



# LAS EMOCIONES Y LAS CONVERSACIONES EN EL PROCESO DE COACHING

Hugo Urdaneta Fonseca (\*)

28 de octubre 2017

Como ya se ha dicho una y mil veces, el proceso de coaching es un proceso comunicacional, pero no cualquier tipo de comunicación, se requiere desarrollar un conjunto de competencias y habilidades que son las que se adquieren producto del trabajo y aprendizaje continuo, la escucha comprometida, el arte de hacer preguntas poderosas, el poder de captar lo que el otro dice de forma verbal y no verbal, y la retroalimentación positiva entre otras son habilidades conversacionales que un verdadero coach debe tener.

Ahora bien, como todo proceso debe tener un resultado, un producto, el resultado o logro de un proceso de coaching es un "aprendizaje", que se evidencia en un cambio de conducta medible y observable.

## DOS MAESTRÍAS CONVERSACIONALES ESENCIALES

En un artículo anterior hablamos de las 9 Maestrías del Coaching (1) para este artículo me voy a referir a las dos primeras por ser fundamentales para desarrollar el contenido de este artículo.

La primera maestría es la de "Establecer y mantener una relación de confianza con el cliente". En el inicio de todo proceso de coaching es fundamental desde un inicio o de una manera muy perentoria ganarse la confianza del cliente (coachee, coachado), y para ello una conversación que le genere seguridad, que le haga sentir cómodo, y eso solo se logra si el coach mantiene una conversación con una gran madurez, y sabiduría, escuchando y preguntando sin juzgar.

La segunda maestría es la de "Percibir, afirmar y expandir el potencial del cliente". En esta maestría el coach, trabaja la auto confianza y auto estima del cliente, porque esto es fundamental para el proceso de cambio de éste. En la conversación el coach debe ser capaz de reconocer las posibilidades del cliente, aquí la conversación desafía las limitaciones del cliente. El coach va llevando la conversación va ayudando al cliente a comprobar y apreciar sus propias fortalezas y potencialidades, y el objetivo es cambiar la emocionalidad del cliente, ya que solo se aprende de forma efectiva bajo emociones positivas, como la de la autoestima, la confianza.

## ¿CÓMO SE COMPARTA NUESTRO ORGANISMO ANTE LA CRÍTICA Y EL ELOGIO?

En un interesante artículo sobre la neuro química de las emociones positivas (2) se explica de una manera muy precisa como impactan en nuestra química corporal tanto las conversaciones positivas como las conversaciones negativas (tóxicas).

La crítica tiene un efecto tan poderoso que un simple

comentario negativo puede hacer olvidar un mes de elogios, es decir que vamos a recordar por más tiempo una crítica, un regaño que un comentario positivo, lo que es lo mismo decir que lo recordaremos por más tiempo, la crítica tiene un efecto más duradero y el elogio es más a corto plazo, con lo cual el líder y el coach debe evitar la crítica, ya que revertirla va a necesitar de mucho elogio. En términos matemáticos una crítica eleva las emociones negativas geoméricamente, y un elogio eleva las emociones positivas aritméricamente. Dentro del proceso de aprendizaje (cambio) el coach debe priorizar la retroalimentación positiva y el elogio, por ser estos generadores de emociones positivas, que son las impulsoras del crecimiento.

Ante la crítica, sobre todo si no es interpretada como constructiva y de buena fe, en nuestro cuerpo lo más probable es que se generen emociones como el miedo, el rechazo, lo que a su vez genera la producción de altos niveles de cortisol, la hormona que nos lleva a protegernos, huir o atacar, porque existe un peligro eminente.

Por el contrario, una retroalimentación positiva, una conversación amena produce emociones positivas, y con ellas se genera la producción de oxitocina, llamada la hormona del bienestar, cuando nuestro organismo se impregna de oxitocina mejoran nuestras habilidades de comunicación, de colaboración, y de confiar en la otra persona.

## A MANERA DE CONCLUSIÓN

Lo que los autores del artículo antes mencionado llaman inteligentemente la "química de las conversaciones" es esencial para todo proceso de coaching y de liderazgo también, las conversaciones que elevan los niveles de cortisol, reducen dramáticamente la capacidad de conectar y pensar de forma creativa, de innovar, de confiar etcétera, por el contrario, si es posible lograrlo cuando la conversación genera oxitocina, nuestro organismo estará abierto al cambio, y al aprendizaje.

(1)<http://huconsulting.net/wp-content/uploads/2016/08/LAS-9-MAESTR%C3%8DAS-DEL-COACHING.pdf>

(2)<https://hbr.org/2014/06/the-neurochemistry-of-positive-conversations>

(\*) Consultor en Cambio Organizacional, Coach, Especialista en Recursos Humanos y Relaciones Laborales.  
[www.huconsulting.net](http://www.huconsulting.net) [hu.consulting@gmail.com](mailto:hu.consulting@gmail.com)



@huconsulting



@huconsulting