

COACHING ORGANIZACIONAL

PRESENTACIÓN



Índice

01. Proceso de Coaching

Lograr objetivos /
Mejorar

03. Modelo Coaching Organizacional

Diagnostico
/Objetivos/Plan Acción/
Medición de resultados

02. Preguntas Poderosas

No puedes dejar de
responderlas

04. Feedback

Dominando
Modelo F.E.E.D





The Business is a Game



Introducción.





The Business is a Game

Antecedentes del Coaching

Origen del Término: La historia apunta hacia los siglos XV y XVI, cuando empezó a hacerse muy popular en la población húngara de Kocs.





Antecedentes del Coaching

- Kocs: pequeña aldea de Hungría.
- Construían los mejores carruajes de caballo del mundo.
- El primer uso de la palabra se refería a un tipo especial de carruaje utilizado en Kocs.
- Ruta comercial: Viena – Budapest.
- Por tanto su significado básico es: **“transportar una persona valiosa desde donde está hasta donde desea estar”**.



The Business is a Game

¿Qué es el Coaching?

Es una Asociación en la que el Coach ayuda a su Cliente a alcanzar lo mejor de si mismo y a obtener los resultados que desea tanto en su vida privada como en la profesional.





The Business is a Game

La intención del Coaching es similar a la de otras profesiones de ayuda: **facilitar** que la persona cambie del modo que ella desea y **apoyarla** para que **sea lo mejor que pueda ser.**





The Business is a Game

En gran medida, el coaching da resultados a causa de la **relación** de **apoyo** entre el coach y la otra persona, y de los medios y el estilo de **comunicación utilizados**.





The Business is a Game

La tres base del coaching

El Coaching se centra en lo que deseas – tu objetivo – y en cómo conseguirlo

Tu
Objetivo



El Coaching te estimula a conocer tus valores y a vivirlos en el logro de tus objetivos

Tus
Valores



El Coaching cuestiona las creencias limitadoras y refuerza las positivas mediante tareas que proporcionan feedback

Cuestionar
tus
Creencias





5 claves del éxito empresarial



- **CLAVE 1: Haz lo que dices y di lo que haces**

La base para tener un equipo eficiente es la confianza los miembros del equipo deben poder confiar el uno en el otro para avanzar y lograr resultados de manera eficiente

-
by LINUS FRANK





5 claves del éxito empresarial



- **CLAVE 2: Asume la responsabilidad**

*Para sacar el máximo partido de un equipo, cada individuo necesita y debería buscar el tener **responsabilidades independientes**.*

Todos deben sentirse como un gerente dentro de su función

-
by LINUS FRANK





5 claves del éxito empresarial

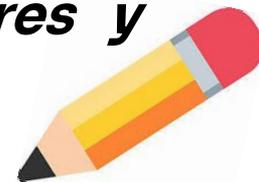


- **CLAVE 3: Deja de controlarlo todo**

Las organizaciones donde los líderes intentan controlar cada detalle y no delegan, generalmente muestran baja eficiencia.

*Delegar no solo significa dar responsabilidades, sino **también permitir que la gente cometa errores y presenten soluciones**, es su camino de aprendizaje.*

by LINUS FRANK





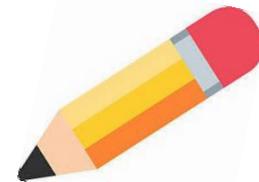
5 claves del éxito empresarial



- **CLAVE 4: Bájate de la nube**

*Los gerentes deben aprender que pueden encontrar las **ideas más valiosas en donde menos lo esperan.***

-
by LINUS FRANK





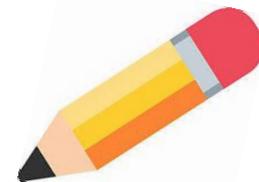
5 claves del éxito empresarial



- **CLAVE 5: Contribuir y apoyar**

Una cultura de rendimiento fuerte y ética no sirve de nada si los miembros del equipo se consideran entre sí como competidores.

-
by LINUS FRANK





The Business is a Game

01. Proceso de Coaching



Lograr objetivos / Mejorar
desempeño / empoderar



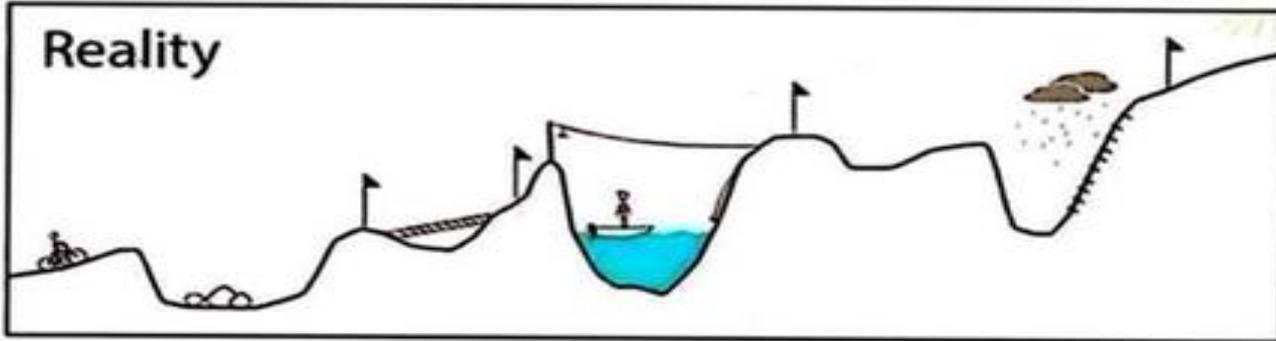


The Business is a Game

Your plan



Reality



Proceso de Coaching



The Business is a Game



Proceso de Coaching



The Business is a Game

**Lograr objetivos / Mejorar
desempeño /
empoderar**

CAMBIO



Proceso de Coaching



The Business is a Game

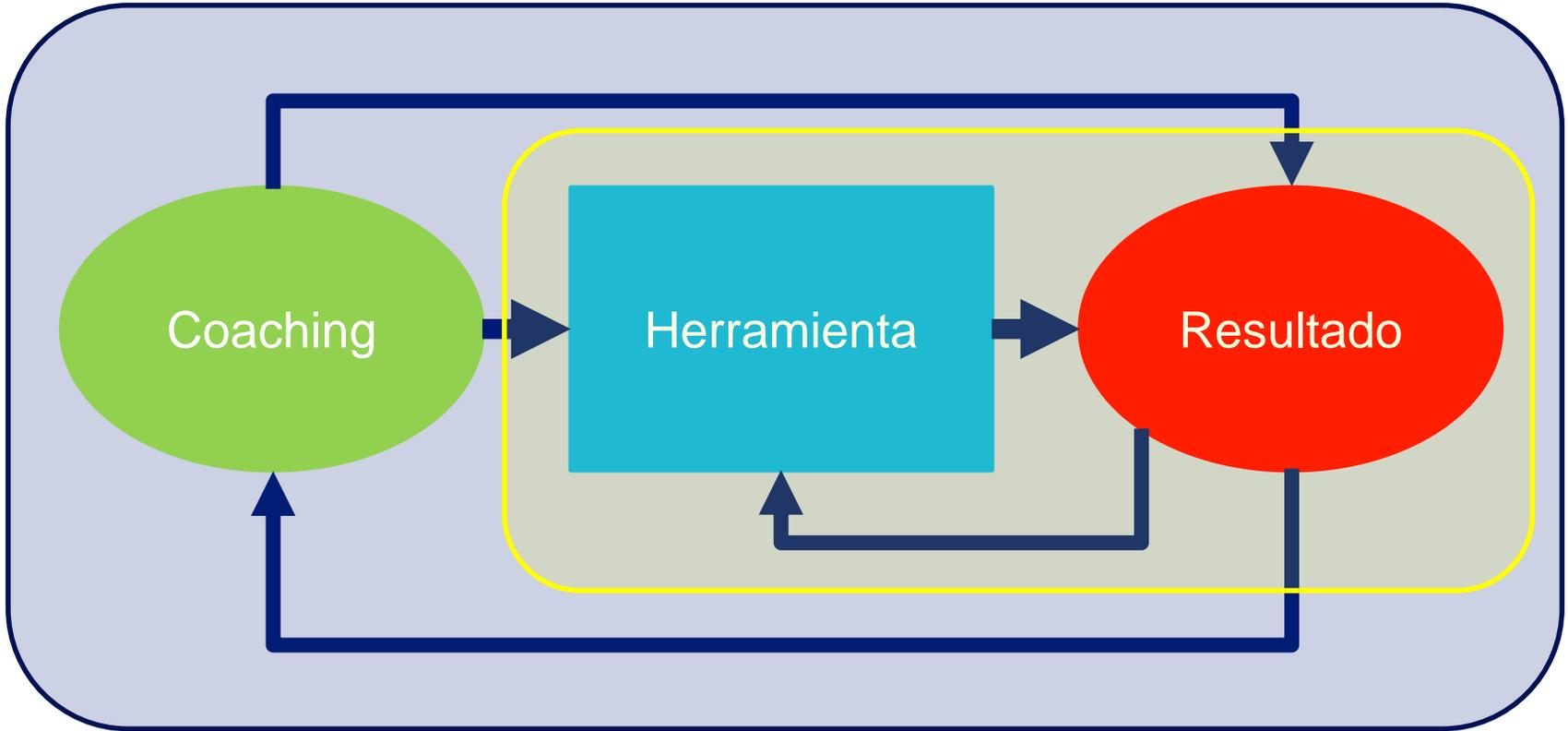
**Situación
actual**

- Ayudar a personas, equipos de trabajo u organizaciones
- Lograr sus objetivos
- Mejorar la calidad de vida de las personas

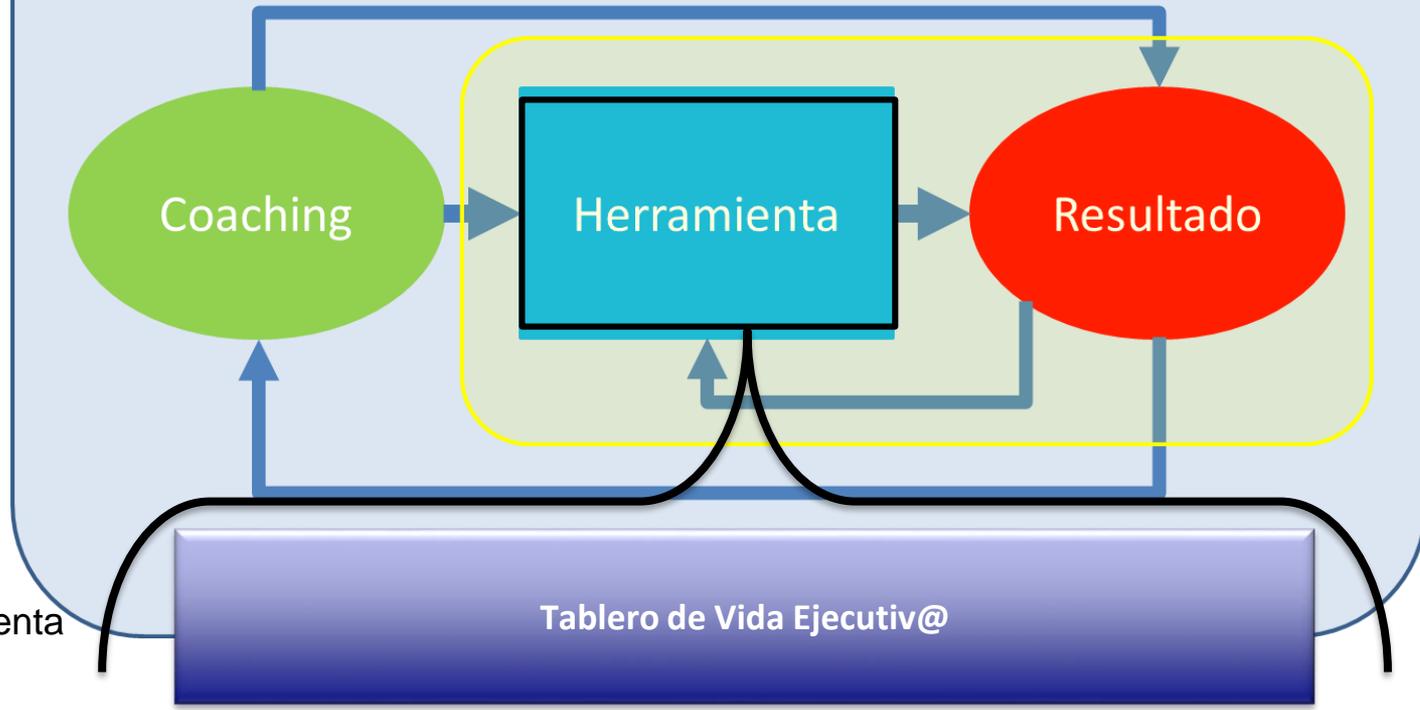
**Resultado
Deseado
(meta)**

Característica común de Personas felices = Equilibrio
Equilibrio Personal = Calidad de vida

Coaching Ejecutivo



Coaching Ejecutivo



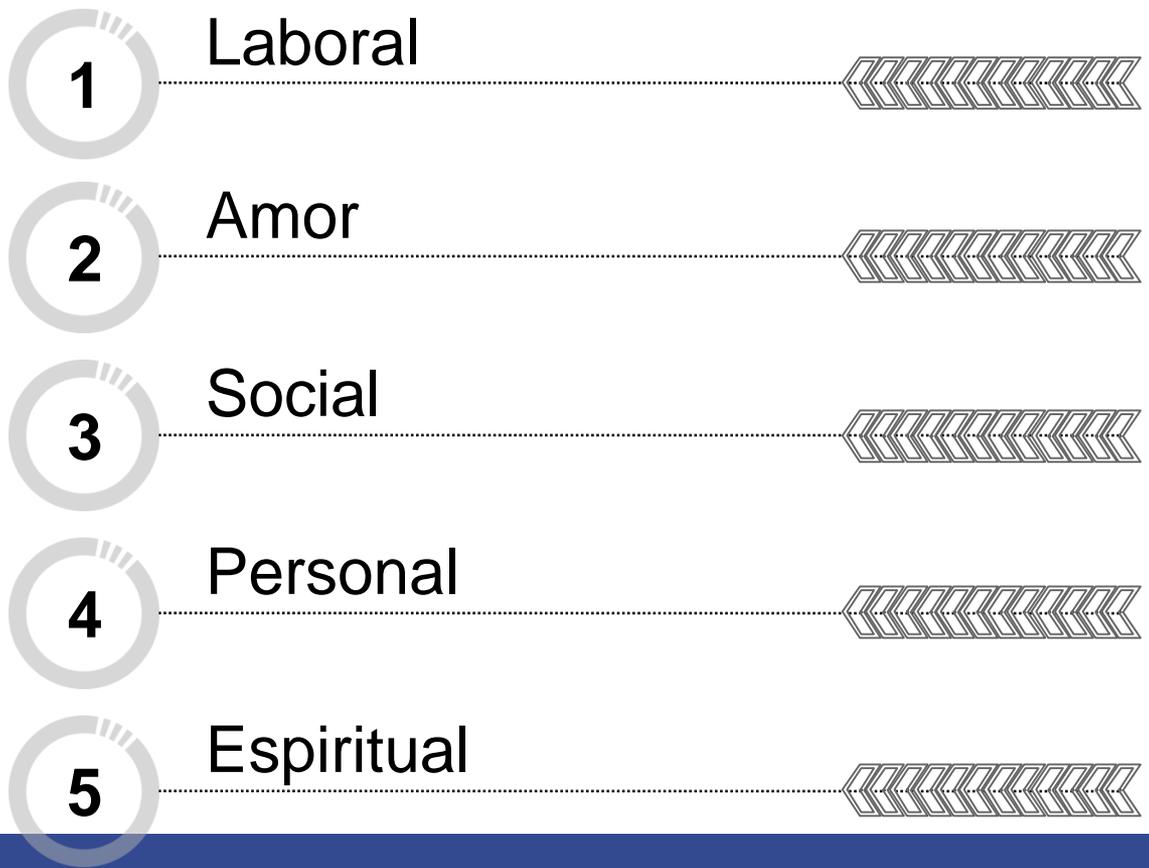
Herramienta

Tablero de Vida Ejecutiv@



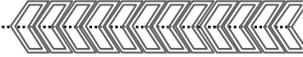
The Business is a Game

Tablero de vida Ejecutivo@



1

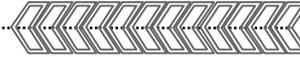
Laboral



- Las personas tienen un intenso deseo de hacer una contribución al mundo a través de sus acciones.
- En esta etapa hacemos el esfuerzo en descubrir nuestra contribución individual y utilizar nuestras fortalezas individuales, talentos y habilidades.
- Pasamos la mayor parte de nuestro tiempo en esta área de vida, y es donde recibimos más reconocimiento y recompensa.

2

Amor



The Business is a Game

- Este es la actividad que indica nuestro deseo de tener una pareja.
- Este deseo de mantener una relación significativa, exclusiva nos motiva a buscar intimidad y amor con otro ser humano.
- Independiente de las dificultades en las relaciones, nos inclinamos a tener una relación de amor.
- Sin éxito en esta área se experimenta un vacío muy grande.

3

Social



- Necesitamos sentirnos conectados con las personas en nuestro entorno.
- Esta área, es el deseo colectivo de conexión con nuestra familia y amigos.
- Independiente de periodos de aislamiento, necesitamos afiliación significativa con otros.
- Somos criaturas sociales cableados para experimentar comunidad.



Personal



The Business is a Game

- Esta área representa el autoconocimiento y autocuidado.
- Los aspectos de desarrollo personal y profesional están comprendidos aquí. Que incluyen:
 - Ejercicio físico.
 - Aprendizaje intelectual
 - Actividades Recreacionales.
 - Hobbies.
- La relación con otros es tan importante como la relación con nosotros mismos.

5

Espiritual



- Esta etapa, refleja nuestra conciencia de fuerza mayor que nosotros, y una conexión a un propósito y significado en este mundo.
- Algunos se vuelcan a la religión, otros al trabajo social o a la meditación. (Espiritual).
- Esta actividad nos permite tener éxito en nuestro trabajo y en nuestras relaciones.
- Y también entender y lograr paz interior.



The Business is a Game

1er Sesión de Coaching





The Business is a Game

02. Preguntas poderosas



no puedes dejar de responderlas.





The Business is a Game

INSIGHT

Es un momento sublime de consciencia, convergencia y transformación en el que la persona encuentra luz con respecto a un asunto.





The Business is a Game

INSIGHT

Mediante un insight una
persona

"capta", "internaliza" o
comprende, una "verdad"
que le es revelada.





The Business is a Game

El Arte de preguntas en Coaching

Las preguntas tiene una extraña cualidad,
no puedes dejar de responderlas.

Te **obligan** a **reflexionar** sobre
tu **experiencia.**

Incluso si la **respuesta** es “**no se**”, para
llegar a ella **primero** has tenido que
pensar la **pregunta** y **revisar** tu
experiencia.





The Business is a Game

La base de un proceso de coaching son las preguntas.

A través de ellas se consigue **que el cliente explore y profundice en su propio pensamiento** para averiguar qué es lo que quiere y cómo puede conseguirlo.





The Business is a Game

Con las **preguntas** se le da al **coachee/cliente** el **poder** que tiene para **conseguir** con sus **propios recursos** llegar al **objetivo** que ansía **lograr**.





The Business is a Game

¿Cómo formular preguntas poderosas?

Las preguntas poderosas se utilizaran para generar

CONCIENCIA y RESPONSABILIDAD

comienzan con palabras que procuran cuantificar o deducir hechos, como

QUÉ, CUANDO, QUIÉN, CUÁNTO, CUÁNTOS





The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Qué: Se utiliza para realizar diagnósticos de la situación actual.

Cómo: Se utiliza para acompañar al Coachee a que defina y elabore su plan de acción.

Para que: Se utiliza para conectar al Coachee con su propósito de lograr su objetivo, es decir que se comprometa al 100% con su meta que desea alcanzar



The Business is a Game

Preguntas en Coaching





The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas que invitan al
coachee a decidir sus
objetivos

- ¿Qué te gustaría conseguir?
- ¿Cuáles son tus objetivos?
- ¿Qué metas te has planteado?
- ¿Qué quieres?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas que invitan a
visualizar el futuro

- ¿Cómo te ves en diez años?
- ¿Cómo imaginas el futuro de este proyecto?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas que crean
posibilidades

- ¿Qué pasaría si pudieras?
- ¿Cómo sería el futuro si tu empresa innovara tanto como tú quieres?
- ¿Con qué recursos te gustaría contar?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas que dan la
responsabilidad al
coachee

- ¿Qué resultados quieres conseguir hoy?
- ¿Qué vas a hacer?
- ¿En qué medida estás comprometido con esto?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas que nos hablan
de distintas opciones

- ¿Qué opciones tienes?
- ¿Que alternativas hay?
- ¿Qué distintos escenarios te puedes encontrar?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas que nos hablan
del plan de acción

- ¿Qué acciones habría que incluir en el plan?
- ¿Qué pasos serán necesarios para conseguir su objetivo?
- ¿Cuales serán los principales hitos en el camino?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas evocan a
escenarios ideales

- ¿Cuál sería el mejor resultado?
- ¿Cuál sería el resultado ideal?
- En última instancia ¿Qué te gustaría conseguir?



The Business is a Game

Preguntas en Coaching

Preguntas sobre éxitos
pasados

- ¿Cuál fue tu comportamiento en una situación similar en la que tuviste éxito?
- En alguna situación similar a la actual en el pasado ¿Cómo conseguiste salir con éxito?



The Business is a Game

2da Sesión de Coaching





The Business is a Game

03. Modelo de Coaching Organizacional



Dianostico/Objetivos/Plan
/Evaluación





The Business is a Game

¿Qué son objetivos de las empresas?

Los **objetivos** de las **empresas** son los pasos definidos para alcanzar los resultados que un negocio espera.





The Business is a Game

Estos **objetivos** deben ser **medibles** para que sea posible **evaluar** su **desempeño** y, así, tomar las medidas necesarias para redefinir las **estrategias** si se requiere.

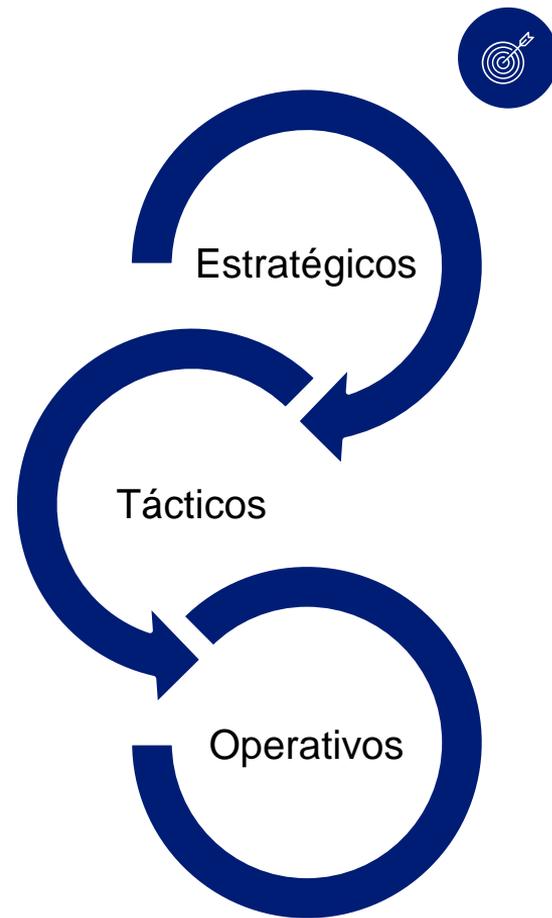




Tipos de objetivos organizacionales

Los objetivos organizacionales se clasifican en base a su proyección en el **tiempo**, es decir, en la historia de la **organización**.

Así, existen tres tipos diferentes:





The Business is a Game

Operativo son tareas particulares que es necesario cumplir para alcanzar progresivamente la misión última de una empresa. Como su nombre lo indica, estos objetivos están centrados en la operatividad de una compañía, por lo que buscan constantemente la eficiencia, optimización y buen desempeño.

Estratégico: son propósitos generales que orientan los esfuerzos de una compañía. Suelen ser de largo plazo y, por tanto, conllevan una serie de objetivos particulares.

Tácticos (son una instancia entre el estratégico y el operativo, sirviendo como una adaptación por áreas de la empresa de los planes necesarios para cumplir con el objetivo general.



PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

MISION

RAZON DE SER DE LA ENTIDAD, FIN,
PROPOSITO

VISION

FUTURO, ESCENARIO DESEADO,
COMO QUIERE SER LA ENTIDAD

**OBJETIVOS
ESTRATEGICOS**

QUÉ ESPERA LOGRAR LA ENTIDAD
PARA CUMPLIR SU MISION

ESTRATEGIAS

MEDIOS PARA LOGRAR LOS
OBJETIVOS ESTRATEGICOS

LINEAS DE ACCION

CÓMO

*PROYECTOS, PROGRAMAS,
ACTIVIDADES*

CONCRECION DE LOS
OBJETIVOS ESTRATEGICOS

PRESUPUESTO

MEDIDAS PARA ESTABLECER EL
GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS
OBJETIVOS

INDICADORES

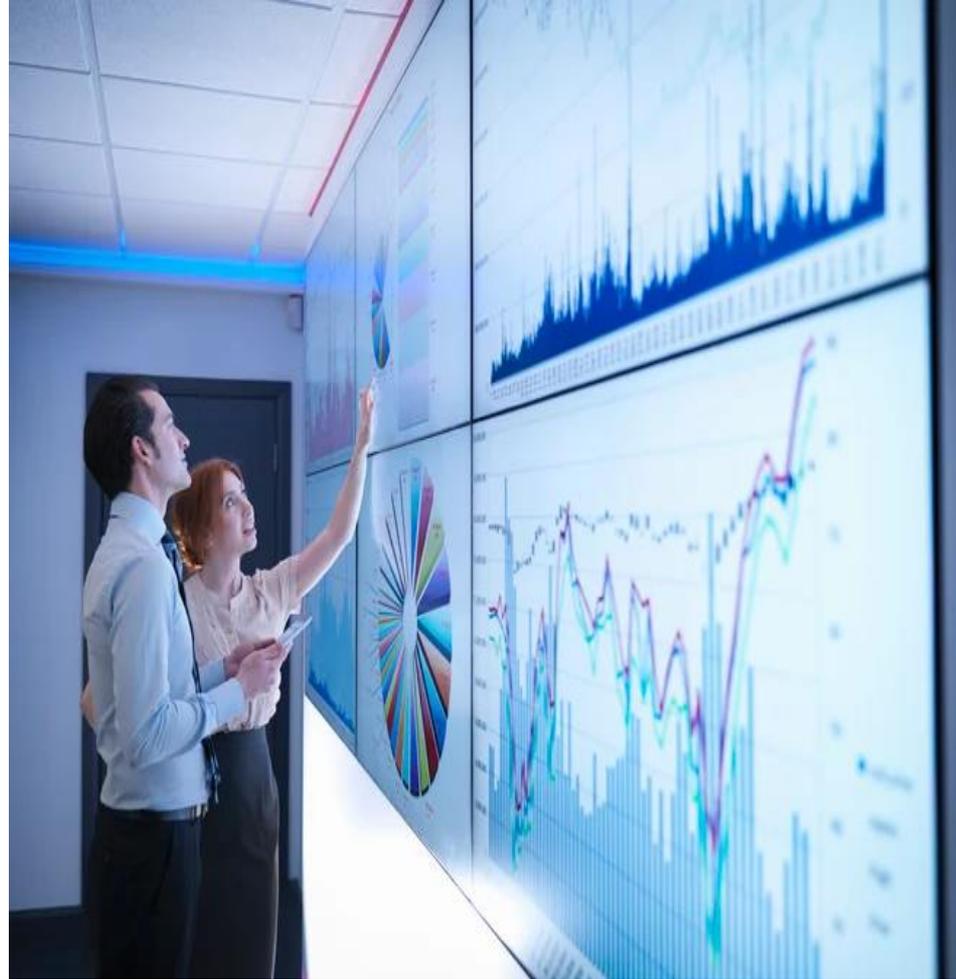
PROPOSITOS
FUNDAMENTALES

ANALISIS DEL
MEDIO
EXTERNO E
INTERNO

PLAN
ESTRATEGICO

Objetivos Estratégicos:

- Liderar el 30% del mercado con nuestros productos Premium al cierre del 2024
- Estar a la vanguardia en el desarrollo tecnológico en 40% al cierre del 2024 con respecto al cierre del 2023.



Objetivos Tácticos:

- Aumentar la participación en el mercado en 25% en los próximos 6 meses
- Reducir el ausentismo laboral en 10% al cierre del 2do trimestre 2024



The Business is a Game



Objetivos Operativos:

- Incrementar las ventas en un 15% en el próximo año mediante la implementación de una estrategia de marketing digital.
- Mejorar la satisfacción del cliente en un 20% en el próximo año mediante la implementación de un programa de fidelización.



The Business is a Game





El Modelo de Coaching Organizacional

01. Diagnóstico

Comprende el **estudio** y la **observación** de la situación actual de la empresa, con el fin de conocer la **necesidad real**.



The Business is a Game

Modelo de Coaching Organizacional



02. Establecer metas y objetivos

Objetivos y competencias (establecidos por la empresa) que serán alcanzados a partir de las sesiones de coaching organizacional.

Modelo de Coaching Organizacional



03. Diseñar Plan de Acción

Se trabaja con los Coachees para que diseñen sus planes de acción, alineados con los objetivos de la empresa.

Y así desarrollar las sesiones de coaching de seguimiento y control a partir del plan de acción.



The Business is a Game

Modelo de Coaching Organizacional



04. Evaluación de desempeño

El **desempeño** es la sumatoria de múltiples **comportamientos** que van alcanzando diferentes **metas** intermedias que al final producen el resultado esperado.



The Business is a Game

Modelo de Coaching Organizacional





Define Objetivos SMART



The Business is a Game

Los **objetivos** y los **sueños** para poder ser **alcanzados** deben ser **inteligentes**, para ello se utiliza en coaching la metodología **SMART**

Objetivos SMART



Specific
(Específico)

Measurable
(Medible)

Achievable
(Alcanzable)

Realistic
(Realista)

Time-bound
(Tiempo limitado)

Specific- ESPECÍFICO

¿Qué?

¿Cuándo?

¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuál? ¿Para qué?

Measurable-MEDIBLE

Métricas e hitos. ¿Cuánto?

¿Qué porcentaje?

Attainable-ALCANZABLE

¿Cuan alcanzable es esta meta? ¿Qué significa para ti alcánzalo?

Realistic-REALISTA

¿Con cuales habilidades y herramientas cuentas para lograr este objetivo?
¿Y cuales te faltan?



The Business is a Game

Timely-TIEMPO DETERMINADO

¿Cuándo?

¿Dónde?

Fecha inicio y fin

¿Cuales es tu plan de acción?



The Business is a Game

3ra Sesión de Coaching (Parte 1)

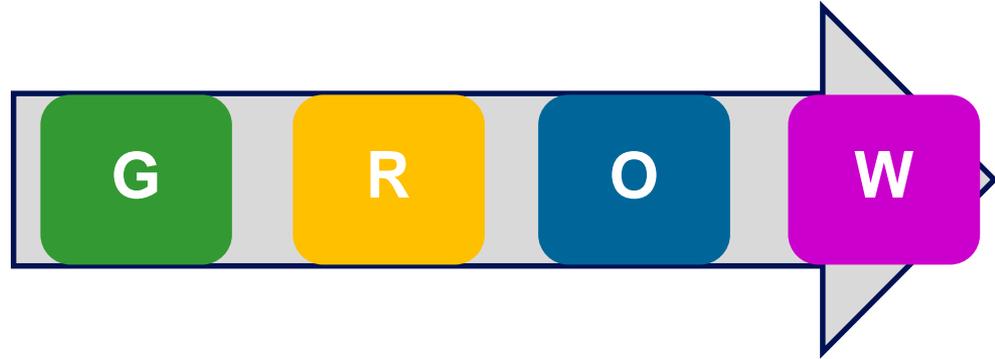




Modelo GROW

Nadie dijo que alcanzar los objetivos fuera fácil, y menos en las empresas.

Cuando se trata de establecer **objetivos**, **seguirlos** y **alcanzarlos**, no todo el mundo es capaz de completar este proceso con una hoja de ruta clara.



Este **método** desarrollado por en la década de 1980 por Sir John Whitmore, es una forma **práctica** para realizar el **Coaching**.

Se desarrolla en cuatro etapas:

Goal, Reality, Options and Will, cuyas iniciales conforman el acrónimo **GROW**

Goal
Reality
Options
Will



MODELO





The Business is a Game

Goal

G

¿Qué es lo que quieres?

Reality

R

¿Qué está sucediendo?

Options

O

*Alternativas-
Posibilidades
Obstáculos*

Will

W

¿Qué vas a hacer al respecto?

Goal G

En primer lugar, el líder y los integrantes del equipo se plantean un objetivo que quieren alcanzar.

Asegúrate de que este sea un objetivo SMART

¿Qué quieren lograr?



The Business is a Game

Reality

R

Explorar la situación actual les permite al líder y al equipo explorar la conexión motivacional con la meta.

¿Qué está sucediendo ahora (qué, quién, cuándo y con qué frecuencia)?

¿Cuál es el efecto o resultado de esto?



The Business is a Game

Options

O

El líder y el equipo trabajan en lluvias de ideas sobre varias estrategias (opciones /alternativas) para satisfacer las necesidades de la meta.

Igualmente identifican los obstáculos que se pudieran presentar para el logro de la meta

¿Cuáles opciones hemos identificado? /
¿Cuáles son las ventajas y desventajas de cada opción? / ¿Cuáles son los obstáculos?



The Business is a Game

Will

W

Responsabilidad y acciones del líder y su equipo: qué, cuándo, por quién y la voluntad de hacerlo.

Elaboran un plan de acción incluyendo pautas y tiempos específicos para lograr un progreso alcanzable

¿Qué harán para lograr los objetivos? /
¿Cómo y cuándo lo harán? / ¿Qué tan comprometidos están con estas acciones?



The Business is a Game

3ra Sesión de Coaching (Parte 2)





The Business is a Game

04. Feedback



Dominando
Modelo F.E.E.D.





The Business is a Game

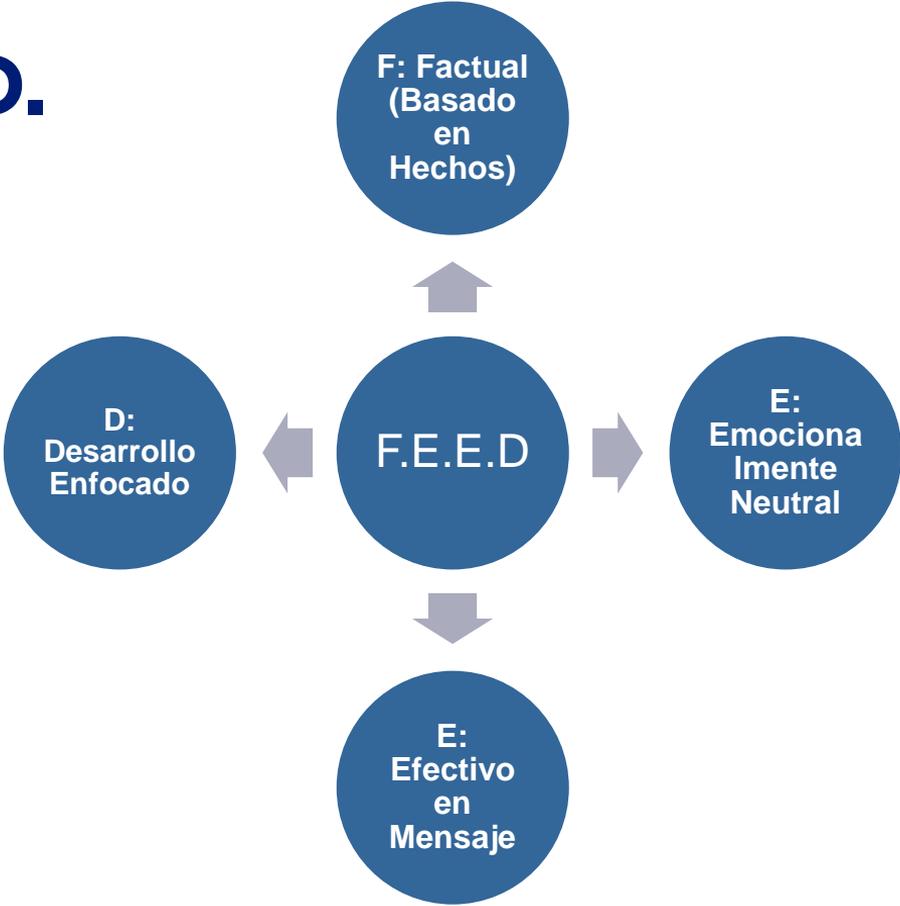
En el mundo **empresarial** actual, el arte de dar **feedback efectivo** es una habilidad crítica para cualquier líder.

Pero aquí está el dilema:

¿Cómo brindas críticas constructivas sin dañar la relación con tus **colaboradores**?



El Modelo F.E.E.D.



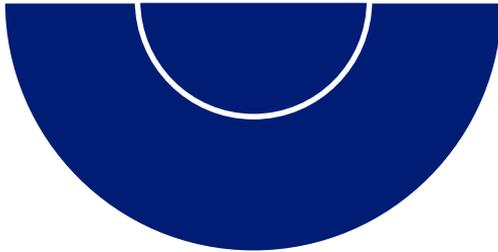


The Business is a Game

El Modelo F.E.E.D.



F: Factual (Basado en Hechos)



Mantén tus comentarios enfocados en observaciones específicas y hechos concretos.

La subjetividad tiene poco lugar cuando lo que buscas es un impacto constructivo.

Documentación: Antes de la conversación, documenta las instancias específicas que justifican el feedback.

Evita la ambigüedad: Usa números, fechas y descripciones detalladas siempre que sea posible

Evita Juicios de Valor o Generalizaciones: Palabras como "siempre" o "nunca" pueden hacer que la otra persona se ponga a la defensiva.

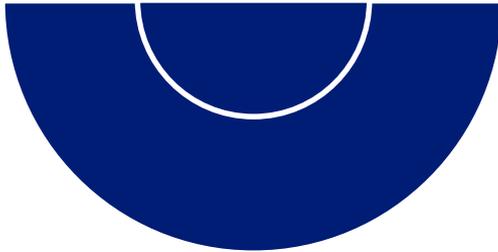


The Business is a Game

El Modelo F.E.E.D.



E: Emocionalmente Neutral



Mantén un tono y lenguaje que no sean confrontativos ni emocionales.

Tu objetivo es abrir un diálogo, no cerrar puertas.

Practica la empatía: Antes de la conversación, trata de ver la situación desde el punto de vista del otro.

Controla tu lenguaje corporal: A veces, lo que no decimos habla más fuerte que nuestras palabras.

Regulación emocional: Practica técnicas de autorregulación emocional como la respiración profunda para mantener la calma.

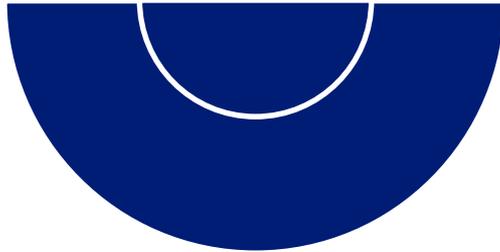


The Business is a Game

El Modelo F.E.E.D.



E: Efectivo en Mensaje



Comunica de forma clara el impacto y las implicaciones del comportamiento o desempeño que estás discutiendo.

Un buen feedback es aquel que llega, que se entiende, y que se puede aplicar.

Estructura tu mensaje: Usa el método "Yo observé... Impactó en... Te sugiero..." para dar un feedback coherente y centrado.

Sé directo pero amable: No diluyas el mensaje en un mar de palabras. Ve al grano, pero hazlo con respeto.

Utiliza un lenguaje positivo: En lugar de hablar de "problemas", hablemos de "oportunidades para mejorar".

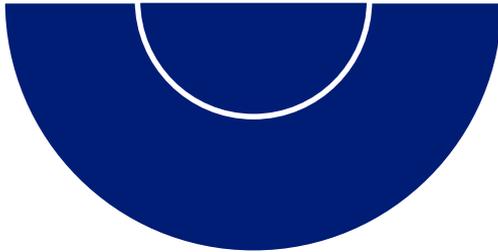


The Business is a Game

El Modelo F.E.E.D.



D: Desarrollo Enfocado



Dirige el feedback hacia acciones o cambios específicos que pueden contribuir al desarrollo profesional del colaborador.

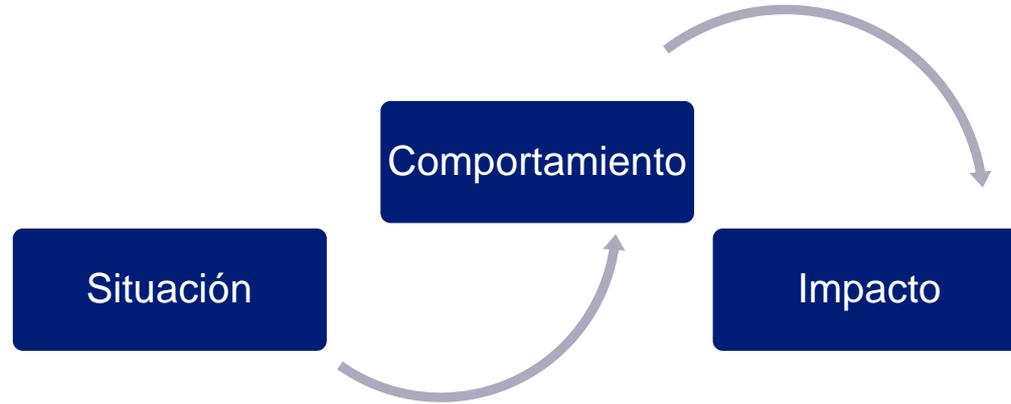
Este es el momento de hacer del feedback algo tangible y aplicable.

Planes de Acción Claros: Proporciona pasos de acción concretos para la mejora.

Establece plazos: El tiempo es esencial cuando hablamos de cambios. Fijar un plazo puede aportar una sensación de urgencia.

Ofrecer seguimiento: Comprométete a revisar el progreso después de un período de tiempo específico.

Modelo SCI del feedback



El modelo de **feedback SCI** fue creado por el **Center of Creative Leadership** y responde a las iniciales de **Situación-Comportamiento-Impacto**.

Este modelo toma como eje central las **emociones**, ya que las personas nos movemos y respondemos en gran medida a partir de nuestros sentimientos y de cómo estos impactan en nuestras **decisiones**.

Modelo SCI del feedback



Situación



Para que el feedback sea **efectivo**, es importante **señalar el momento concreto** en que se produjo la **acción** o **comportamiento** que se quiere **modificar, corregir o mejorar**.



Se debe ser lo más **específico** posible indicando **fecha, hora y lugar exactos**.



Hacer referencia a un hecho puntual (**contexto**)

Modelo SCI del feedback



The Business is a Game

Comportamiento



Cuando damos **retroalimentación**, lo hacemos sobre un hecho en **concreto**, para que la persona se **ubique**



Lo siguiente es señalar aquello por lo que se está realizando el **feedback**.

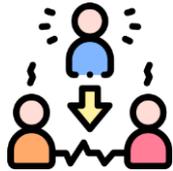


Y se debe ser **específico** y **centrarse** en uno o dos hechos concretos, no más.



Se trata de **describir** lo más **detalladamente posible** la **conducta** que tú, y solo tú, has **presenciado** de manera **objetiva**

Modelo SCI del feedback



En este punto debemos ser **subjetivos** y explicar cómo nos ha afectado (a **nosotros**, al **equipo** o a la **organización**) ese **comportamiento** en concreto.

Impacto



Enriquecer nuestro **lenguaje asertivo** es muy útil para estos casos porque **puntualiza** y **clarifica** nuestros **mensajes**, mejorando la **comunicación**.



The Business is a Game

4ta Sesión de Coaching





The Business is a Game

¡Gracias!

¿Preguntas?

The Business is a Game

