

coaching empresarial

“L'èxit no és qüestió d'atzar. És el que segueix a un creixement programat i adequat en cada moment a les circumstàncies que anem travessant.” Denis Waitley (autor de més d'un best-seller, orador, poeta i lletrista)

“El éxito no es cuestión de azar. Es lo que sigue a un crecimiento programado y adecuado en cada momento a las circunstancias que vamos atravesando.” Denis Waitley (autor de más de un best-seller, orador, poeta y letrista)

Origen i significat del Coaching

“Coaching” significa entrenament, i “coach” entrenador. Aquesta professió és originària dels Estats Units, on es va començar a aplicar al voltant dels anys 80 en esportistes d'elit (com per exemple amb el tennista André Agassi) i en veure els excel·lents resultats es va aplicar també a altres sectors professionals, empresarials, de les organitzacions i personals (Life Coach). En tots aquest àmbits hi ha especialistes de coaching.

El coach és la persona que guia el seu client en la definició dels seus objectius i somnis (ja siguin personals o professionals), en la creació d'un pla per conquerir-los i en la seva posada en pràctica. Mitjançant el procés de coaching, el client aprofundeix en el seu autoconeixement, augmenta el rendiment i millora la seva qualitat de vida. El coach ofereix suport, estimul, inspiració, escolta activa i afavoreix processos de canvi.

Metodologia

El coaching es basa en una sèrie de metodologies, tècniques i saber fer. Com per exemple la PNL (programació neurolingüística), l'Anàlisi transaccional, la Gestalt, psicologia emocional, observació del llenguatge no verbal, entre altres. Aquí hi afegeixo el meu toc personal, que fa que puntualment apliqui l'arteteràpia. La creativitat aporta al procés del coaching informació molt valuosa sobre l'arrel dels problemes del coachee (client) i com el fan sentir. Les propostes creatives ajuden a alliberar bloquejos mentals i l'estrès, a millorar el nostre estat anímic i a recuperar l'equilibri.



Por by
Anna Freijomil
Coach Personal Creativa y arteterapeuta
www.annafreijomil.com
972 667808 / 661 203203

El valor de la Creativitat en les empreses

El diàleg, el raonament lògic, el pragmatisme i el control l'exercim a través de l'hemisferi esquerre del cervell, que processa la informació escoltada, l'escrita i el llenguatge corporal (Sperry, 1974). I aquest sol ser el que habitualment tenim més desenvolupat. A través de propostes creatives podem ampliar les capacitats del nostre hemisferi dret, que processa la informació no verbal, les imatges, les melodies, les entonacions així com les informacions espacials (Sperry, 1974). D'aquesta manera podem rescatar del nostre inconscient les nostres il·lusions, les nostres pors, per elaborar-les mitjançant exercicis de visualització creativa i de Roleplaying (individual o amb equips) i afavorir la transformació en benefici de la nostra part conscient.

Com va dir Denis Waitley, “el motiu que la majoria de persones no assolixin els seus objectius és que no els defineixen, no els saben o ni tan sols els consideren creïbles o abastables. En canvi els guanyadors poden dir-te on van, què pensen fer pel camí i amb qui compartiran l'aventura”.

Origen del Coaching y su significado

"Coaching" significa entrenamiento, y "coach" entrenador. Esta profesión es originaria de Estados Unidos, donde su aplicación empezó alrededor de los años 80 en deportistas de élite (como por ejemplo con el tenista André Agassi) y al ver los excelentes resultados se aplicó también a otros sectores profesionales, empresariales, de las organizaciones y personales (Life Coach), existiendo especialistas de coaching en todas estas áreas.

El coach es aquella persona que guía a su cliente en la definición de sus metas y sueños, (ya sean personales o profesionales) en la creación de un plan para conquistarlos y en su puesta en práctica. Mediante el proceso de coaching, el cliente profundiza en su auto-conocimiento, aumenta su rendimiento y mejora su calidad de vida. El coach ofrece apoyo, estímulo, inspiración, escucha activa y favorece procesos de cambio.

Metodología

El coaching se basa en una serie de metodologías, técnicas y saber hacer. Como por ejemplo la P.N.L. (programación neurolingüística), el Análisis transaccional, la Gestalt, psicología emocional, observación del lenguaje no verbal, entre otras. Aquí añado mi toque personal aplicando puntualmente el arte terapia. La creatividad aporta al proceso del coaching información muy valiosa sobre la raíz de los problemas del coachee (cliente) y como le hacen sentir. Las propuestas creativas ayudan a liberar bloqueos mentales y el estrés, a mejorar nuestro estado anímico y recuperar el equilibrio.

El valor de Creatividad en las empresas

El diálogo, el razonamiento lógico, el pragmatismo y el control lo ejercemos a través de nuestro hemisferio izquierdo de nuestro cerebro el cual procesa la información oída, la escrita y el lenguaje corporal (Sperry, 1974). Y este suele ser el que habitualmente tenemos más desarrollado. A través de propuestas creativas podemos ampliar las capacidades de nuestro hemisferio derecho que procesa la información no verbal, las imágenes, las melodías, las entonaciones así como las informaciones espaciales (Sperry, 1974). De esta manera podemos rescatar de nuestro

inconsciente nuestras ilusiones, nuestros miedos para su posterior elaboración mediante ejercicios de visualización creativa y de Roleplaying (individual o con equipos) y favorecer la transformación en beneficio de nuestra parte consciente.

Como dijo Denis Waitley "El motivo de que la mayoría de personas no alcancen sus objetivos es que no los definen, no los conocen o ni siquiera los consideran creíbles o alcanzables. En cambio los ganadores pueden decirte a dónde van, qué piensan hacer por el camino y con quienes compartirán la aventura".

Origin of Coaching and its meaning

"Coaching" means training and a "coach" is a trainer. The profession originated in the United States, where its application started in the 1980s with elite sports players (with, for example, the tennis player André Agassi) and on seeing the excellent results it was also applied to other professional, business, organisational and personal (Life Coaching) sectors. There are coaching specialists in all these areas. The coach is the person who guides a client in defining his milestones and dreams (whether personal or professional), in creating a plan to conquer them and in putting it all into practice. By means of the coaching process, the client acquires self-knowledge, increases his performance and improves his quality of life. The coach offers support, stimulation and inspiration, actively listening and favouring processes of change.

Methodology

Coaching is based on a series of methodologies, techniques and expertise, such as NLP (neuro-linguistic programming), transactional analysis, Gestalt, emotional psychology and observation of non-verbal language, among others. Here, I like to add my own personal touch by occasionally using art therapy. Creativity provides the coaching process with very valuable information about the root of the coachee's problems and how they make him feel. Creative proposals help to release mental blockages and stress, to improve our state of mind and to recover our balance.



"Success is not a matter of chance. It is what comes from a programmed growth suited at all times to the circumstances we are going through" Denis Waitley (author of more than one best-seller, orator, poet and lyricist)

The value of creativeness in companies

We exercise dialogue, logical reasoning, pragmatism and control through the left hemisphere of our brain which processes information heard and written and body language (Sperry, 1974). This is the side we usually have most developed. Through creative proposals, we can increase the abilities of our right hemisphere, which processes non-verbal information, images, melodies, tones, as well as spatial information (Sperry, 1974). In this way, we can rescue our illusions and fears from our unconsciousness to later deal with them through exercises of creative visualising and role playing (individual or group) and favour the transformation in benefit of our conscious part. As Denis Waitley said "The reason why most people do not achieve their goals is because they do not define them, they are not aware of them or they do not consider them to be credible or achievable. On the other hand, winners can decide where they are heading, what they intend to do along the way and with whom they want to share the adventure."