

ÍNDICE

Prólogo	15
----------------------	----

Presentación	19
---------------------------	----

PRIMERA PARTE

Capítulo 1. Introducción al coaching	27
---	----

<i>Definición</i>	27
-------------------------	----

<i>Origen del término</i>	28
---------------------------------	----

<i>Su difusión actual</i>	28
---------------------------------	----

<i>Qué es</i>	29
---------------------	----

<i>Relación con otras actividades</i>	31
---	----

<i>Diferencias entre coaching y mentoring</i>	33
---	----

<i>Qué no es coaching</i>	33
---------------------------------	----

<i>Fuentes del coaching</i>	34
-----------------------------------	----

<i>Las grandes líneas</i>	44
---------------------------------	----

<i>Áreas de trabajo del coaching</i>	46
--	----

<i>Medida del ROI del coaching</i>	48
--	----

<i>Asociacionismo profesional</i>	48
---	----

<i>Código ético</i>	49
---------------------------	----

<i>El cliente de coaching</i>	49
-------------------------------------	----

<i>Cuándo no es adecuado el coaching</i>	50
--	----

Capítulo 2. El coach definición de coach	51
---	----

<i>Definición de coach</i>	51
----------------------------------	----

<i>La misión del coach</i>	51
----------------------------------	----

<i>Tareas del coach</i>	52
-------------------------------	----

<i>El papel del coach</i>	53
---------------------------------	----

<i>La actitud del coach</i>	53
-----------------------------------	----

<i>Lo que no es un coach</i>	56
------------------------------------	----

<i>Las competencias del coach</i>	56
---	----

<i>Dimensiones de las competencias del coach</i>	70
--	----

Capítulo 3. El paradigma del coaching	73
<i>Confianza en la capacidad del cliente</i>	73
<i>La conversación de coaching</i>	73
<i>La posición relacional del coach</i>	74
<i>El rol del cliente</i>	74
<i>La persona sistema</i>	74
<i>El observador qué es</i>	76
<i>Lenguaje constructivista</i>	76
<i>La filosofía del coaching</i>	78
Capítulo 4. Procesos psicológicos implicados en el coaching ..	97
<i>Constructivismo</i>	99
<i>Constructos personales</i>	100
<i>Atribución</i>	101
<i>Necesidades</i>	102
<i>Análisis de problemas</i>	103
<i>Procesos de inducción y deducción</i>	104
<i>Razonamiento lógico</i>	104
<i>Las falacias</i>	105
<i>Distorsiones cognitivas</i>	106
<i>Sesgos de percepción social</i>	110
<i>Sesgos cognitivos</i>	112
<i>Cambio de observador</i>	113
<i>Reestructuración cognitiva</i>	114
<i>Evaluación, valoración y validación</i>	115
<i>Autoeficacia</i>	116
<i>Disonancia cognitiva</i>	120
<i>Definición de metas</i>	120
<i>Trabajo por objetivos</i>	121
<i>Pensamiento divergente</i>	121
<i>Evaluación de alternativas</i>	121
<i>Motivación</i>	121
<i>Voluntad</i>	122
<i>Mecanismos de defensa</i>	128

<i>Desarrollo de competencias</i>	129
<i>Insight</i>	130
<i>Metacognición</i>	131
<i>Disposición emocional</i>	131
<i>Resiliencia</i>	132
<i>Fortalezas</i>	132
<i>Flow</i>	137
<i>Aprendizaje</i>	139
<i>Proceso de cambio</i>	144
<i>Generación de hábitos</i>	145
<i>Identidad</i>	146
<i>Impulsores</i>	147
<i>Emociones</i>	149
<i>Sentimientos</i>	156
<i>Estados de ánimo</i>	157
<i>Espiral de desánimo</i>	159
<i>Proceso de duelo</i>	161
<i>Transferencia</i>	164
<i>Contratransferencia</i>	165

SEGUNDA PARTE

Capítulo 5. Técnicas conversacionales utilizadas en coaching.	169
<i>Técnicas de comunicación verbal</i>	169
<i>Técnicas no verbales</i>	191
<i>Coherencia de la comunicación verbal y no verbal</i>	205
<i>Lenguaje generativo</i>	205
<i>Gestión de los sesgos perceptivos</i>	211
Cap 6. Los actos del habla	215
<i>Afirmación</i>	216
<i>Juicio</i>	216
<i>Declaración</i>	218
<i>Petición</i>	219

<i>Oferta</i>	219
<i>Coordinación de acciones</i>	220
<i>Promesa</i>	223
<i>Ciclo de la promesa</i>	224
<i>Reclamación</i>	224
<i>Conversaciones privadas y públicas</i>	226

TERCERA PARTE

Capítulo 7. El método de coaching	229
<i>Estructura de un proceso</i>	232
<i>Fases de la conversación de coaching</i>	235

CUARTA PARTE

Capítulo 8. Técnicas esenciales en coaching	297
<i>ABCDE</i>	298
<i>Afirmaciones empoderantes</i>	301
<i>Agradecimiento</i>	302
<i>Alternativa en 3 minutos</i>	302
<i>Alternativa - evidencia - implicaciones</i>	303
<i>Análisis de problemas</i>	304
<i>Analogía animal</i>	308
<i>Ancla</i>	309
<i>Anotaciones</i>	310
<i>Balance de cambio</i>	310
<i>Brainstorming</i>	311
<i>Cambio de creencias</i>	311
<i>Campo de fuerzas</i>	315
<i>Carta de aceptación</i>	316
<i>Cena o comida de despedida</i>	317
<i>Centramiento</i>	317
<i>Citas</i>	318
<i>Collage de visión</i>	319
<i>Columna izquierda</i>	320

<i>Conversación de reclamación</i>	323
<i>Cuatro columnas</i>	323
<i>Cuestionamiento de creencias</i>	324
<i>D.A.F.O.</i>	326
<i>Diagrama causa - efecto</i>	328
<i>Diario</i>	329
<i>Dibujo ciego</i>	329
<i>Diferencial semántico</i>	329
<i>Diálogo con las creencias</i>	330
<i>Diálogo estratégico</i>	330
<i>Diseño de conversaciones</i>	331
<i>Distinciones lingüísticas</i>	333
<i>Disposiciones al movimiento</i>	334
<i>Distinciones lingüísticas</i>	340
<i>Distinciones triples</i>	341
<i>Distorsiones cognitivas</i>	341
<i>Elogio</i>	344
<i>Ejemplos</i>	344
<i>Emociones capacitantes</i>	345
<i>Escala de desarrollo</i>	354
<i>Escalera del éxito</i>	355
<i>Escalera de inferencias</i>	356
<i>Escultura</i>	358
<i>Estado emocional</i>	359
<i>Epitafio</i>	363
<i>Escala de medida</i>	364
<i>Espejo</i>	365
<i>Estrategia Disney</i>	365
<i>Experiencias positivas</i>	366
<i>Experiencia óptima</i>	367
<i>Fortalezas</i>	368
<i>Fotos</i>	368
<i>Fotos del cliente</i>	369

<i>GROW</i>	369
<i>Hada madrina / Lámpara de Aladino / Los tres deseos</i>	370
<i>Historias de éxito</i>	371
<i>Humor</i>	371
<i>Imagen pública</i>	372
<i>Incidentes críticos</i>	372
<i>Jerarquía de valores</i>	372
<i>Lecturas comentadas</i>	379
<i>Línea de tiempo</i>	380
<i>Línea de tiempo en proceso</i>	384
<i>Línea de tiempo RTL</i>	384
<i>Línea de tiempo del “yo qué soy”</i>	385
<i>Listado de logros</i>	385
<i>Mapa conceptual</i>	386
<i>Mapa mental</i>	387
<i>Mapa de relaciones o sociograma</i>	388
<i>Mapa de sentimientos</i>	389
<i>Matriz de coste-beneficio o tetragrama</i>	392
<i>Matriz querer y tener</i>	393
<i>Matriz querer y poder</i>	394
<i>Mesa de creencias</i>	395
<i>Método Merlín</i>	396
<i>Metáfora</i>	398
<i>Muñecos</i>	401
<i>Narrativas</i>	401
<i>Niveles</i>	402
<i>Objetivos finales y parciales</i>	403
<i>Objetivos “qué”</i>	404
<i>Objetivos “cómo”</i>	405
<i>Objetivos SMARTER</i>	405
<i>Parábola</i>	406
<i>Parada de pensamiento</i>	407
<i>Personaje</i>	408

<i>Perspectivas con objetos</i>	409
<i>Posiciones perceptivas</i>	409
<i>Preguntas paradójicas</i>	410
<i>Preguntas reiteradas</i>	411
<i>Proyecto de vida</i>	411
<i>Psicodrama</i>	414
<i>Reatribución causal</i>	414
<i>Redefinición del problema</i>	415
<i>Reencuadre</i>	415
<i>Reestructuración de la emoción</i>	416
<i>Rejilla de Kelly</i>	418
<i>Retroplan</i>	418
<i>Role playing</i>	419
<i>Rueda de la vida</i>	419
<i>Rueda educativa</i>	423
<i>Rueda del equipo</i>	424
<i>Rueda de emociones</i>	424
<i>Sociograma</i>	425
<i>SCAMPER</i>	425
<i>Silla vacía</i>	426
<i>Símil</i>	427
<i>Símil proyectivo</i>	427
<i>Sombreros de pensar</i>	428
<i>Sugestión hipnótica</i>	428
<i>"T" de evaluación</i>	432
<i>Tres sillas</i>	433
<i>Ventana de Johari</i>	434
<i>Visualización</i>	436
<i>Visión</i>	438
Capítulo 9. Herramientas	441
<i>Informe 360°</i>	442

Capítulo 10. Documentos básicos	445
<i>Autorización de inclusión de datos en el registro de clientes</i>	445
<i>Contrato</i>	445
<i>Cuaderno de trabajo</i>	446
<i>Registro de seguimiento</i>	446
<i>Evaluación del proceso</i>	446
<i>Registro de objetivos</i>	446
<i>Definición de objetivos</i>	447
<i>Plan de acción: registro de compromisos</i>	447
<i>Claves de éxito</i>	448
<i>Materiales</i>	448
Bibliografía	451
Webibliografía	452
Referencias	453