



Cómo es el coaching con PNL

A continuación exponemos los conceptos de Coaching tal como los entendemos, basándonos en la metodología usada en la International Coaching Community y diseñada por Lambert do Brasil. Está avalada por European Mentoring and Coaching Council (EMCC). Tanto ICC como EMCC son dos de las principales instituciones del Coaching a nivel mundial.

International Coaching Community ha entrenado a más de 14.000 personas en 67 países. Sus bases pueden verse en www.internationalcoachingcommunity.com

LECTURAS Y WEBINARS RECOMENDADAS

Bibliografía:

- **Antes y durante el curso: *Coaching con PNL***. O'Connor, Joseph y Lages, Andrea.
- **Después del curso: *Cómo pensar bien. PNL para gestionar conflictos y multiplicar tu creatividad***. Álvarez Lamas, Daniel.

Enlaces recomendados

- Blog de Daniel Álvarez Lamas: universos.es
- Observatoriodelcoaching.com (de Instituto Ben Pensante).
- Webinars del Canal de You tube de Ben Pensante

FUENTES DEL COACHING ICC

El coaching se entiende como un esquema integrado por distintas fuentes:

- Coaching ontológico (Fernando Flores, James Flaherty y Julio Ollala)
- Estudios integrales (Ken Wilber)
- Juego interior y coaching co-activo (Laura Whitworth ,Timothy Gallwey y Sir John Whitmore)
- Psicología positiva (Martin Seligman)
- Coaching basado en evidencias (Anthony Grant)
- Programación neuro-lingüística (John Grinder y Richard Bandler) y
- Coaching conductual (Perry Zeus y Suzanne Skiffington)



¿QUÉ HACE UN COACH?

El coach es el profesional que facilita que su cliente o coachee seleccione aquellos objetivos que le hacen avanzar en su evolución como persona y que, además, le permite reconocer el camino para conseguirlos.

En este proceso es fundamental hacer consciente al coachee de todo aquello que es importante en lo más profundo para esa persona, como puede ser su familia, el éxito, la seguridad,... Cuando se dice que “el proceso de coaching debe ser ecológico” se refiere a esta congruencia con los valores de la persona.

Así, vemos que en el coaching hay tres aspectos fundamentales, que parten del coachee:

- El objetivo.
- El proceso de desarrollo personal.
- Los valores, que son su fuente de motivación.

EL COACHING SE REALIZA PARA:

- Facilitar que la persona consiga sus deseos y objetivos...
- a través de un proceso en que se desarrollan sus capacidades...
- y que le facilita su desarrollo personal.

“El coaching es una interrelación en que el coach se entrega como soporte y guía para que el coachee consiga intuiciones y pensamientos propios más puros y sabios, de mayor calidad, para conseguir su objetivo, manteniendo un estado anímico poderoso”.

¿CUÁL ES LA ESENCIA DEL PROCESO?

El coach se puede ver como el artista que percibe las sutilezas de la comunicación con el coachee y que es capaz de ver aquello en que esta persona se puede convertir más que lo que es en este momento.

Esta sutil percepción le permitirá encontrar la forma de que el coachee:

- Esté fuertemente motivado para el cambio.
- Reconozca sus capacidades y consiga otras que necesita: lo que se denomina *recursos y alternativas*.
- Reconozca aquello que le está bloqueando: las *creencias* limitantes.



- Reconozca sus *valores* y su *motivación*.
- Ponga en marcha el proceso para el cambio: *objetivos, plan de acción y tareas*.

COACHING, ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN

El éxito del coaching se debe a que su método supera claramente a la formación y al asesoramiento para lograr el cambio de actitudes y la creatividad:

- Mientras la *formación* se esfuerza en enseñar conceptos teóricos más o menos adaptados a la situación a cambiar, el coaching parte de esta situación para conseguir el cambio necesario, teniendo en cuenta los recursos de los que dispone esa persona y añadiendo los conceptos teóricos que sean necesarios.
- Mientras el *asesoramiento* da recetas más o menos adecuadas a la situación, el coaching toma cada situación como única y parte desde lo que las personas involucradas necesitan y poseen para poder cambiar.

Tanto el asesoramiento como la formación habitualmente proveen de herramientas para que luego se apliquen para producir el cambio, con lo que se pospone el aprendizaje real. La principal diferencia con estas dos disciplinas es que el coaching no se centra en el contenido sino en el proceso de aprendizaje del coachee.

El coaching se basa en facilitar nuevos pensamientos en el mapa mental de la persona, lo cual provoca nuevas soluciones propias. Esto hace que su puesta en práctica sea más sencilla que cuando son soluciones ajenas.

LOS PASOS DEL PROCESO DE COACHING

El proceso de Coaching de International Coaching Community, de acuerdo a la certificación de calidad concedida por European Mentoring and Coaching Council (EMCC) sigue los siguientes pasos:

1. Creación de **clima** de confianza: escucha activa y empática. Durante todo el proceso.
2. Definir el **objetivo** (y las condiciones que se deben cumplir).
3. El **valor** detrás del objetivo será la motivación durante todo el proceso.
4. ¿Qué te lo impide? El **obstáculo** que nace de la mirada del cliente.
5. Le ayudamos a encontrar nuevas alternativas, más opciones, con nuevas **perspectivas y suposiciones** (¿qué falta en esta historia?).
6. **Plan de acción**
7. Primer paso



8. **Tarea** ¿Qué es lo que vas hacer inmediatamente para conseguirlo?

LAS PREGUNTAS, ELEMENTO CLAVE DEL PROCESO DE COACHING

LAS PREGUNTAS SON LAS RESPUESTAS. LA ESCUCHA.

El coach tiene que ayudar a la persona a reconocer su camino a la meta, pues ella tiene las respuestas, que vendrán a partir de las preguntas que el coach le formulará. Escuchar es la competencia clave a ser desarrollada y utilizada por el coach, porque la pregunta surge de lo que el cliente está pensando. El coach debe mantenerse unido al hilo de los pensamientos del cliente.

Las preguntas son necesariamente planteadas desde el exterior (un profesional en este caso) ya que el cliente no tiene la perspectiva necesaria para lograr su objetivo, porque es su tren de pensamiento y su perspectiva de la realidad lo que lo conduce a su problema actual, a la presente encrucijada.

Para ello, es imprescindible la **escucha plena** del coach. Cuando el coach evita el diálogo interno y se enfoca al cien por cien en su coachee, se produce una conexión profunda. Es similar a cuando estamos enganchados a una película. No hay diálogo interno. En ese estado es en el que nos surgen fácilmente las preguntas adecuadas.

Las preguntas adecuadas preparan el terreno del insight: fuerte intuición que cambia cualitativamente la percepción propia de una realidad y que nace del interior de la persona. Puede compararse al concepto de “eureka”.

¿PUEDEN LAS PREGUNTAS AYUDAR A QUIEN HABLA?

Heidegger dice que “El lenguaje se comunica a través de las personas”. El pensamiento tiene vida propia y necesita exteriorizarse para alcanzar su máxima expresión. En la cautividad de la mente, no florece igual que cuando se expresa a través del cuerpo: pulmones, cuerdas vocales, boca, brazos, ... todo el cuerpo se convierte en un poderoso aliado, que potencia al pensamiento hasta desatar todas sus posibilidades... Siempre que alguien hace las preguntas adecuadas.

Gilligan propone como misión del coach el “reconectar el lenguaje de la razón con el ritmo y el saber de la pasión”. Para el pensamiento, es tan importante conocer con precisión el objetivo (razón) como conectar con los valores que hay detrás de él (corazón), sin los cuáles no tendría el combustible de calidad para funcionar a pleno rendimiento.



Lo mismo con los recursos: nuestra creatividad es hija de nuestra pasión. El “**estado coach**” de serenidad y atención, con el corazón encendido desde nuestros valores, es el estado ideal para la creatividad (lo describimos más adelante). El coach debe contagiarlo al coachee.

A continuación, veremos algunas preguntas adecuadas a cada parte del proceso. Son meramente orientativas. Lo más importante es que el coach haga las más adecuadas a la persona y al momento. Lo sentirá con su escucha, como decimos.

1. OBJETIVOS, DESEOS Y VALORES

Nuestros deseos conducen a nuestro comportamiento y, a veces, son tan fuertes y ambiciosos que nos llevan a un cambio. Para ello, es necesario que se definan como objetivos: precisos, positivos y en nuestra área de responsabilidad.

Estos objetivos deben ser congruentes con nuestra identidad, tienen que observar y reforzar nuestros valores. Tenemos que verificar que el proceso de coaching que estamos haciendo para conseguir nuestro objetivo también es congruente con nuestros valores (es ecológico). Los valores serán la gasolina para nuestro viaje, nuestra motivación se basan en ellos.

Coaching es aprendizaje acelerado y el aprendizaje consiste en llegar a un lugar en que nunca hemos estado. Es por ello que el viaje hacia nuestro objetivo es como un viaje a MARTE. El objetivo debe ser:

M: MEDIBLE. Debemos saber si nos estamos acercando y, cuando lleguemos, debemos estar seguros de que estamos allí. Por ello casi siempre el coach pregunta:

“¿Cómo sabrás que has llegado?”

A: ATRACTIVO. Si el objetivo es objetivamente bueno, pero no nos mueve, mejor dejarlo. La nave no llevará gasolina. Cuando el coach sospecha que esto no se cumple, preguntará

¿De 0 a 10 cuánto deseas conseguirlo? (o “estás motivado para conseguirlo”)

R: el objetivo está en nuestro RADIO DE ACCIÓN y tomamos RESPONSABILIDAD. El coachee sentirá que puede hacer algo para conseguirlo. Si te dice “quiero que cambies a mi jefe”, le preguntarás:

“¿Quieres saber lo que puedes hacer para conseguirlo?”



Si contesta que es sólo cosa del jefe, le dirás que solo puedes ayudarlo si es el jefe quien viene a recibir coaching.

T: TIEMPO. Es muy importante que le ponga fecha. Eso cataliza todos los recursos mentales para ponerse en marcha. Si no, es solo un sueño.

“¿Cuándo deseas conseguirlo?”

E: ECOLÓGICO. El objetivo debe mejorar su vida. Por ello, es importante que no perjudique otras áreas importantes de la misma. Si es así, debe valorarlo antes de dirigirse hacia el objetivo. Por ello, le preguntaremos:

“¿Cómo incidirá este objetivo en tu vida?”

Para finalizar, le pediremos que nos dé un titular del objetivo. Una frase que resuma para él todo lo dicho, con las condiciones MARTE:

“Imagina que consigues el objetivo ¿cómo lo pondrías en un titular?”

2. VALORES (VISUALIZACIÓN)

Se trata de desatar su imaginación (se le llama visualización). Le guiaremos con estas preguntas:

- “Imagina que ya ... (repites el objetivo con la frase que él/ella dijo)... ¿Dónde estás?”

Lo dices despacio, para que la persona se ponga en situación. Si en algún momento no se mete en la visualización, vuelves a empezar.

- Le preguntas cosas de ese lugar en que está con su imaginación: “¿Qué hay?” “¿Estás con alguien?” “¿Qué sucede?”.

Es como si él/ella estuviera en un lugar del que te habla por un micrófono oculto y tú tienes curiosidad por conocerlo. En ese momento, estás ayudando a que se sitúe en ese lugar como si estuviera allí. Hay que conectar muy bien y no apresurarse con las preguntas, mantener el ritmo fluido y sereno. Puedes preguntarle detalles como “¿Hay ventanas?” “¿Hace buen día?”

- Después le preguntas, sucesivamente: “¿Qué ves?” “¿Qué oyes?” (incluso qué hueles si es el caso, menos habitual).

Finalmente, le trasladas a que contemple su interior con la pregunta: “¿Qué sientes?”
Lo disfrutará.



Después, le ayudas a conectar con sus valores con “¿Qué te aporta?”. Suele ser necesario indagar varias veces, para lo que podemos repetir o preguntar “¿Y eso qué significa para ti?”, incluso referirla a su interior con “¿Y eso que significa para ti, Celia?”

3. OBSTÁCULOS

“¿Qué te lo impide?” No te compliques, suele ser la mejor. Así pondremos de forma directa los obstáculos. Desde su actual estado, cargado con sus valores, se verá mucho más capaz de afrontarlos.

No debemos extendernos aquí porque el coachee puede comenzar a contar la retahíla que está acostumbrado a contar sobre el problema. Le sacaríamos de su estado de plenitud. Tratemos de que se mantenga en una posición neutral para que describa los obstáculos con claridad, pero sin revolcarse en ellos.

4. RECURSOS

- Nuestras **capacidades** (que ya tenemos o que se puede desarrollar). La típica pregunta es “¿Alguna vez te enfrentaste a un problema similar?” La podemos hacer más amplia: “¿Alguna vez tuviste un desafío tan importante como éste?”. Nos hablará de capacidades como valentía, serenidad, confianza,...
- Nuestros **estados** de ánimo o actitudes más productivas: “¿Cómo te sientes / piensas en esa actividad que haces tan bien?” (o “en la que te comunicas tan bien”, por ejemplo, si el objetivo está relacionado con la comunicación).
- ¿Qué **personas** te pueden ayudar?
- **Modelos** que podemos encontrar en personas de nuestro entorno o que conocemos en el exterior: “¿Quién sabría hacer esto?”... “¿Cómo lo haría?” Esto puede ser una fuente de inspiración importante.
- Las propias **circunstancias**, que encierran nuestra gran lección de ese momento: “¿Qué es lo que te está diciendo esta situación?” “¿Qué sientes que quieres hacer?”.
- Imaginar que ya eres como deseas ser: “**Si ya fuera normal en ti esa capacidad** (o valor, actitud) ¿Cómo lo harías?”

En definitiva, se trata de sondear aquello de lo que no nos damos cuenta. Por experiencia te digo que es sorprendente, casi diría que infinito. Buscamos aquello que, cuando lo encontramos, decimos “¡pero, cómo no me di cuenta antes!”

5. PLAN DE ACCIÓN

Iremos de lo más amplio a lo más concreto:



- ¿Qué vas a hacer? ¿Cómo puedes organizarlo?
- ¿Cuál es el primer paso? (primer paso)
- ¿Qué es lo primero que puedes hacer? (tareas)

ESTADO: RITUAL DEL C.O.A.C.H.

El estado es uno de los pilares del coaching. Si el coach está en su mejor versión, logrará escuchar y contagiar ese estado al coachee. Éstas son las características del estado de un coach, según Robert Dilts:

CENTERED – CENTRADO

Centrado y conectado contigo mismo/a con tu esencia, con esa sensación de serenidad que proporciona el equilibrio de emociones y pensamientos.

OPENED – ABIERTO

Abierto a todo lo que sucede alrededor, a las infinitas posibilidades.

AWARE, ALERT, AWAKENED – CONSCIENTE, ALERTA, DESPIERTO

Consciente de lo que ocurre tanto dentro como fuera, en tu ego y en tu yo. Alerta a la influencia de todas las cosas. Despierto para percibir la realidad en toda su riqueza.

CONNECTED – CONECTADO

Conectado con tu coachee. En general, conectado con los demás, con la naturaleza, con todo el **campo** que te rodea. Lo sientes más allá de la percepción superficial, conectado profundamente.

HOLDING – SOSTENIENDO

Sosteniendo y protegiendo tu esencia y la de la persona que tienes contigo, que confía en ti, así como sosteniendo todo el campo que os rodea. De esta forma, creas un espacio seguro para generar una nueva realidad, nuevas percepciones, en esa persona. Un espacio para que pueda sentir, trabajar y jugar, respetando lo más sagrado que contiene el ser humano.



CREENCIAS LIMITANTES

"Los obstáculos son creados en el mundo exterior sobre la base de las creencias limitantes de nuestra mente". Estas creencias fueron muy importantes en nuestro pasado, nuestro sistema de creencias avala nuestra forma de ver el mundo. A veces vienen de experiencias y a veces de otras personas (con frecuencia de nuestros padres y las autoridades de nuestra infancia).

Cuando necesitamos un cambio en nuestra vida tenemos que revisar nuestras creencias, más profundamente en función de la profundidad del cambio. Algunas creencias nos estarán limitando y debemos localizarlas para resolver esa incongruencia. Por tanto, una creencia válida antes se convierte en creencia limitante.

Las creencias también involucran a nuestros temores, son una señal de la parte de nosotros que nos detiene. Este cambio necesita de apoyo cognitivo (detectar pensamientos) y anímico, que es la labor del coach.

La manera de debilitar a estas creencias que crecen en la sombra es mediante tareas (acción) que arrojen luz sobre ellas (retroalimentación, información) y sobre posibles creencias alternativas más eficaces.

Las creencias poderosas son una parte importante del cambio. Usted debe encontrar nuevas creencias que sustituyan a las antiguas y que le permitan cambiar. Las suposiciones creadas por la PNL son especialmente poderosas.

HAY TRES TIPOS DE CREENCIAS LIMITANTES (PCM):

Creencias de Posibilidad: la persona piensa que algo es imposible. Ahí está el ejemplo sobre el Record de la milla. Nadie creía que se podía hacer en 4 minutos. Cuando alguien lo logra, en dos años, decenas de atletas conseguían hacer lo mismo.

Las preguntas que se utilizan en coaching son del estilo de "¿estás seguro? ¿Conoces a alguien que lo hizo? ¿Por qué estás tan seguro? ¿En qué circunstancias podría ser posible ?...". A lo largo del proceso de coaching, la persona tiene que abrirse a otras opciones que le permita pensar que es posible.

A veces, una persona cree que algo es imposible, porque no sabe cómo hacerlo ... este es el paso siguiente.



Creencias de Capacidad: tal vez el cliente dice: "Yo no sé cómo" o "no puedo". Para resolverlo hay que ser consciente del potencial inimaginable del ser humano.

Un ejemplo de preguntas en la práctica de coaching para ayudar a superar esta limitación:

- "No sé cómo"... "Bien, *“todavía”* no sabes cómo, ¿qué puedes hacer para aprender?". Pone al cliente en su zona de control.

- ¿Por qué *crees* que no se puede? (resaltar que es una creencia a explorar).

Creencias de Merecimiento: es el tipo que, probablemente, necesita de una conversación más potente y profunda. Un buen ejemplo es que en muchas culturas "es indispensable el sacrificio para conseguir el éxito", mientras que en otras "no vale la pena lograr algo que necesita tanto esfuerzo".

Preguntas adecuadas podrían ser "¿qué te detiene?", "¿En qué circunstancias podría ser esto merecido (o posible)?", "¿Conoces algún ejemplo de lo contrario de (esta creencia)?". De nuevo estamos arrojando luz y poniendo en cuestión aquello que dificulta el cambio.



LOS HÁBITOS

Son conductas que llevamos a cabo de forma automática, *sin pensar*, por lo que están profundamente integradas en nosotros y por ello son tan difíciles de cambiar.

Los hábitos nos resultan imprescindibles, pues nos ayudan a hacer nuestras actividades sin tener que gastar mucha energía (atención), por lo que las repetiremos con mayor eficacia y rapidez.

Los viejos hábitos que nos proponemos transformar son la personificación en nuestro día a día del sistema de creencias antiguas y la vieja situación que queremos cambiar.

Las principales herramientas para modificar los hábitos que tienen que cambiar son:

- La auto-observación
- La conciencia de que existen y cómo me afectan.
- Tareas que debiliten los viejos hábitos.
- Anclajes y recordatorios para los nuevos hábitos que nos recuerdan nuestro proceso de cambio.

Los hábitos y las creencias, las dos dimensiones del cambio: son el espacio exterior e interior de la persona, respectivamente, donde la batalla por el cambio está teniendo lugar.



PRINCIPIOS DEL COACHING CON PNL Y MENTAL TRAINING

PRESUPOSICIONES DE PNL PARA COACHING

EL MAPA NO ES EL TERRITORIO

NO HAY FRACASOS, SÓLO NUEVO FEEDBACK (INFORMACIÓN A PARTIR DE LOS RESULTADOS)

EL SIGNIFICADO DE LA COMUNICACIÓN ES EL PROPORCIONADO POR EL RECEPTOR

CUERPO Y MENTE SON UN SÓLO SISTEMA

SI QUIERES COMPRENDER, ACTÚA

TODOS LOS COMPORTAMIENTOS TIENEN UN PROPÓSITO

Las creencias y hábitos que generan el comportamiento tienen también una intención positiva, también llamada propósito.

El nuevo propósito es el motor que inicia el cambio, mientras que el antiguo propósito desea salvaguardarse y a veces lo boicotea. Hay que escuchar este antiguo propósito y honrarlo para hacer el cambio en plenitud.

LA PERSONA TIENE TODOS LOS RECURSOS INTERNOS QUE NECESITA O PUEDE CREARLOS

LA PERSONA TOMA LA MEJOR DECISIÓN QUE TIENE A SU ALCANCE CON LOS RECURSOS DE QUE DISPONE

Si obtiene nuevos recursos más efectivos y los entrena, sus decisiones cambiarán

LA PERSONA QUE MEJOR SE ADAPTA EJERCE MÁS INFLUENCIA EN EL SISTEMA

Si la realidad exterior va bien, el mundo interior no se ve presionado. Si la realidad exterior no va como queremos, el mundo interior se ve desafiado. El viaje consiste en encontrar estrategias para adaptarse y conseguir su estado deseado.

ES POSIBLE MODELAR COMPORTAMIENTOS EXITOSOS.

Si una persona puede hacer algo, esto puede modelarse y enseñarse. Si tú puedes hacer algo en un contexto, puede trasladarse a otro.



DEL MODELO CRÍTICO AL MODELO CONSTRUCCIÓN

El gran principio del Entrenamiento Mental (Lars Eric Unestahl)

El modelo crítico era el natural en la etapa que estamos abandonando... Nos decía “hay que tener cuidado, analizar y planear con detalle para no caer en el mismo error”, para eso nació el pensamiento verbal. En esta nueva fase hay un nuevo tipo de lenguaje más poderoso: el lenguaje simbólico, a través del uso consciente de la imaginación, que abre todas las posibilidades del inconsciente a través de las intuiciones.

Del modelo de analizar y juzgar al de desatar la creatividad.

SI UNA FORMA NO FUNCIONA, PRUEBA OTRA. UTILIZA TU INTUICIÓN.

En esta nueva fase, siempre llevamos puesto el pensamiento analítico, el que revisa lo que sucedió. Debemos evitar que se siga desbordando y acordarnos de que se extienda el pensamiento creativo o imaginación.

*Usar el **pasado** como una mina de oro motivadora. Fuente de nuestros mejores logros y capacidades.*

*Usar el **futuro** como inspiración y como una página en blanco.*

*Usar el **presente** como fuente de desafíos en que volcar nuestra capacidad y disfrutar del flow.*

PIENSA EN LO QUE DESEAS, NO EN LO QUE TE HACE SENTIR MAL.

Por ejemplo: pensar en “gozar de plena salud” en vez de en “no tener enfermedad” tiene un efecto positivo en tu bienestar y en tu capacidad de pensar bien.

El pensamiento no es inocuo. Las imágenes, el auto-relato y las palabras que vives en tu pensamiento te influyen. Ofrécelo también al exterior y será lo que te devuelvan.



MOTÍVATE DESDE TU VALOR MÁS PROFUNDO

Ten siempre presente el valor que hay detrás de cualquiera de tus metas para mantener la misma inspiración y creatividad que en la sesión de coaching.

Si, por ejemplo, quieres decirle a alguien “Tu conducta me molesta”, no pienses que le estás agrediendo, sino céntrate en que estás manifestando tu valor como persona. En el fondo, estás manifestando que todas las personas son valiosas.

CON LOS DEMÁS...

LA POSTURA DEL OTRO/A SIEMPRE TIENE ALGO CON LO QUE CONSTRUIR.

1. Escucha y concreta mediante preguntas las ventajas que tiene para él/ella lo que expone. Míralas con sus ojos.
2. Valídale, recapitulando esas ventajas para que sepa que lo has comprendido.
3. Después busca JUNTO A ÉL/ELLA aquellas desventajas que pueda haber.

La secuencia es importante: la información será la misma, pero la decisión saldrá de un pensamiento conjunto brillante. Suave con la persona, duro con el problema.

DILE MUY A MENUDO CÓMO ESTÁ HACIÉNDOLO BIEN, NO SÓLO QUÉ ESTÁ CONSIGUIENDO

Sea tu colaborador, tu hijo o incluso tu jefe, cualquier persona valora que le validen cómo hace las cosas, no solo que ha conseguido sus resultados. Desean validar su capacidad, su estilo, los detalles, ... Esto es muy eficaz para:

- El aprendizaje, pues la persona descubrirá el comportamiento que se valora para ir sustituyendo el comportamiento que es improductivo. Saber claramente cómo hacer las cosas le orienta y le motiva
- Para la relación, pues crecerá la confianza y el vínculo emocional.

LA PERSONA HACE Y APRENDE AQUELLO QUE TIENE UN SIGNIFICADO Y UNA APLICACIÓN PARA SU VIDA

Si piensas lo que quieres conseguir de los libros que lees o del curso que vas a hacer, los aprovecharás al máximo.

Igualmente, influirás más en el comportamiento de tu colaborador o de tu hijo si tienes en cuenta sus intereses y sus valores.