



MÓDULO 21: ESTRUCTURA DE UNA SESIÓN

ESTRUCTURA

Una sesión de coaching tiene una estructura definida para garantizar que el proceso sea efectivo, enfocado y coherente con los objetivos establecidos. La estructura proporciona un marco claro dentro del cual el coach y el cliente pueden trabajar para alcanzar los resultados deseados. Esta organización es esencial no solo para la eficiencia de la sesión, sino también para asegurar que el coaching no se desvíe hacia otros ámbitos como la terapia o el consejo, lo que lo distingue de otras disciplinas.

¿CONVERSACION O CHARLA?

La llamamos conversación y no charla ya es una interacción estructurada en la que él coach utiliza preguntas y escucha para guiar al cliente hacia una mayor toma de consciencia y la identificación de posibles acciones y soluciones. Una charla puede ser más informal y menos dirigida, donde se puede hablar sobre diversos temas sin un enfoque claro.

IMPORTANCIA DE LA ESTRUCTURA

- Claridad y enfoque:** Permite al coach establecer un objetivo claro para cada sesión y mantenerse enfocado en las necesidades y objetivos del cliente. Esto evita que la conversación se desvíe hacia temas irrelevantes y asegura que se aborden los asuntos más importantes para el cliente.
- Orientación al cliente:** Se adapta a las necesidades específicas de cada cliente. Al escuchar atentamente al cliente y utilizar preguntas poderosas, el coach guía al cliente a través de un proceso de reflexión y descubrimiento personal, lo que fomenta el autoconocimiento y el desarrollo.
- Proceso de aprendizaje:** Facilita un proceso de aprendizaje continuo para el cliente. Al brindarle la oportunidad de explorar sus pensamientos, emociones y creencias, el cliente puede identificar patrones limitantes y desarrollar nuevas formas de pensar y actuar.
- Retroalimentación constructiva:** Incluye el uso de feedback y feedforward para proporcionar retroalimentación constructiva al cliente. El feedback ayuda a tomar consciencia de patrones y comportamientos, mientras que el feedforward ofrece sugerencias para mejorar y lograr resultados más efectivos.

RAZONES POR LAS CUALES HABLAMOS DE UNA “CONVERSACIÓN”

- **INTENCIONALIDAD Y PROPÓSITO:**

Una conversación en el contexto de coaching tiene un propósito claro: facilitar el autoconocimiento, el desarrollo personal y el logro de metas específicas. Mientras que una charla podría ser simplemente una conversación casual sin objetivos definidos, la conversación en coaching está orientada a generar resultados tangibles para el cliente.

- **ESTRUCTURA Y ENFOQUE:**

La conversación de coaching sigue una estructura planificada y está diseñada para guiar al cliente en su proceso de reflexión, descubrimiento y toma de decisiones. A diferencia de una charla, que puede ser más desestructurada y fluida, la conversación en coaching está cuidadosamente diseñada para mantener el enfoque y la dirección hacia el objetivo de la sesión.

- **ESCUCHA ACTIVA Y PREGUNTAS PODEROSAS:**

En una conversación de coaching, el coach emplea escucha activa, es decir, escucha profundamente y sin juicio para entender mejor las necesidades del cliente y ofrecer las preguntas adecuadas. Las preguntas poderosas son una herramienta central en la conversación de coaching, lo cual hace que sea una interacción mucho más profunda que una charla casual.

- **CO-CREACIÓN Y CAMBIO TRANSFORMACIONAL:**

La conversación de coaching se basa en la co-creación del proceso, en la que tanto el coach como el cliente son agentes activos del cambio. Esta interacción promueve un espacio de transformación, donde el cliente se enfrenta a nuevas perspectivas y posibilidades. Por otro lado, una charla no necesariamente involucra un cambio o un compromiso con la acción.

- **RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO:**

En una conversación de coaching, el cliente asume la responsabilidad de sus pensamientos, emociones y acciones. El coach crea el espacio para que el cliente tome decisiones informadas y comprometa su energía hacia su crecimiento. En una charla, la responsabilidad no está necesariamente definida o no se aborda de la misma manera.

ETAPAS DE UNA SESIÓN DE COACHING

1) ACUERDO

La primera etapa de la conversación de coaching es fundamental para establecer el marco de trabajo. En este momento, el cliente define el tema que desea abordar en la sesión, el por qué es relevante para él y el para qué lo quiere trabajar. Aquí, también se busca que el cliente haga una declaración ontológica, es decir, que se haga consciente de quién es él o ella ante la situación que quiere resolver o transformar. La declaración ontológica es un paso esencial para tomar responsabilidad sobre la forma en que se está observando a sí mismo y la situación, ya que permite alinearse con el propósito y la visión de la sesión. Además, se exploran las expectativas del cliente respecto al proceso de coaching. Se abordan preguntas horizontales como: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? para contextualizar y dirigir el foco hacia el objetivo de la sesión. Al final de esta etapa, se clarifica lo que se busca conseguir y el cliente ya tiene una idea más clara de lo que se va a trabajar.

2) EXPLORACIÓN I (Juicios y creencias)

Una vez definido el acuerdo, pasamos a una fase de exploración profunda. En esta etapa, el coach guía al cliente para que examine sus juicios y creencias limitantes que le impiden avanzar. Se explora el observador actual del cliente, lo que significa cómo interpreta y se relaciona con las situaciones que enfrenta. Se utilizan preguntas verticales, tales como: ¿Quién sos ante determinada situación? Este proceso permite al cliente identificar lo que está influyendo negativamente en su capacidad para alcanzar sus metas y abre el espacio para que reconfigure su manera de ver las cosas.

3) EXPLORACIÓN II (Cambio de observador)

En esta etapa se busca provocar un cambio de perspectiva. El coach invita al cliente a reflexionar sobre lo que acaba de descubrir en la etapa anterior y cómo puede verlo de manera diferente. Se les pregunta qué han aprendido sobre sí mismos y qué nuevas posibilidades ven ahora desde este cambio de observador. El objetivo es ampliar la conciencia del cliente y habilitar nuevas oportunidades para actuar. Esta etapa no es extensa, pero es clave para la transformación de la perspectiva y la apertura a nuevas acciones.

4) CIERRE (con o sin DISEÑO DE ACCIONES)

En la última etapa, se hace un cierre de la sesión. Si el cliente decide que tomará acciones hacia sus objetivos, el coach acompaña con preguntas que permitan identificar las fortalezas que utilizará y los posibles obstáculos que podrían surgir en el camino. Si no se decide realizar acciones concretas, el cierre aún sirve para recapitular el proceso. Finalmente, se cierra la sesión chequeando qué aprendizajes se lleva el cliente y cómo se siente al respecto. Esto asegura que el cliente tenga claro lo que se lleva de la sesión y refuerza su sentido de cierre y satisfacción.