este modelo de coaching:

En lugar de simplemente saltar de sesión en sesión intentando solucionar la frustración momentánea del cliente, lo que busca este modelo de coaching es solucionar la causa de todos esos problemas. Mantente siempre atento a posibles temas que se repiten o que pueden tener una misma causa. Practica, practica y practica ya que practicando tendrás más facilidad a la hora de descubrir cuáles son los “temas comunes” que surgen en los problemas de tu coachee.



EJERCICIO: Tu tercera sesión de coaching

Debes encontrar un coachee con el que puedas practicar este modelo de coaching. Explícale a tu cliente (si es una persona con la cual todavía no has practicado) que estás haciendo un curso y pregúntale si hay algo que le frustra en este momento y que quiera mejorar en su vida.

Es especialmente importante que siempre tengas en mente que tú te debes mantener calmado y enfocado sin importar qué tan alterado esté tu coachee. Si tu cliente te dice que está “frustrado” o “confundido” y no sabe qué hacer, ten la certeza de que en el fondo él sí tiene la solución a la situación y que el coaching le ayudará a descubrirla. Si una persona dice que está frustrada o confundida, significa que está abierta a nuevos aprendizajes para salir de la situación. Es el momento perfecto para actuar como coach.

Relájate: Recuerda que recién es tu tercera sesión de coaching. Muchas veces las personas traen situaciones y problemas con los que cargan desde hace varias semanas, meses o incluso años. El coaching no es una píldora mágica. Así que no te sientas desanimado si en esta sesión no logras co-crear con tu coachee la solución a su frustración. Es sólo cuestión de seguir practicando y mejorando.

Después de esta sesión, haz una auto-evaluación y contesta en máximo 300 palabras las siguientes tres preguntas:

- 1) ¿Qué ha ido bien?
- 2) ¿Que fue difícil?
- 3) ¿Qué mejorarías para la próxima sesión?

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

-MÓDULO #3- HABILIDADES FUNDAMENTALES

En esta sección aprenderás cuáles son las habilidades que necesitas empezar a dominar para convertirte en un coach efectivo.

Las habilidades que vas a aprender te ayudarán a crear mayor empatía con tu coachee, escucharlo mejor, hacerle mejores preguntas y empoderarlo para que su proceso de desarrollo sea más rápido y positivo. Estas habilidades te permiten implementar todos los modelos de coaching de manera más efectiva.

Hay una regla muy importante respecto a las habilidades y es la siguiente: toda habilidad es difícil hasta que se vuelve fácil.

Por ejemplo: cuando empezaste a manejar bicicleta, aprender esa habilidad era muy difícil. Perdías el equilibrio, te caías y seguramente aquí y allá te diste algún golpe. Sin embargo, llegó un día en el que de repente el manejar bicicleta era fácil y muy probablemente hoy en día puedes manejar bicicleta sin ningún problema.

Lo mismo sucede con las habilidades que vas a adquirir ahora. Tal vez al principio te sean difíciles de utilizar. Puede ser que sientas que las estás “forzando” y que estás metiendo la pata. No te preocupes. Sencillamente sigue practicando. Si practicas continuamente pronto verás cómo empiezas a emplear estas habilidades de manera inconsciente, sin ni siquiera darte cuenta.

Empecemos a dominar estas habilidades fundamentales del coaching ahora mismo.

Habilidad #1:

Crear rapport

Los tres elementos más importantes en el coaching son los siguientes: conexión, conexión, conexión. Si no tienes conexión con tu cliente, no vas a lograr nada.

El rapport es justamente la habilidad que te permite establecer esa conexión auténtica con tu coachee. La palabra “rapport” describe la relación entre dos o más personas que están en sintonía porque sienten de la misma forma o se entienden bien.

Se dice que Milton Erickson era un terapeuta tan efectivo porque justamente tenía la capacidad de entrar en el mundo de sus pacientes, sentir lo que ellos sentían, y desde ese punto de vista (habiendo establecido rapport) era capaz de hacer intervenciones extremadamente efectivas para ayudar a las personas a superar problemas que habían tenido durante años.

No importa si uno es coach, psicoterapeuta, psicólogo, padre, madre o simplemente un amigo. Si uno no es capaz de crear rapport, la otra persona no te va a escuchar abiertamente y por ende la relación entre ambos no va a ser eficaz.

Es por ello que aquí te doy los cuatro factores esenciales para crear un rapport efectivo con tu coachee:

- Cuerpo

El primer elemento que debe estar “en sintonía” con tu coachee es tu lenguaje corporal. Si tu cliente viene a una sesión desanimado (con sus hombros caídos y con la mirada baja) y tú lo saludas con una gran sonrisa y un gran abrazo, puede que tu intención sea buena, pero inconscientemente esa persona va a pensar “este coach no me entiende porque no siente lo que yo siento”. Para crear sintonía a nivel corporal, empieza a imitar sutilmente los gestos y las posturas corporales de la otra persona. No imites sus movimientos corporales al mismo tiempo que lo hace tu cliente, ya que puede pensar que te estás burlando. Sin embargo, fíjate en cómo tiene los hombros, cómo tiene la mirada, dónde apoya los brazos, etc., y poco a poco ve imitando todo su lenguaje corporal. No es importante que el cliente piense “mi coach si es una persona feliz y alegre”. Lo importante es que el coachee piense y sienta “mi coach siente lo que yo siento y por eso me entiendo y estoy dispuesto a escucharlo”.

- Lenguaje

Otro elemento fundamental en el cual debes empezar a crear “sintonía” con tu cliente es en el lenguaje que usan. Debes no sólo imitar su lenguaje corporal sino también su lenguaje verbal. Si te das cuenta que el cliente tiene un tono de voz suave y siempre utiliza palabras “suaves” como “poco”, “algo”, “un tanto”, “tal vez”, entonces tú también debes empezar a utilizar este tipo de lenguaje en tu sesión. Si por el contrario tu cliente tiene un tono de voz más alto y utiliza palabras “fuertes” como por ejemplo “al máximo”, “excitante”, “rotundamente”, “catastróficamente” entonces tú también debes empezar a emplear este tipo de lenguaje. De nuevo, no se trata de cuál es el tipo de lenguaje que tú típicamente usas. Se trata de crear sintonía con tu cliente al imitar su lenguaje verbal (tanto su tono de voz así como sus palabras).

- Emociones

El tercer elemento que debes cuidar es la sintonía a nivel emocional. Esto quiere decir que no sólo debes escuchar lo que te está diciendo tu coachee, sino que realmente debes entender y sentir lo que comparte contigo. Lo peor que puedes hacer como coach es decirle al cliente “no entiendo por qué te sientes tan deprimido, yo pasé por algo mucho peor y nunca perdí mi buen humor. Si eres llorón”. Este tipo de actitud no construye sino destruye la sintonía que existe entre los dos. En cambio, debes decir frases como “entiendo que esto te haga sentir de tal manera...”, “comprendo que no debe ser fácil haber vivido esa experiencia” y “me imagino que te debes sentir inseguro después de lo que viviste...”. No se trata de que debas dejarte hundir por los sentimientos negativos del cliente. Se trata de que tú entiendas su mundo y que (aunque tú tal vez hayas reaccionado de otra manera estando en su posición) tú comprendas por qué siente lo que siente. Crea empatía emocional. Quítate tus zapatos. Ponte los zapatos del coachee. Si él siente que existe sintonía emocional, estará increíblemente abierto a recibir cualquier herramienta o estrategia que le proporciones.

- Motivaciones

Este factor se trata de crear rapport a nivel de intenciones y motivaciones del cliente. Recuerda que el coaching no se trata de lo que tú quieres alcanzar. Ni siquiera se trata de lo que tú quieres que tu coachee alcance. El coaching se trata

de respetar lo que el coachee quiere alcanzar y tú “simplemente” le ayudas a conseguirlo. Así que respeta, aprecia y entiende las motivaciones e intenciones que tiene tu cliente para ayudarlo a conseguir sus aspiraciones.



EJERCICIO: Crear rapport

Este ejercicio no necesariamente lo necesitas hacer con un coachee. Lo puedes hacer en una conversación casual con un amigo, familiar o compañero. Lo que debes hacer es crear rapport de manera intencional con esa persona. Crea rapport con tu cuerpo, mente, lenguaje y motivaciones. Siente lo que la otra persona siente. Crea conexión con esa persona y sentirás cómo empiezas a tener una mejor relación con ella.

Después de esta conversación, haz una auto-evaluación y contesta en máximo 100 palabras cómo creaste rapport y cómo sentiste que el rapport afectó tu relación con la otra persona.

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

Habilidad #2:**La escucha efectiva**

El coaching efectivo sólo surge cuando el coach realmente está escuchando al cliente.

Si el coach sólo se enfoca en imponer un modelo de coaching o sus consejos, no está haciendo coaching sino sencillamente está intentando convencer al coachee de algo que en el fondo tal vez no quiera o no le ayude.

Un coach escucha:

- Lo que el coachee dice
- Lo que el coachee no dice
- Cómo el coachee se expresa con su tono de voz, cuerpo y expresiones faciales
- Lo que el coachee siente
- Lo que el coachee quiere
- Lo que el coachee necesita
- Cómo el coachee quiere recibir coaching
- Las fortalezas y debilidades del coachee
- Las mejores acciones que el coachee necesita realizar para avanzar
- ¡Y muchos puntos más!

Es importante notar que:

- Cuando el coach escucha, se queda callado
- En una sesión de coaching el coachee habla más de lo que habla el coach
- El coach proporciona el tiempo y espacio necesario para que el coachee pueda hablar y reflexionar
- Si el coach habla, típicamente es para hacer preguntas y no para dar respuestas

En base a mi experiencia profesional, he desarrollado la palabra “escuchar” como un acrónimo, es decir, cada letra de la palabra E.S.C.U.C.H.A.R. tiene un significado diferente. Este es el acrónimo E.S.C.U.C.H.A.R. que todo coach y buen escuchador cumple:

E nfoque – Enfoque significa que sólo hay una persona en la que te estás enfocando: tu cliente. No te estás enfocando en las distracciones en el ambiente ni tampoco estás pensando en el problema que te surgió antes de la sesión de coaching. Todo tu enfoque está en el cliente.

Situación – Situación significa que sólo te estás concentrando en la situación que te está presentando tu coachee. Muchas personas cometen el error de concentrarse en qué es lo que van a responder una vez que el coachee termine de hablar. Si realmente te concentras al cien por ciento en la situación que te está presentando tu cliente, tus preguntas y respuestas van a surgir de manera natural. Así que siempre enfócate en la situación que te presenta tu coachee.

Contacto Visual – Siempre debes mantener contacto visual con tu cliente. Esto no quiere decir que todo el tiempo le tengas que dar una mirada penetrante en sus ojos. Pero sí debes mantener tu vista por lo menos enfocada en su cara y no en cosas en el ambiente. Mantén siempre contacto visual.

Utilidad – A veces sucede que el cliente está tan frustrado o confundido que dice una diversidad de cosas que no parecen estar relacionadas o no parecen tener importancia. No te dejes distraer. Cuando el coachee habla siempre hay algo útil que puedes tomar y que tiene el potencial de re-direccionar la conversación de manera productiva. Siempre ten el oído abierto para cuáles son las cosas de utilidad que te está diciendo el coachee.

Comprensión – La comprensión quiere decir que siempre debes comprender cuáles es el punto de vista de tu coachee. Hay un viejo chiste que cuenta que un señor le fue a llevar flores a un familiar que estaba enterrado en el cementerio de la ciudad. De repente, el señor se da cuenta que llega un chino y pone arroz sobre una tumba que está a su lado. El señor le dice: “¿Y tú crees que tu muerto va a venir a comer tu arroz?”. El chino le responde: “Sí, en el mismo momento en el que tu muerto venga a oler tus flores”. No tengas prejuicios sobre tu coachee. Siempre respeta y aprecia su persona y punto de vista.

Humildad – Como coach siempre debes tener una actitud de humildad. Ser “coach” no significa que eres mejor o que sabes más que el coachee. Significa sencillamente que quieres ser de ayuda para facilitar los procesos de cambio del cliente. Si el coachee siente que eres arrogante o que te sientes “superior”, te va a abandonar inmediatamente. Sé siempre humilde y sé la persona que está para servir a los demás.

Aclarar – La única vez que se te permite interrumpir al coachee es para aclarar lo que dijo. Tal vez no entendiste bien una palabra o número. Es siempre muy importante que aclares todo lo que escuchas. No le des espacio a la duda. Aclara lo que no entendiste y así el proceso de coaching será más fluido y efectivo.

Responsivo – Aún cuando debas escuchar de manera efectiva, esto no quiere decir que el coachee deba sentir que está hablando con una pared. Es decir,

debes ser un escuchador responsivo. Utiliza palabra y frases como “ok”, “entiendo”, “sigue adelante” y “sí” que le hagan sentir al cliente que realmente lo estás escuchando de manera proactiva.



EJERCICIO: E.S.C.U.C.H.A.R.

Este ejercicio consiste en que practiques el escuchar de manera efectiva con tu coachee. Durante la sesión enfócate en sobre todo cumplir los elementos del acrónimo E.S.C.U.C.H.A.R.

Después de esta sesión, haz una auto-evaluación y contesta en máximo 100 palabras:

- Qué hiciste bien al escuchar
- En qué cosas todavía necesitas mejorar a la hora de escuchar.

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

Habilidad #3:**Preguntas Poderosas**

Una de las herramientas más poderosas que puedes emplear como coach son las preguntas. Cuando haces una pregunta, el coachee inicia el proceso de reflexión y como consecuencia, empieza el proceso de cambio en su vida.

El gran reto en nuestra sociedad es que nos malacostumbramos a hacer preguntas ordinarias. Muchas personas hacen preguntas “normales” como: “¿Cómo estás?”, “¿qué tal todo?” y “¿qué vas a hacer hoy?”.

Cuando haces una pregunta ordinaria, recibes una respuesta ordinaria. Por eso cuando preguntas “¿cómo estás?” el ochenta por ciento de las personas te van a responder “bien” aún cuando se sientan mal.

En lugar de esto, debes aprender a hacer preguntas poderosas. Al hacer preguntas poderosas obtienes respuestas poderosas. Y las respuestas poderosas crean cambios poderosos en la vida de tu cliente.

A continuación aprenderás los consejos más importantes para hacer preguntas poderosas:

1. Haz preguntas abiertas

Cuando haces preguntas cerradas (las que sólo se pueden responder con “sí” o “no”), nunca invitas al cliente a reflexionar profundamente ni a expresarte lo que quiere, siente o necesita. Acostúmbrate a hacer preguntas abiertas enfocadas en el presente. Por ejemplo puedes preguntar “¿De qué asunto quieres hablar hoy?”, “¿Cuál es tu objetivo más importante en este momento?” y “¿Qué crees que debes hacer para solucionar esta situación?”. Estas preguntas enfocan al cliente en el aquí y ahora y lo hacen reflexionar de manera profunda.

2. Haz preguntas que empiezan con “¿Qué?”

Empieza a utilizar todas las preguntas que empiezan con “¿qué?”. Esto se debe a que las preguntas con “¿qué?” típicamente invitan al cliente a reflexionar de manera más precisa. Por ejemplo si yo te pregunto “¿Te gusta este curso de coaching?” tal vez me respondas “sí”. Pero si empiezo la pregunta con un “qué” entonces te diría: “¿Qué elementos de este curso de coaching son los que te gustan?”. A esta pregunta no me puedes responder con un simple “sí”, sino que te invito a que te abras y empieces a

contar lo que piensas y sientes sobre el curso de coaching. Busca siempre empezar tus preguntas con “qué” y verás como las respuestas de tu coachee son mucho más asertivas.

3. Haz preguntas que empiezan con “¿Por Qué?”

Una de las preguntas más poderosas que puedes hacer son las que empiezan con “¿por qué?”. Una cosa es saber lo que el coachee está haciendo, otra cosa es saber por qué lo está haciendo. Por ejemplo, tal vez el coachee (al igual que tú) sea una persona que le apasiona su trabajo. No sencillamente presupongas que el coachee (al igual que tú) le gusta el trabajo porque es dinámico y nunca hay rutina. Tal vez lo que justamente motiva al coachee es la rutina y seguridad de saber qué es lo que va a suceder cada día. La única manera de descubrir las verdaderas motivaciones del coachee es haciendo preguntas que empiezan con “¿por qué?”.

4. Haz preguntas que empiezan con “¿Para Qué?”

Las preguntas que empiezan con “¿para qué?” dirigen al coachee hacia el objetivo. El coaching no busca transmitir conceptos teóricos. El coaching busca que el cliente cumpla sus aspiraciones. Por ello es importante siempre preguntarle al cliente para qué está haciendo lo que hace o lo que va a hacer.

5. Haz preguntas que empiezan con “¿Cómo?”

Finalmente, el último tipo de pregunta poderosa es la que empieza con “¿cómo?”. Este tipo de preguntas traducen la motivación en acción. Al preguntarle al coachee cómo puede cumplir sus metas, de manera natural está desarrollando un plan de acción con el cual se puede comprometer para acercarse a su situación ideal.

6. Elimina las preguntas con (pre-)juicios

Las preguntas con prejuicios son las que dirigen al coachee en la dirección que quiere el coach. Por ejemplo, si el coach pregunta: “¿Pero realmente crees que esa es la mejor opción?” el coach está implicando que en el fondo él no cree que es la mejor opción. Estas son preguntas que no pertenecen al coaching así que elimínalas.

Al hacer estas preguntas, recuerda siempre que...

- Las preguntas no son una píldora mágica. Así que no esperes que con cada pregunta el coachee tenga un efecto “eureka” que le haga descubrir instantáneamente la solución a su problema.
- No hay preguntas malas. Así que no tengas miedo de preguntar y hacer preguntas con “qué”, “por qué”, “para qué” y “cómo”.

**EJERCICIO: Preguntas “¿qué?” y “¿por qué?”**

Este ejercicio consiste en que practiques el hacer preguntas poderosas. Escoge una persona que haga el rol de coachee. Durante 10 minutos enfócate en sólo hacer preguntas que empiecen con “¿qué?” o “¿por qué?”. Otro tipo de preguntas no están admitidas en este ejercicio. Recuerda siempre darle el tiempo necesario al cliente para reflexionar y responder.

Después de esta sesión, haz una auto-evaluación y escribe en máximo 100 palabras qué aprendiste de esta sesión de preguntas con tu coachee.

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

Habilidad #4:**Empoderar**

Cuando empoderamos al coachee, éste saca a relucir todo su potencial. Cuando el cliente está empoderado, significa que está conectado con sus fortalezas y tiene mayor motivación, marcha “a todo vapor” en pro de sus objetivos y aspiraciones y siente que puede alcanzar una visión mucho mayor para su vida.

Es importante entender que el cliente no va a tomar acción si no se siente empoderado. Piensa en ello. Si tú no sientes que tienes el poder para hacer que las cosas cambien, ni siquiera lo vas a intentar. Lo mismo sucede con tu cliente. El coachee está mucho más dispuesto a salir de su zona de confort cuando está empoderado.

Tú sabes que empoderas a tu coachee cuando:

- El coachee termina la sesión con un mayor nivel de energía y motivación
- El cliente termina yendo más lejos de lo que inicialmente estimaba
- El coachee acepta tus herramientas con una sonrisa y no se siente “manipulado”
- El coachee se siente naturalmente atraído hacia ti

Para empoderar a tu cliente te doy tres estrategias fundamentales:

- **Lista De Victorias**

Sucede que a veces el cliente no se siente empoderado porque recientemente no ha tenido experiencias de éxito o se siente estancado en su vida. Una manera muy sencilla de empoderarlo es ayudarlo a recordar todas las victorias que ha tenido en el pasado. Esto lo puedes hacer con preguntas como: “¿De qué logro estás especialmente orgulloso?”, “¿Qué acción que realizaste te sorprendió positivamente a ti mismo?” y “¿Cuál fue el último gran objetivo que te propusiste y alcanzaste?”. Con esta lista de victorias mental, el coachee naturalmente se siente empoderado ya que recuerda y reflexiona sobre todas las veces en las que ha salido victorioso durante su vida.

- **Fortalezas/Pasiones**

La segunda estrategia muy efectiva para empoderar al clientes es la de reconectarlo con sus fortalezas y pasiones. Si un cliente está realizando actividades que no reflejan sus fortalezas y pasiones, seguramente se

siente débil. Tu labor como coach consiste en indagar cuáles son sus fortalezas y pasiones y co-crear con el coachee un plan de acción mediante el cual él empiece a realizar las cosas que hace bien y las que le encantan hacer. Por ejemplo, si el coachee sólo realiza actividades laborales que no le apasionan, diseña con él cómo puede hablar con su jefe y compañeros para organizar la re-distribución del trabajo de tal manera que sí le toquen proyectos y temas que le apasionan.

- **Expansión De Visión**

La tercera forma de empoderar al cliente es expandiendo la visión que tiene para su propia vida. Muchas veces el cliente se siente desmotivado sencillamente porque ha recibido muchas críticas y burlas o porque él mismo ha reducido la visión de lo que puede alcanzar en su vida. La causa de una motivación extraordinaria es una visión extraordinaria. Si el cliente expande la visión de lo que es posible y también siente cómo esa visión le permite vivir sus fortalezas y pasiones al máximo, se va a sentir nuevamente empoderado y entusiasmado a explotar todo su potencial.



EJERCICIO: ¡Empoderar!

Este ejercicio consiste en que practiques el empoderamiento del coachee. Nuevamente escoge una persona que haga el rol de coachee. En esta sesión, enfócate en descubrir en qué áreas el cliente no se siente empoderado y sé un facilitador de su empoderamiento en alguna de esas áreas.

Después de esta sesión, haz una auto-evaluación y escribe en máximo 100 palabras cuáles fueron tus impresiones de esta sesión de empoderamiento.

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

-MÓDULO #4- LOS 10 ERRORES MÁS COMUNES

Así como sucede con cualquier nueva actividad, cuando uno empieza a hacer coaching probablemente comete muchos errores. Aquí te presento cuáles son los 10 errores más comunes que uno típicamente realiza al empezar a hacer coaching.

Error #1: Dar las soluciones

El coaching no se trata de dar las soluciones. Se trata de proporcionar las preguntas y herramientas para que el coachee encuentre sus propias respuestas a su situación. Las personas que dan soluciones son consultores, no coaches. El coach siempre parte del principio que el coachee tiene todas las soluciones y respuestas que necesita dentro de sí mismo. El coach sencillamente le ayuda a encontrarlas. No te estreses porque el coachee te hable de un tema que desconozcas. Sencillamente encárgate de gestionar el proceso de que el cliente encuentre sus propias respuestas.

Error #2: Dar una solución prefabricada

Al momento de preparar una sesión, el coach evalúa diferentes posibilidades y herramientas que probablemente le pueda proporcionar al cliente durante la conversación. Sin embargo, cabe destacar que durante la sesión el coach nunca debe tener la actitud de: "Querido coachee, ya preparé esta estrategia para ti, por favor ponla en acción". El coach debe preparar sus sesiones, pero durante las mismas debe estar abierto al desarrollo de la conversación. Si las herramientas preparadas resultan útiles durante la sesión, el coach las puede poner sobre la mesa. Pero si durante la sesión el coach se da cuenta que lo preparado no es útil, entonces siempre debe estar abierto y atento a cambiar su enfoque y herramientas para que le den máxima utilidad al cliente.

Error #3: Tener una base personal débil

Otro error muy común es que el coach tenga una base personal débil. Si el coach tiene grandes problemas financieros o de relaciones y esto no le permite sentirse

seguro y darle toda la atención a su coachee, las sesiones de coaching seguramente serán todo un fracaso. Por ello se recomienda altamente que todo coach también tenga un coach, para que le ayude a tener una base personal fuerte y así tener máxima efectividad a la hora de dar coaching a sus clientes. Otra manera efectiva de tener una base personal fuerte es que el coach siempre se mantenga en continua formación personal y profesional para seguir optimizando su vida y sus habilidades de coaching.

Error #4: Enseñar desde las propias experiencias

El coachee muchas veces traerá a la sesión situaciones que son “típicas” para muchas personas: situaciones de frustración, confusión, fracasos y éxitos. Como son situaciones por las que probablemente también ha atravesado el coach, es importante que el coach nunca le diga al coachee qué es lo que él hubiera hecho en esa circunstancia específica. Un coach nunca empieza una frase con: “Si yo estuviera en tu situación, lo que yo haría sería...”. El coaching no se trata del coach y de lo que él haría. Se trata del coachee y de que él debe encontrar sus propias soluciones a su situación.

Error #5: No retar al coachee para no caerle mal

Una gran tentación para el coach es que el coachee le caiga bien a nivel personal y por ende el coach no quiera hacer nada para romper esa relación amena que existe entre los dos. La relación entre ambos debe tener rapport, pero como coach tienes que entender que tu primera prioridad no es caerle bien al coachee. Tu primera prioridad es serle útil al cliente. En este sentido, muchas veces tendrás que decir cosas que no necesariamente son “blandas” para retar al coachee a dar lo mejor de sí. Por ejemplo, si el coachee se comprometió a hacer “A, B y C” y en la próxima sesión sólo trajo “A y B” tu actitud como coach no debe ser “bueno, no pasa nada” sino que debes investigar cuál fue la causa de ese asunto y confrontarlo con el hecho que sus acciones reales no reflejan sus compromisos verbales. Si el coachee estuviese buscando a alguien que le cae bien, estaría hablando con un amigo y no con el coach. Ten esto siempre presente.

Error #6: Etiquetar al cliente

Otro gran error que pueden cometer muchos coaches es el de etiquetar al cliente. A veces varios de tu coachees tienen una situación y reto similar. No etiquetes al cliente y presupongas que lo que funcionó con uno de ellos, va a funcionar para todos. Cada persona y situación es diferente y requiere un coaching ajustado a sus necesidades específicas. No tengas pre-juicios sobre qué tipo de persona es el cliente ni sobre qué tipo de solución es la que necesita. Espera siempre lo mejor de tu cliente y mantente siempre abierto y flexible a ajustar el proceso de coaching a su caso específico.

Error #7: Tener una perspectiva limitada

Existe un dicho muy cierto: “La persona que sólo tiene un martillo, todo lo ve como un clavo”. Lo mismo aplica para ti como coach: si sólo ves el mundo desde tu perspectiva, vas a intentar imponerle tu solución al cliente. Tienes que tener una actitud abierta a diferentes puntos de vista y entender, sentir y apreciar la situación del cliente y otros puntos de vista. No te enfresques en cómo tú has solucionado tus propios retos. Mantente abierto a nuevas (y mejores) maneras de encontrar las soluciones.

Error #8. Sermonear

Cuando uno es coach y realmente está en un proceso continuo de formación y capacitación, uno muchas veces “sabe” más que el cliente respecto a cómo enfrentar y solucionar muchos retos. Sin embargo, uno como coach nunca debe caer en la tentación de sermonear al cliente respecto a cómo lo que hizo estuvo mal o cómo se le ocurrió hacer (o dejar de hacer) una acción determinada. Si un coach sermonea tiene fuertes opiniones que las intenta imponer. Eso no es coaching. Eso es manipulación. El coach que sermonea está partiendo de la arrogancia y no del servicio al cliente. Toma siempre en consideración la opinión, sentimientos y necesidades del cliente antes de las tuyas propias.

Error #9: Ser reactivo

Reaccionar es muy diferente de reflexionar y acompañar. El coach que sólo reacciona a lo que dice el cliente típicamente responde demasiado rápidamente

con opiniones, sugerencias y soluciones. El coach que realmente escucha y reflexiona, puede sentir que a veces el coachee sólo quiere ser escuchado y también puede sentir cuando el coachee realmente necesita feedback. Ser reactivo también significa que el coach (para aparentar ser un experto) intenta dar las respuestas en lugar de acompañar al cliente para que él mismo consiga las soluciones a sus situaciones.

Error #10: No gestionar el proceso

El coach nunca debe confundir que aunque el cliente trae sus objetivos a la sesión, el coach es quien debe gerenciar el proceso de llegar a esos objetivos. En este sentido, el coach debe ser proactivo en cuanto a su enfoque, herramientas y preguntas. Si el coach no gestiona el proceso, permitirá que el coachee salte de un tema a otro dando vueltas en un círculo sin fin. El coach debe tener una prioridad máxima: el progreso del cliente. Y el cliente sólo va a progresar en la consecución de sus objetivos si el coach gerencia el proceso y sabe llevar al cliente desde su situación actual hasta su situación ideal.



EJERCICIO: ¡Rectifica tus errores!

Este ejercicio consiste en que reflexiones sobre todas tus sesiones de coaching anteriores. De estos diez errores típicos mencionados en este módulo, ¿cuáles son los dos errores que tú crees que más veces has cometido? Y, ¿cómo crees que los puedes rectificar?

Escribe en máximo 100 palabras tus respuestas a estas dos preguntas.

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

-MÓDULO #5-

TU CAJA DE HERRAMIENTAS COMO COACH

Para que estés bien equipado como coach, quiero darte las herramientas que yo utilizo personalmente para preparar, medir y evaluar mis sesiones de coaching con mis clientes.

La idea de estas herramientas no es que simplemente las copies y las empieces a utilizar tú también. La idea es que obtengas una visión general de las herramientas que utilizo y luego tú las adaptes a tu personalidad y estilo de coaching único. También recuerda que estas herramientas van cambiando a medida que mi estilo de coaching va evolucionando. Por ejemplo, el cuestionario que hoy en día me rellenan mis clientes ha sido adaptado de varios cuestionarios que he visto que realizan otros coaches. La “primera versión” de mi cuestionario de coaching tenía 60 preguntas. Más adelante me di cuenta que muchas de las preguntas no terminaban teniendo importancia para las sesiones de coaching, así que reduje el cuestionario a 33 preguntas (como podrás ver a continuación).

De nuevo, la idea no es que sientas que te estoy “imponiendo” unas herramientas que tú tienes que empezar a utilizar como coach. El propósito de esta caja de herramientas es que simplemente te hagas una idea de los instrumentos que yo utilizo para que los puedas adaptar y personalizar a tu propio estilo.

Esta caja de herramientas incluye:

- (1) El cuestionario que el coachee me rellena antes de nuestra primera sesión
- (2) El formulario de planificación de cada sesión de coaching
- (3) El formulario de evaluación de cada sesión de coaching

Estas herramientas también te las puedes descargar en formato de Word en tu área de miembros de tu curso de coaching, para que las puedas editar, personalizar y empezar a utilizar ahora mismo.

Tú puedes alcanzar más.

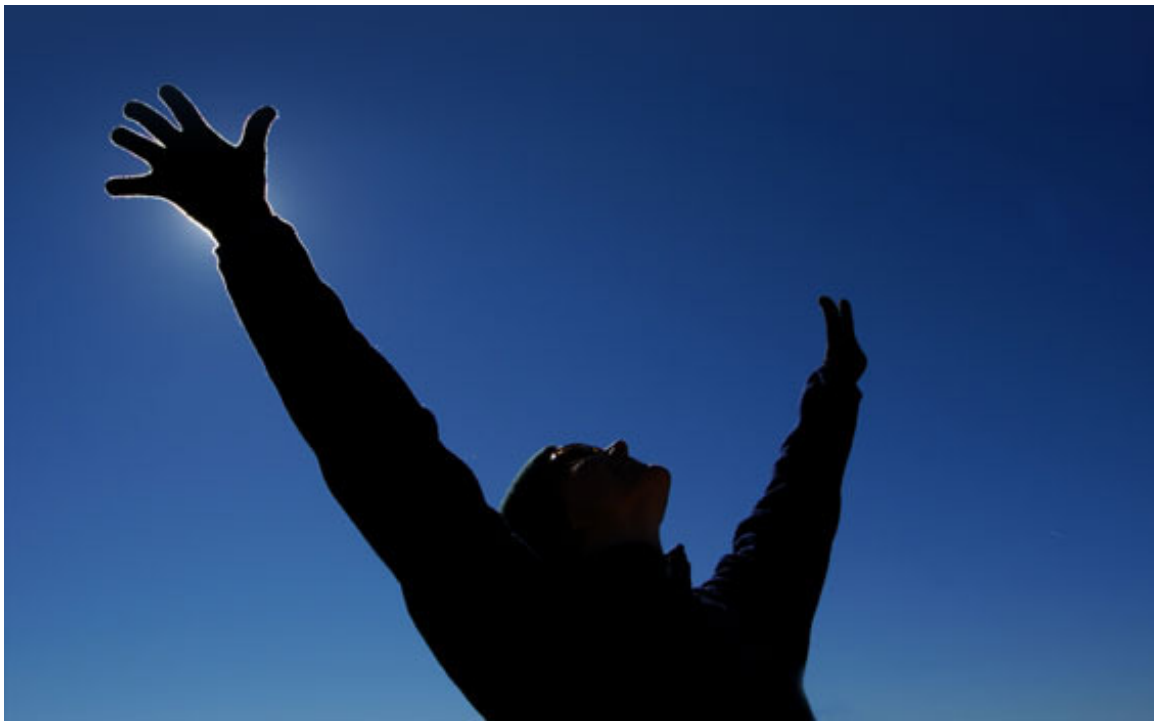
Tú puedes disfrutar más.

Tú puedes ser más.

Sólo ingresa al Programa de Coaching Élite.

Stephan Kaiser presenta:

Programa de Coaching Élite



Perfil del Coachee:

Nombre y Apellido: _____

Email: _____

Celular/Móvil: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Fecha de Nacimiento: _____

Estado civil: _____

Mes en el que empieza el Coaching Élite (Mes/año):
_____**Eventos de Stephan Kaiser en los que has participado:**

(Poner una X en frente de los cursos completados)

___ Abrazando lo Extraordinario

___ El Código del Éxito

___ L.I.D.E.R.

___ Ideas con Impacto

___ Vida Sin Límites

___ El Arte y la Ciencia del Coaching

Nota:

Por favor rellena y completa el siguiente cuestionario. Luego, guárdalo y envíalo a Stephan@liderazgosinlimites.com. Guarda el documento con el siguiente título: Apellido_Nombre_Perfil.doc. Por ejemplo: Kaiser_Stephan_Perfil.doc

Tu coaching individual no puede empezar hasta que no hayas rellenado el presente cuestionario, así que por favor rellénalo lo antes posible. Si tienes cualquier pregunta, puedes contactar con Stephan mediante Stephan@liderazgosinlimites.com

Introducción por Stephan Kaiser

Hoy es un día único. Hoy es uno de esos mágicos días de los cuales te acordarás en el futuro con una sonrisa en la cara, porque este es el día en el que decidiste invertir en ti mismo y llevar tu vida al siguiente nivel. Es un día en el que tomaste la decisión de mirar tu vida desde una nueva perspectiva, abrirte, dejar las excusas a un lado y asumir completa responsabilidad sobre todas las áreas de tu vida. Este es el día en el que decidiste entrar en el Programa de Coaching Élite.

El Programa de Coaching Élite empieza con este sencillo y a la vez profundo cuestionario. A muchas personas les gustaría tener más certidumbre sobre su vida. Me dicen cosas como “no sé realmente cuáles son mis fortalezas” o “no sé muy bien a dónde quiero llegar con mi carrera”. El proceso de coaching empieza con una mágica palabra llamada *claridad*. Este cuestionario está diseñado para ayudarte a obtener mayor *claridad* sobre quién eres, dónde estás y a dónde quieres ir. Luego, durante nuestras sesiones de coaching, te ayudaré a que tú te ayudes a ti mismo a llegar desde dónde estás hasta dónde quieres llegar, siempre siendo fiel a tu persona, para que tú seas la mejor expresión de ti mismo.

Respecto al cuestionario, hay dos aspectos que me gustaría aclarar. En primer lugar, este cuestionario presenta una serie de frases incompletas. Esto se debe a que a la mayoría de las personas les resulta difícil responder preguntas como: “¿En dónde quieres estar dentro de cinco años?” Sin embargo, si a las personas se les pide completar la frase “Dentro de cinco años me gustaría tener más...” automáticamente surgen respuestas como “dinero”, “felicidad”, “intimidad con mi pareja”, etc. Para hacer el proceso de coaching más ameno, este cuestionario está diseñado con frases incompletas para que tú las rellenes.

En segundo lugar, las frases a rellenar surgen de nuestro programa de transformación personal más intensivo y exhaustivo: Nuestro curso “Vida Sin Límites”. Este programa está estratégicamente diseñado para descubrir y vivir tu identidad personal. A lo largo del programa descubrimos los 4 pilares de la identidad de toda persona: Confianza, Capacidades, Creencias y Conexión. Como el objetivo de este cuestionario es conocerte a ti, las frases están estructuradas a lo largo de estos 4 pilares de tu identidad personal.

Tu cuestionario es tratado de forma confidencial y nunca será compartido o visto por una persona que no sea yo. Por favor, tómate todo el tiempo y el espacio necesario para rellenar este cuestionario. Esto es importante para que tanto tú mismo como yo obtengamos mayor *claridad* sobre ti y tu vida. De la misma manera, mediante este cuestionario me proporcionarás con nuevas perspectivas para ayudarte a liderar una vida llena de posibilidades y abundancia.

Coaching – Cuestionario

Por favor completa las siguientes frases de forma honesta y abierta. Tómate tu tiempo para responder las preguntas – mientras más acertadas sean tus respuestas, tu coach estará mejor preparado para ayudarte a llevar tu vida al siguiente nivel. Recuerda que tus respuestas son confidenciales y no serán compartidas con nadie que no sea tu coach. Este ejercicio está diseñado para que tú mismo obtengas claridad sobre tu vida – y ayudarle a tu coach a entender cómo piensas y actúas dentro de tu mundo. ¡Tómate tu tiempo, tómate todo el espacio que necesites para completar las frases y disfruta del proceso!

Frases sobre: COACHING	Tus Respuestas Por favor escribe tus respuestas en los siguientes cuadros:
1. La razón principal que me motivó a empezar el coaching con Stephan es....	
2. Si me tuviese que enfocar en tan solo tres cosas con Stephan, serían las siguientes...	
3. Las razones por las cuales estos objetivos son tan importantes son...	
4. Las cosas que he intentado y no he intentado para alcanzar estos objetivos son...	
5. Lo que más me frustra en este momento es que....	
Frases sobre: CONFIANZA	Tus Respuestas Por favor escribe tus respuestas en los siguientes cuadros:
6. Las cosas por las cuales realmente estoy orgullo en mi vida son...	
7. Me siento exitoso cuando...	
8. Las áreas principales de mi vida en las que siento que no tengo control	

absoluto son...	
9. Las cosas/ personas/ situaciones por las cuales más agradecido estoy son....	
10. Las veces que me siento incomodado son cuando pasan cosas como....	
11. Cuando escucho una voz negativa en mi mente normalmente me dice que...	
12. Mis tres mayores miedos en este momento son ...	
13. Las tres cosas que más odio que me sucedan son...	
Frases sobre: CAPACIDADES	Tus Respuestas Por favor escribe tus respuestas en los siguientes cuadros:
14. Las tres actividades que sé hacer con mayor facilidad son (tres fortalezas)...	
15. Las tres actividades que más necesito hacer pero me resultan difíciles de dominar son (tres debilidades)...	
16. Las tres actividades que más amo hacer son... (pasiones/intereses/hobbies)	
17. Las tres actividades que más odio hacer son...	
18. Las cualidades que otros admiran en mí son...	
19. Cuando intento hacer algo que no sé hacer, normalmente le pido ayuda a...	
20. Las situaciones en las que me rindo y no me sigo esforzando son cuando...	

21. La persona que más admiro en mi vida es... porque...	
Frases sobre: CREENCIAS	Tus Respuestas Por favor escribe tus respuestas en los siguientes cuadros:
22. La creencia positiva que más me ha ayudado a avanzar en mi vida es...	
23. He tenido esta creencia porque...	
24. La creencia que más me ha limitado en mi vida es...	
25. Las consecuencias negativas de tener esta creencia han sido...	
26. He tenido esta creencia porque...	
Frases sobre: CONEXIÓN	Tus Respuestas Por favor escribe tus respuestas en los siguientes cuadros:
27. Si podría escoger 3 valores que todas las personas a mí alrededor cumplieren, serían...	
28. Me gustaría tener tiempo para hacer más cosas como...	
29. Las personas que representan la mayor influencia positiva en mi vida son...	
30. Las personas que me han tratado pobremente son...	
31. En mi opinión, la vida se trata de...	
32. Soy realmente feliz cuando...	
33. Las tres características más importantes que me gustaría ver en Stephan son...	

¡Felicitaciones!

¡Muchas gracias por haber rellenado este cuestionario!

Has tomado la iniciativa. ¡Ahora tu viaje ha comenzado!

Próximos Pasos & Recordatorio:

1. Guarda este documento en tu computadora y envíalo a Stephan@liderazgosinlimites.com
2. Guarda el documento como: Apellido_Nombre_Perfil.doc, por ejemplo:
Kaiser_Stephan_Perfil.doc

Tus sesiones de coaching no pueden empezar hasta que no hayas rellenado este cuestionario y se lo hayas enviado a Stephan, así que hazlo lo antes posible. Si tienes cualquier pregunta, siempre puedes contactar con Stephan mediante Stephan@liderazgosinlimites.com

Stephan Kaiser		
<i>Planificación de Coaching</i>		
Cliente:	Fecha:	Sesión #
Área(s) en la(s) que se requiere Coaching:		
Propósito de la Sesión de Coaching:		
Objetivos:		
Revisión:		
Profundización:		
Expansión:		
Acción:		

Stephan Kaiser	
<i>Evaluación de Coaching</i>	
Alcanzado/Ganado	No Alcanzado/Perdido
Objetivos:	
Relación:	
Proceso:	
Recomendaciones / Lecciones de Aprendizaje:	
Anotaciones para siguiente Sesión:	
Acciones pautadas para siguiente Sesión:	

-MÓDULO #6-

CÓMO CONSEGUIR TUS PRIMEROS 10 CLIENTES... Y LUEGO 100 CLIENTES MÁS

Tú puedes tener el potencial de convertirte en el mejor coach del mundo. Pero si no logras atraer a clientes, entonces no importa qué tan buen coach seas. No puedes ser “el secreto mejor guardado” del coaching. Debes ser un coach que tiene clientes para crear un impacto en ellos, y para también tener unos ingresos estables que reflejen tu nivel de profesionalismo.

Tengo que admitir que al principio a mí me costó mucho tiempo generar nuevos clientes. Pero poco a poco empecé a implementar unas estrategias sencillas que funcionan de manera espectacular. Hoy en día tengo más clientes de lo que inicialmente era mi “número de clientes ideal”. Estas estrategias de promoción para generar nuevos clientes te ayudarán a ti sin importar en qué país o situación te encuentres.

Aquí están mis mejores estrategias para generar nuevos clientes. Lo mejor de todo es que ninguna de estas estrategias te cuesta dinero.

Estrategia #1: 50 sesiones de prueba

Esta estrategia es muy efectiva y te ayudará a seguir practicando como coach. Lo que haces es que simplemente agarras una hoja en blanco y anotas 50 nombres de personas que tú crees que pudieran beneficiarse del coaching. Tal vez sean personas que tú sabes que están sufriendo una adversidad, o son personas que siempre están buscando cómo mejorar a nivel personal ya que todo el tiempo compran libros de autoayuda. Haz tu lista de 50 personas. Si no logras completar los 50 nombres no te preocupes. Pero haz un esfuerzo por llegar a los 50.

Una vez que tienes la lista vas a llamar a estas personas o encontrarte con ellas cara-a-cara. Sin embargo, antes de acercarte a ellas, tienes que escoger lo que yo llamo tu “frase única”. Tu frase única es una oración que describe lo que tú haces como coach y esa frase única debe apasionarte. Por ejemplo, muchos coaches dicen “yo te ayudo a cerrar la brecha entre donde estás y donde quieres estar”. Esa frase está bien porque describe con mucha claridad lo que el coaching es. Pero tal vez no sea una frase que te apasione especialmente. Tal vez te apasione una frase única como “te ayudo a que cuando tengas 80 años no tengas ningún

tipo de remordimiento en la vida”. Con una frase como esta, las personas sienten curiosidad y te preguntan “¿y a qué te refieres con eso?” y puedes describir lo que el coaching es y lo que haces con tus clientes. Escoge una frase única que describa el coaching, que te apasione y que genere curiosidad en las personas.

Después de tener tu frase única, ofreces una sesión gratis a las 50 personas de tu lista. ¿Por qué? Primero, porque tú debes seguir ganando confianza como coach. Segundo, porque esa sesión gratis le ayuda a la persona a experimentar en carne propia los beneficios del coaching. Y si la sesión les gusta, te aseguro que regresarán por más sesiones.

Cuando yo empecé como coach, también me inicié dando sesiones de coaching gratis. La realidad es que de las primeras 20 sesiones gratis que di, calculo que máximo tres personas se convirtieron en mis clientes. ¿Pero qué sucedió? Esas personas le empezaron a decir a otras personas que estaba haciendo coaching y se creó un pequeño “efecto boca-en-boca” en el que más personas se empezaron a interesar por mi trabajo.

Me acuerdo también que vi a dos clientes en unas sesiones gratis de los cuales nunca supe nada más. Después de unos cinco meses de haberles dado esas sesiones gratis, ambos me llamaron diciendo que habían intentando otras disciplinas como la psicología, psicoterapia, etc. pero que ninguna había tenido un efecto tan positivo como mi sesión de coaching gratis. Por lo que (meses más tarde) se convirtieron en mis clientes fijos.

Lo maravilloso de dar sesiones gratis es que el cliente entra con cero expectativas a la sesión. De modo que no tienes nada que perder y mucho por ganar. Lo bueno también es que tú sigues afinando y mejorando tus habilidades como coach. Y llegará un punto en el que tengas tanta confianza (y clientes) que ya no necesitarás ofrecer sesiones gratis. Pero para empezar a generar clientes, esta estrategia funciona de manera fantástica.

Así que haz tu lista de 50 personas. Escoge tu “frase única”. Ofrece una sesión de coaching gratis, ¡y empieza a generar clientes (e ingresos) como coach!

Estrategia #2: Conferencias

La mejor manera de que las personas se conviertan en tus clientes es que te conozcan de manera personal. Por ello, debes empezar con la estrategia nro. 1 contactando a esas 50 personas que ya te conocen.

Otra manera muy efectiva de que las personas te conozcan y generes nuevos clientes es dando conferencias. No necesitas ser un buen orador público, sólo necesitas preparar una pequeña información sobre qué es el coaching y cómo funciona. La buena noticia para ti es que esta información ya está incluida en este curso de coaching. Con lo que has aprendido en este curso puedes preparar fácilmente una pequeña conferencia de 60 minutos. Si haces un buen trabajo, te aseguro que muchos de los asistentes se interesarán inmediatamente para convertirse en tus clientes.

Una de mis áreas de especialidad es dar coaching a familias. Para promocionarme a las familias, un día fui a mi colegio (del que me había graduado hace años) y les ofrecí dar una conferencia a todos los padres sobre cómo mejorar sus familias con técnicas de coaching. Yo ofrecí dar la conferencia gratis si a cambio el colegio hacía la publicidad y se encargaba de que asistieran por lo menos 20 padres. Para mi sorpresa (y para sorpresa del propio colegio), asistieron más de 150 padres. Al final de mi conferencia sobre el coaching, simplemente repartí unas pequeñas hojas en las que me podían rellenar su nombre, email y teléfono en caso de que quisieran seguir en contacto conmigo. Después de la conferencia, tenía instantáneamente una lista de 150 personas con sus datos de contacto que querían empezar una relación de coaching conmigo. Mi número de clientes se duplicó gracias a esa conferencia. Algunas semanas más tarde mandé un email a esa lista de padres diciendo que estaba ofreciendo un taller para sus hijos. Las entradas para ese taller se agotaron tan solo dos horas después de haber mandando la invitación vía email a esos padres.

Tú puedes hacer lo mismo. Sencillamente piensa a qué tipo de clientes te gustaría llegar y en dónde se encuentran esos clientes para ofrecerles una conferencia sobre el coaching. No importa si tienes que dar la conferencia gratis, porque si haces un buen trabajo, vas a llenar tus sesiones de coaching inmediatamente. Por ejemplo, tal vez también le quieras dar coaching a familias. Entonces ve a los colegios a ofrecer una conferencia gratis sobre el coaching. Tal vez quieras dar coaching a emprendedores. En este caso ve a las cámaras de comercio o asociaciones de emprendedores para ofrecer una conferencia. El que busca, encuentra. Busca los lugares en las que se congrega tu público objetivo, ofrece una conferencia y verás cómo te empiezan a llegar clientes nuevos.

Estrategia #3: Youtube

Youtube puede convertirse en una gran fuente para generar nuevos clientes para tus actividades como coach. Se estima que cada vez más personas buscan soluciones a sus problemas en Youtube y no en Google. Sólo necesitas empezar a grabar algunos videos sobre qué es el coaching y cómo funciona para montarlos en Youtube. Estos videos no tienen por qué durar más de 3 minutos cada uno. Al final del video sencillamente mencionas cómo las personas te pueden contactar para ponerse en contacto contigo (ya sea mediante email, teléfono o página web/blog).

Tú puedes grabar un video de aprox. 3 min para cada uno de estos títulos:

- Qué es el coaching?
- Cuál es la diferencia del coaching con otras disciplinas?
- Cuál es la duración del coaching?
- Cuándo debería considerar el coaching?
- Qué temas tratas en el coaching?
- ¡y muchos puntos más!

La buena noticia es que tú ya conoces las respuestas a todas estas preguntas.

Yo implementé esta estrategia cuando empecé a explotar el hecho que no habían muchos coaches enfocados en ayudar a los jóvenes. Grabé algunos videos sobre el coaching para jóvenes, al final mencionaba mi página web y los monté en Youtube. Hoy en día las personas todavía visitan mi página y me contactan gracias a estos videos. Si quieres ver esta estrategia en práctica, ve a Youtube y busca el usuario “coachparajovenes” y podrás ver todos mis videos.

Aquí te doy otro gran truco: Si vas a dar una conferencia sobre el coaching, no necesitas grabar videos adicionales para Youtube. Sencillamente le pides a un amigo o familiar que grabe tu conferencia en video. Al finalizar la conferencia ya tienes el video que vas a montar en Youtube! Es una estrategia excelente para matar dos pájaros de un tiro. Es una estrategia que yo también utilizo continuamente. Por ejemplo, una de mis primeras conferencias que dicté la grabé en video, la monté en Youtube y ha sido vista aprox. 2000 veces. Ese video ha sido responsable para una gran cantidad de contrataciones como conferencista. El video ni siquiera tiene la mejor calidad de video o sonido, pero a las personas les gusta verte “en acción”. Puedes ver mi video haciendo click aquí: <http://www.youtube.com/watch?v=FdHjdLJwEel>

Así que empieza tú también a explotar el potencial de Youtube a tu favor.

Estrategia #4: Página Web/Blog

Otra manera excelente de promocionarte es teniendo una página web o blog. ¡Hoy en día servicios como Blogspot o Wordpress te permiten crear tu propia página web o blog completamente gratis!

Existen muchas maneras de explotar el potencial de tu página web. Sin embargo, aquí te recomiendo los elementos principales que debes incluir:

- Página Principal
- Página “Sobre mí”
- Página de Testimonios
- Página con tu “Blog” (o un enlace externo a tu blog)

En la página principal sencillamente compartes tu “frase única” y le ofreces algún beneficio a las personas. Puedes (por ejemplo) incluir un cuestionario que las personas te rellenan a fin de obtener una sesión de coaching gratis. Sólo piensa en que cuando las personas visitan tu página principal, deben recibir algún beneficio de tu parte, ya sea una sesión gratis, la grabación de tu conferencia, o cualquier otro beneficio.

La página “sobre mí” es tu oportunidad de demostrar que tú eres el coach que le puede ayudar al cliente. Es tu oportunidad para compartir tu resumen curricular y también explicar qué es lo que te diferencia de otros coaches. En esta página debes incluir estos elementos:

- Biografía
- Foto (que te muestre como “amigo”, es decir, no con un micrófono en la mano, sino simplemente como si le estuvieses sonriendo a un amigo)
- Contacto (Email y teléfono)
 - Si deseas, también puedes hacer lo siguiente con tu información de contacto:

- Incluirla en todas las páginas (en la cabeza o al pie de página)
- Hacer una página especial llamada “Contacto”
 - Tú decides cómo quieres presentar tu información de contacto, pero hazlo de tal manera que las personas te puedan contactar con facilidad.

En la página de testimonios debes incluir todos los testimonios que has recibido de tus clientes (ya sea porque hayan recibido una sesión gratis o pagaron por la sesión). Un testimonio de un cliente vale más que mil cosas que puedas decir sobre ti mismo. Así que no dejes los testimonios de lado. Una manera muy rápida de llenar tu página de testimonios es sencillamente ofreciendo tu conferencia gratis y luego pidiéndole a los asistentes sus testimonios sobre la conferencia. ¡Estos son también testimonios que puedes incluir en tu página web!

Si tienes el tiempo y deseo de empezar un blog, ¡recomiendo que lo hagas! Lo importante para tu blog es que:

- (1) Publiques contenido original (nada de copiar y pegar cosas de otros blogs)
- (2) Seas consistente al bloguear (decide si vas a bloguear una vez al día, a la semana, cada 15 días, etc.). Una vez que hayas decidido con qué ritmo vas a bloguear: ¡sé consistente!
- (3) Te posicione a ti como coach-experto. No hables tanto de cómo otros coaches aprendieron algo. Habla de tu experiencia en tu vida, con tus amigos, familiares y clientes. Habla sobre qué es lo que tú has aprendido. Te digo que las entradas a mi blog que más respuestas reciben son en las que hablo de mi propia experiencia.

Evidentemente, existen muchos más elementos para optimizar tu página web. Hoy en día más de 1.000 personas al mes se inscriben en la base de datos de mi página. Pero yo también empecé en pequeño. Empieza con estos elementos para tu página web y si quieres seguir creciendo, sigue investigando respecto a

técnicas de promoción online o también podemos tener una sesión individual de coaching para seguir explotando tu presencia en internet.

Estrategia #5: Clientes generan clientes

Cuando mediante las estrategias anteriores hayas generado tus primeros clientes, esta última estrategia te permitirá crear aún más clientes de manera casi automática. Esta última estrategia se trata de que tus primeros coachees se encarguen de mandarte más coachees. ¿Cómo logras esto? Mediante iniciativas en las que tus coachees actuales te refieran a sus conocidos/amigos/familiares como clientes también. Te doy tres estrategias prácticas que puedes implementar ahora mismo:

- **Ofrecer un descuento la persona que te hace la referencia.**

Si, por ejemplo, Sonia es coachee tuyo, dile que probablemente ella conoce a personas que también se podrían beneficiar del coaching. Dile entonces que si ella refiere a alguien conocido, tú le ofreces a ella como regalo un descuento sobre la próxima sesión o incluso una sesión gratis. De esta manera tu coachee estará mucho más motivado a referirte nuevos clientes. Sonia estará feliz de recibir un descuento, ¡y tú estarás feliz de recibir un cliente nuevo!

- **Hacer una alianza.**

Puedes crear una alianza con alguien que complemente tus servicios como coach. Por ejemplo, cuando yo empecé el coaching para jóvenes creé una alianza con una psicóloga juvenil. Ella me refería pacientes que podrían necesitar del coaching y yo le refería clientes que tenían alguna patología que yo no sabía tratar. Esta alianza fue clave para poder obtener mis primeros clientes. Tú también puedes crear alianzas con especialistas de la salud mental o incluso con otros coaches que trabajan con públicos objetivos similares.

- **Crea tu club.**

Otra manera de empezar el “boca-en-boca” para que tus coachees te refieran a otros clientes es que empieces algún club que se reúne regularmente. Puedes hacer que el club se trate de un pasatiempo o de una pasión que tienes. Por ejemplo, podrías organizar caminatas los sábados en la mañana y al final del recorrido haces una pequeña presentación sobre el coaching. También puedes crear una noche de orientación en la que invitas a otros expertos a hablar de temas de interés relacionados con el

coaching. Crea un club que se reúne regularmente y así también iniciarás el “boca-en-boca” para crear un continuo flujo de clientes.

Las mejores maneras de promocionarte son mediante estrategias sencillas como las que te he presentado aquí. La vida no debe ser complicada. Debemos simplificarla. Así que empieza a implementar estas sencillas estrategias y verás la cantidad de nuevos clientes que tendrás continuamente.

-MÓDULO #7- CÓDIGO ÉTICO IAC

La IAC es la International Association of Coaching y su misión es ofrecer un aprendizaje, una certificación y un marco ético para coaches experimentados y coaches futuros, a fin de que el coaching sea valorado y contribuya a la evolución del potencial humano alrededor del mundo entero.

Es importante conocer cuál es el marco ético desde el cual opera el coaching para respetar a nuestros clientes de manera adecuada y poder contribuir al desarrollo ético y efectivo del coaching.

A continuación se presenta el Código Deontológico de la IAC, el cual ha sido traducido del inglés por The International School Of Coaching (TISOC).

Introducción

Los coaches se especializan en distintos campos (en lo personal y en lo empresarial) para poder ayudar a sus clientes. Los coaches reciben una formación específica en el coaching a través de una escuela o de un coach mentor, y utilizan e incorporan su propia experiencia vivencial en el ejercicio de su profesión.

Un coach puede presentarse como coach, asesor o facilitador. Aunque cada coach mide los avances de su trabajo de una manera distinta, el éxito se mide siempre según los progresos de los clientes del coach. Dada la naturaleza personal de la mayoría de las relaciones de coaching, este Código Deontológico establece un marco y unos valores en los que los coaches profesionales basan su trabajo.

El Código tiene tres finalidades. En primer lugar, establece los grandes principios y valores a los que se adhieren los coaches, que incluyen la confidencialidad y la máxima preocupación por el bienestar y el éxito del cliente. En segundo lugar, proporciona unas reglas de las que se sirven los coaches en muchas de las situaciones concretas en las que pueden encontrarse. Por último, el Código sirve de base para las normas éticas y morales de los coaches. Cada coach individual promete observar el Código y, al mismo tiempo, se anima a los coaches a agregar otros conceptos para

establecer un compromiso de por vida con la construcción de un lugar de trabajo y una profesión éticos.

1. Normas generales

1.01 Aplicabilidad del Código Deontológico

(a) Cualquier código puede ser considerado como una normalización de la experiencia, expresada como una serie de reglas. Una comunidad adopta un código porque sus miembros aceptan que la adhesión a estas reglas, incluyendo las restricciones que ello implica, será beneficioso para todos, tanto dentro como fuera de la comunidad.

(b) Este Código Deontológico está dirigido a todos los miembros profesionales de la IAC. Esencialmente, comprende una serie de afirmaciones que establecen unas normas mínimas para el ejercicio de la profesión, a las que se someten los miembros. Se pretende el cumplimiento tanto del espíritu como de la letra del código.

(c) La actividad del coach que está sujeto al Código Deontológico podrá ser revisada según estas Normas Éticas únicamente si la actividad forma parte de las funciones relacionadas con su trabajo de coaching.

1.02 Relación entre la ética y las leyes del país

(a) Aunque la Ley del país en el que ejerce el coach tendrá preferencia sobre las Normas Éticas de la IAC, el coach procurará, como mínimo, respetar el Código Deontológico de la IAC.

(b) Un coach no debe participar en ninguna actividad ilegal, incluyendo, pero no limitada a, violaciones de derechos de autor, de propiedad intelectual o de patentes.

1.03 La relación profesional

(a) El coach prestará sus servicios únicamente en el contexto de las normas profesionales de la IAC.

(b) La confianza y la responsabilidad constituyen el núcleo de la profesión de coaching. Se espera que el coach actuará siempre con integridad hacia sus clientes, sus compañeros de profesión y hacia sí mismo.

1.04 La competencia del coach

(a) Un coach no se otorgará, a sabiendas, un nivel de competencia superior al que realmente posee, y en todo momento trabajará hasta el máximo de competencia declarada.

(b) El coach prestará servicios únicamente dentro de los límites de su competencia, basándose en su educación, formación o experiencia profesional relacionada. El coach debe aceptar sólo los trabajos que se cree capaz de realizar.

1.05 Mantener el nivel de pericia

(a) El coach mantendrá un nivel razonable de conocimiento de las actuales buenas prácticas empresariales y de la información disponible en sus campos de actividad, además de realizar actividades para mantener el nivel de competencia de sus habilidades profesionales.

(b) El coach se mantendrá informado acerca de las nuevas tecnologías, prácticas, requisitos legales y normas relevantes a la profesión de coaching.

1.06 La comunicación en el coaching

(a) Cuando el coach presta servicios de coaching (incluyendo cualquier tipo de evaluación) a una persona, grupo u organización, empleará un lenguaje razonablemente comprensible para el destinatario de estos servicios.

(b) Si por razones legales o por cualquier otra circunstancia, al coach no le está permitido proporcionar alguna información a una persona o grupo, informará debidamente a la persona o al grupo antes de iniciar el servicio.

1.07 Respeto hacia los demás

(a) El respeto del individuo es una piedra angular de la relación de coaching.

(b) En sus actividades relacionadas con el trabajo, el coach respetará los derechos de los demás a mantener valores, actitudes y opiniones que difieran de los del coach.

1.08 Discriminación injusta

En sus actividades relacionadas con el trabajo, el coach no discriminará de manera injusta por ningún motivo.

1.09 Acoso

(a) El coach no se comportará, a sabiendas, de ninguna manera que sea

vejatoria o humillante para las personas con las que interactúa en su trabajo.

(b) El acoso sexual se define como provocación o insinuación sexual, o comportamiento verbal o no verbal de naturaleza sexual. El coach se asegura que su comportamiento es apropiado en todo momento y que no puede entenderse de ninguna manera como acoso u hostigamiento de ninguna clase.

1.10 Problemas personales y conflictos

(a) El coach reconoce que también puede tener problemas personales que puedan repercutir negativamente sobre la relación coach/cliente. El coach debe informar al cliente de cualquier problema de este tipo para que, entre los dos, puedan tomar las acciones más oportunas.

(b) Además, el coach tiene la obligación de ser consciente de los signos de cualquier problema personal en sus inicios y de obtener ayuda para resolverlo cuanto antes para que no llegue a ser un impedimento en el desempeño del coaching.

(c) Si el coach tiene consciencia de algún problema personal que pueda interferir con el desempeño correcto de sus actividades de coaching, tomará las medidas oportunas, como el asesoramiento o ayuda profesional, y decidirá si debe limitar, suspender o terminar sus actuales actividades de coaching.

1.11 Progresos en el trabajo

El coach tomará acciones razonables para asegurar el progreso del cliente y, en casos donde no se consiga ningún avance, procurará minimizar el perjuicio para el cliente.

1.12 Uso incorrecto de la influencia del coach

Dado que el juicio y las acciones del coach pueden afectar las vidas de otras personas, debe permanecer atento y vigilante ante cualquier factor personal, económico, social, organizativo o político que pueda llevarle a ejercer su influencia incorrectamente.

1.13 Uso incorrecto del trabajo del coach

(a) El coach no participará en actividades en las que exista la probabilidad de que sus habilidades o valoraciones sean utilizadas incorrectamente por otros.

(b) Si el coach se entera de cualquier uso incorrecto o representación falsa de su trabajo, tomará medidas razonables para corregir o minimizar el uso

incorrecto o representación falsa.

1.14 Conflicto de intereses

- (a) Siempre que sea factible, el coach no asumirá obligaciones profesionales cuando exista una relación que pudiera dar lugar a un conflicto de intereses.
- (b) Si el coach se entera que, debido a factores no previsibles, ha surgido un potencial conflicto de intereses, intentará resolverlo teniendo en cuenta los mejores intereses de la persona afectada y en cumplimiento con el Código Deontológico.

1.15 Trueque

Un coach podrá aceptar el trueque sólo si ello no implica una relación abusiva. El coach es libre para negociar la aceptación de bienes, servicios u otra remuneración no monetaria a cambio de los servicios de coaching, dentro de las limitaciones legales y tributarias del país en el que se trabaja.

1.16 Relaciones abusivas

- (a) El coach no explotará a las personas subordinadas a él en una situación empresarial.
- (b) El coach no mantendrá relaciones sexuales con el personal sobre el que tiene autoridad de evaluación o dirección, dado que tales relaciones podrían considerarse una explotación.

1.17 Envío de clientes a otros profesionales

Cuando esté indicado y si resulta profesionalmente oportuno, el coach podrá colaborar con otros profesionales para servir mejor a sus clientes.

1.18 Peticiones de servicios por parte de terceros

- (a) Cuando el coach acepta prestar sus servicios a una persona o entidad a petición de terceros, el coach esclarecerá, hasta donde sea posible y al inicio del servicio, la naturaleza de la relación con cada una de las partes implicadas. Este esclarecimiento incluye el rol del coach (por ejemplo, como consultor organizativo), los probables usos de los servicios prestados o de la información obtenida, y el hecho de que podrán existir límites a la confidencialidad.
- (b) Si se prevé el riesgo de que el coach pudiera encontrarse en una situación de conflicto a causa de la involucración de un tercero, el coach debe esclarecer la naturaleza y dirección de sus responsabilidades, mantener informadas a todas las partes sobre el desarrollo del trabajo y resolver la situación de acuerdo con este Código Deontológico.

1.19 Delegación en los subordinados y supervisión de éstos

- (a) El coach delegará en sus empleados y asistentes, únicamente aquellas responsabilidades que estas personas puedan llevar a cabo de manera competente, de acuerdo con su educación, formación o experiencia, bien sea con autonomía o con el nivel de supervisión adecuado.
- (b) El coach ofrecerá la oportuna formación y supervisión a sus empleados y tomará medidas razonables para asegurar que estas personas realizan los servicios de una manera responsable, competente y ética.

1.20 Gestión de registros e información

- (a) El coach establecerá un sistema para crear, mantener, divulgar, guardar, retener y eliminar los documentos y datos relacionados con su trabajo y otras actividades, de acuerdo con la legislación del país en el que ejerce, y de una manera que permita el cumplimiento con los requisitos de este Código Deontológico.
- (b) Se recomienda que el coach documente su trabajo adecuadamente para facilitar la eventual prestación de servicios en el futuro por el mismo coach o por parte de otros profesionales, para asegurar la responsabilidad y para satisfacer los requisitos legales de su país.

1.21 Honorarios y condiciones de pago

- (a) En el momento oportuno al iniciar la relación profesional, el coach y el cliente, u otro destinatario de los servicios de coaching, establecerán un acuerdo que especifique la remuneración y las condiciones de facturación.
- (b) El coach no cobrará honorarios abusivos, ni engañará a los clientes, o a los responsables del pago, en cuanto al importe de los mismos.
- (c) Si se prevé alguna restricción en los servicios prestados debido a limitaciones económicas, el coach debe hablar del tema con el cliente cuanto antes.
- (d) Si el cliente u otro destinatario de servicios no abona los importes según el acuerdo establecido, y si el coach desea recurrir a agencias de cobro o acciones legales para cobrar sus honorarios, antes de tomar cualquier medida informará al interesado de las medidas que se tomarán y le ofrecerá la oportunidad de abonar las cantidades pendientes.

1.22 Exactitud de la información facilitada a los responsables del pago

En los documentos emitidos a los responsables del abono de los servicios, el coach detallará precisa y claramente la naturaleza del

servicio prestado, los honorarios y cualquier otro costo que hubiera.

1.23 Honorarios de referencia a otros profesionales

Cuando un coach paga o cobra a otro profesional, o reparte honorarios con éste (en cualquier situación que no sea una relación de patrono/empleado), el pago correspondiente a cada una de las partes se basará en los servicios prestados (envío del cliente, asesoramiento, administración, etc.) y será acordado por escrito antes de iniciar la relación profesional.

2. Publicidad y declaraciones públicas

2.01 Definición

Por publicidad y declaraciones públicas, se entiende cualquier documento escrito o afirmación oral con respecto al coaching, que el coach pone a disposición del público en general (por ejemplo: un catálogo, artículo, discurso o currículum vitae).

2.02 Afirmaciones de otros

El coach comprende que otras personas podrán hacer afirmaciones en público en su nombre, tanto a petición del coach como sin consultarle. El coach hará todo lo posible para asegurar que tales afirmaciones públicas sean verídicas y que no se presten a equívocos.

2.03 Evitar afirmaciones falsas

El coach no hará ninguna afirmación pública falsa, bajo ninguna circunstancia. Ejemplos de esto pueden ser referencias a su formación o experiencia o los honorarios que cobra.

3. La relación de coaching

3.01 Estructurar la relación

- (a) El coach explicará al cliente la estructura de sus honorarios antes de la primera sesión cobrada.
- (b) El coach planteará y estudiará, junto con el cliente, todos los temas importantes al inicio de la relación de coaching. Un ejemplo de esto sería la confidencialidad (véase también la Norma 4.01: "Hablar de la confidencialidad y sus limitaciones").

(c) El coach enviará clientes a otros profesionales cuando sea oportuno. El coach también enviará el cliente a un orientador, terapeuta o psiquiatra cuanto antes si percibe algún problema que pudiera precisar un tratamiento de salud mental.

(d) El coach procurará responder a todas las preguntas del cliente y atender a sus preocupaciones acerca del coaching a la primera oportunidad. Si dispone de material escrito sobre el coaching que pueda ayudar a aclarar temas concretos, debe proporcionarlo al cliente.

3.02 Seguridad y bienestar

(a) El coach debe enviar al cliente a un profesional de salud mental o de servicios de urgencia sin demora, si se percata de cualquier situación en la que el cliente pueda poner en peligro su propia seguridad o bienestar, o la seguridad y bienestar de otros. En situaciones graves, el coach debe ponerse en contacto con un servicio de crisis de salud mental o de urgencias en nombre del cliente.

(b) El coach no debe intentar diagnosticar o evaluar ningún tema de salud mental o problema concreto si existe una situación de riesgo para el cliente u otras personas, sino actuará sólo sobre la base de su experiencia personal. El coach no tiene la formación adecuada ni la autorización para establecer un diagnóstico o evaluación de este tipo.

(c) El coach debe informar a las autoridades competentes si el cliente revela que está haciendo daño o poniendo en peligro a otra persona o grupo. El coach también debe intentar informar a la persona o grupo objeto del daño o peligro. No le incumbe al coach el discernir si existe un problema de salud mental o si el daño, posible o actual, es ilegal.

3.03 Prestación de servicios de coaching a personas en tratamiento con profesionales de salud mental

El coach debe decidir si desea establecer una relación de coaching con un cliente que está recibiendo psicoterapia u otro tratamiento de salud mental. El factor más importante a la hora de tomar esta decisión es el bienestar del cliente.

3.04 Relaciones íntimas con clientes

El coach no establecerá ninguna relación sexual con sus clientes actuales.

3.05 Interrupción de los servicios

El coach hará todo lo razonablemente posible para asegurar la continuidad del coaching en caso de verse obligado a interrumpir sus servicios. Si se trata de una interrupción prolongada (más de un mes), se recomienda al coach que

envíe al cliente a otros coach hasta que pueda reanudarse el servicio.

3.06 Terminar la relación de coaching

El coach terminará la relación de coaching si se ve claramente que el cliente ya no se beneficia (o se está perjudicando) de la relación. Al terminar la relación, el coach propondrá alternativas o enviará al cliente a otros coach, o a otros servicios profesionales, si conviene.

4. Intimidad y confidencialidad

4.01 Hablar de la confidencialidad y sus limitaciones

(a) El coach respetará el derecho del cliente a la intimidad y no le pedirá ninguna información privada, a menos que sea esencial para la prestación de sus servicios o para fines de investigación científica. Con respecto a cualquier información privada que el cliente revele, el coach debe observar las normas de confidencialidad.

(b) Se debe hablar de la confidencialidad al inicio de la relación profesional, a menos que esté contraindicado o no resulte factible, y a partir de ahí, cuando sea necesario.

(c) El coach debe hablar con los clientes y otras personas interesadas, sobre la naturaleza de la confidencialidad y sus limitaciones. El coach debe examinar las situaciones en las que alguna información confidencial puede ser solicitada o revelada. (d) Toda información obtenida en el transcurso del servicio profesional será confidencial, a menos que exista un motivo profesional apremiante para revelarla. El coach revelará información confidencial sin el permiso previo del cliente si es necesario para impedir algún daño inminente y previsible para el cliente u otra persona. En todas las circunstancias, el coach debe ejercer buen juicio en cuanto a la cantidad de datos que revela.

4.02 Mantener la confidencialidad

(a) El coach debe ser fundamentalmente prudente con respecto a la protección del derecho a la confidencialidad de las personas con las que trabaja o consulta. El coach reconoce que las relaciones profesionales, los reglamentos institucionales y/o la ley pueden establecer la confidencialidad.

(b) El coach no debe revelar ninguna información confidencial en una situación en la que no se puede garantizar el secreto.

(c) El coach revelará datos confidenciales únicamente para fines apropiados de tipo profesional, consultivo o científico, y sólo a personas claramente relacionadas con estos temas.

- (d) En el trato con el público y los medios de comunicación (incluyendo presentaciones profesionales y trabajos escritos), el coach debe proteger la confidencialidad de sus clientes. Además, el coach disimulará la información confidencial de modo que no será posible identificar al cliente en cuestión. El coach revelará datos confidenciales sólo con el consentimiento escrito del cliente o de una persona legalmente autorizada.
- (e) En cualquier capacidad consultiva, el coach no debe revelar información confidencial que pudiera dar lugar a la identificación de un cliente con el que tiene una relación confidencial. El coach puede revelar esta información únicamente si ha obtenido el consentimiento previo del cliente, o si no puede evitarse la revelación. Además, el coach compartirá sólo la información necesaria para lograr la finalidad de la consulta.
- (f) El coach debe tomar las precauciones lógicas para proteger la confidencialidad del cliente en el caso del cese de ejercicio profesional, incapacitación o fallecimiento del coach.
- (g) El coach debe proteger la confidencialidad de sus clientes fallecidos de acuerdo con este Código Deontológico.

4.03 Gestión de documentos e información

- (a) El coach mantendrá la confidencialidad a la hora de crear, guardar, acceder, trasladar o eliminar los documentos que custodia, de acuerdo con este Código Deontológico y las leyes de su país.
- (b) El coach tomará precauciones para asegurar y mantener la confidencialidad de la información comunicada a través del teléfono, buzón de voz, ordenador, correo electrónico, mensajes cortos, máquinas de fax o cualquier otra vía informatizada.
- (c) El coach debe tomar medidas prácticas y lícitas para asegurar que los documentos permanecen disponibles, para servir mejor los intereses de sus clientes.

4.04 Revelación de información

- (a) A menos que esté prohibido por ley, el coach revelará datos confidenciales sólo si el cliente, o cualquier persona legalmente autorizada para actuar en nombre del cliente, haya dado su consentimiento expreso y por escrito.
- (b) El coach podrá revelar información confidencial sin el consentimiento del cliente sólo en las circunstancias exigidas o permitidas por la ley.
- (c) Cuando sea posible, el coach informará a sus clientes acerca de la revelación de información confidencial y sus posibles consecuencias, antes de revelar los datos.
- (d) El coach sólo revelará datos confidenciales a terceras partes

responsables del pago, con el consentimiento oportuno y por escrito.

(e) El coach debe revelar ciertos datos confidenciales exigidos por las disposiciones legales o si la información confidencial supone una situación de riesgo de daño para al cliente u otras personas, o compromete el bienestar de éstos.

5. Formación de coaches

5.01 Diseño de programas de formación

Los coaches que forman a otros coach se esforzarán al máximo para asegurar que sus programas de formación están bien diseñados y que darán a los alumnos el material que buscan.

5.02 Descripciones de programas de formación

Los coaches que forman a otros coach no engañarán a los demás con respecto a la formación que ofrecen.

5.03 La ética en la formación

Los coaches que forman a otros coach asegurarán el conocimiento de este Código Deontológico por parte de sus alumnos, cuando sea oportuno, y lo cumplirán durante el proceso de formación.

5.04 Limitaciones a la formación

Los coaches serán conscientes de sus propias limitaciones a la hora de formar a otros coach, y si no creen poseer la experiencia adecuada para formar a otro coach en un área o técnica concreta, enviarán al alumno a otro coach o programa de formación.

6. Investigación científica sobre el coaching y publicación de artículos

6.01 Planificación de la investigación

(a) Aquellos coaches que dirigen proyectos de investigación deben diseñar y llevar a cabo los estudios de acuerdo con las normas científicas reconocidas.

(b) La investigación sobre el coaching debe ser planificada para minimizar la posibilidad de obtener resultados equívocos a partir de los datos recabados.

(c) los coaches que realizan investigaciones deben ser cualificados para este

fin, o poner la dirección de la investigación en manos de otros profesionales científicos cualificados. (d) La investigación debe llevarse a cabo en cumplimiento con todas las leyes del país en el que se realiza.

6.02 Realización de proyectos de investigación

(a) Debe obtenerse la aprobación o el consentimiento de los participantes en la investigación o de las organizaciones patrocinadoras, a menos que se den las condiciones expresadas en el apartado (b) a continuación.

(b) No será necesaria la aprobación o el consentimiento de los participantes en la investigación o de las organizaciones patrocinadoras únicamente en casos especiales, como, por ejemplo, estudios basados en cuestionarios anónimos u observaciones de tipo naturalista.

(c) Los participantes deben ser informados de la investigación y de los usos que se prevén de la misma, todo ello expresado en un lenguaje comprensible al público en general.

(d) Si es necesario, los participantes en la investigación estarán convenientemente protegidos contra cualquier consecuencia adversa relacionada con la misma, incluyendo (aunque no limitado a) las potenciales consecuencias de retirarse del estudio.

(e) Si se ofrecen incentivos a los participantes en la investigación, estos incentivos no deben ser excesivos o impropios.

6.03 Comunicación de los resultados de la investigación

A la hora de hacer públicos los resultados de la investigación, los coaches no los falsificarán ni presentarán resultados fingidos. Además, si en el futuro se encontrasen errores significativos en la investigación, se intentará corregir los resultados anteriores de una manera oportuna.

Los siguientes puntos son aplicables a todos los trabajos publicados por los coaches.

6.04 Plagio

Los coaches no copiarán las investigaciones o los datos de otros sin el permiso por escrito del autor de los mismos.

6.05 Créditos de publicación

Los coaches se responsabilizarán y se atribuirán el mérito únicamente con respecto a su propio trabajo.

6.06 Revisores profesionales

Los coaches que ejercen como revisores profesionales de material para publicar, respetarán la confidencialidad del trabajo y atribuirán el mérito al autor o los autores que lo han presentado.

**EJERCICIO: Tu crecimiento personal como coach**

Describe en máximo 300 palabras cuál ha sido tu evolución como coach debido a tu participación en este curso.

Toma en consideración:

- Las expectativas que tenías al empezar este curso
- Los aprendizajes teóricos que has tenido
- Las lecciones que has aprendido en tus sesiones con tu(s) coachee(s)
- Lo que has aprendido en los ejercicios con tu coach
- Qué cambios importantes has tenido como coach
- Cuál es tu siguiente paso como coach

Después de haber completado este ejercicio, mándaselo por email a tu coach. Él/ella te responderá diciendo si tus respuestas han sido satisfactorias. Te recuerdo que para obtener el diploma, todos los ejercicios de este curso tienen que ser completados.

Si adicionalmente a este ejercicio ya quieres realizar el juego de rol con tu coach (en el cual tú eres el coach y tu coach hace el papel de tu cliente), ¡hazle saber a tu coach en tu correo que ya estás listo para la sesión con él/ella! Te recuerdo que este juego de rol con tu coach también es necesario para recibir tu diploma del curso.

¡HASTA PRONTO!

¡Felicitaciones por haber completado este curso!

¡El hecho que hayas estudiado todos los módulos y hayas realizado todos los ejercicios refleja que realmente quieres convertirte en un coach de éxito y en una influencia positiva para otros! ¡Te felicito!

Aún cuando hemos llegado al final de este curso, quiero decirte que este curso no representa el final, sino el principio de un nuevo camino de coaching para ti. Es sumamente importante que no te quedes estancado en tu crecimiento como persona y como coach después de este curso. Sigue estudiando el coaching. Sigue practicando. Sigue afinando tus habilidades como coach mediante cursos más intensivos y experiencias más grandes. Sigue siempre con ese deseo inquebrantable de siempre dar lo mejor de ti y de crear un mejor futuro para otros.

Sigue caminando. Sigue aprendiendo. Sigue descubriendo.

Ser un coach realmente es una de las profesiones que más satisfacción personal y libertad profesional te pueden dar. Así que sigue siempre adelante.

¡Te deseo todo lo mejor en tu viaje como coach!

¡Sigue siendo una influencia positiva para el mundo entero!

¡Recuerda vivir siempre con pasión en el corazón!

En amistad,



--Stephan Kaiser
Fundador, LiderazgoSinLimites.com

“Lo más importante es estar siempre dispuestos a sacrificar lo que somos por aquello en los que nos podríamos convertir.” -Stephan Kaiser