



# MANAGER COACH | PARTE 01

## LOS FUNDAMENTOS

---



RETAIL  
EXCELLENCE  
ACADEMY



 Winch



# Agenda

## 1. Los Fundamentos

PARTE 01

- Liderazgo y Gestión
- ¿Qué es el "Coaching"?
- Coaching, motivación y cambio
- Coaching y relación
- Coaching y desempeño

## 3. MENTOR | Modelo de Coaching

PARTE 03

- **M**apeo de la Línea Base
  - **E**xploración de Causas Raíz
  - **N**avegación del Recorrido
  - **T**objetivos Transparentes
- 
- **O**peración en el Campo
  - **R**evisión y Relanzamiento

PARTE 04

## 2. Area Manager: Comportamientos Esperados

PARTE 02

## 4. Role-Play Final

PARTE 05

💡 Este programa traduce el rol del Area Manager rol en rutinas diarias : seguimiento comercial, visitas de desempeño, Maturity Check y reuniones semanales.



# Liderazgo y Gestión

## Liderazgo

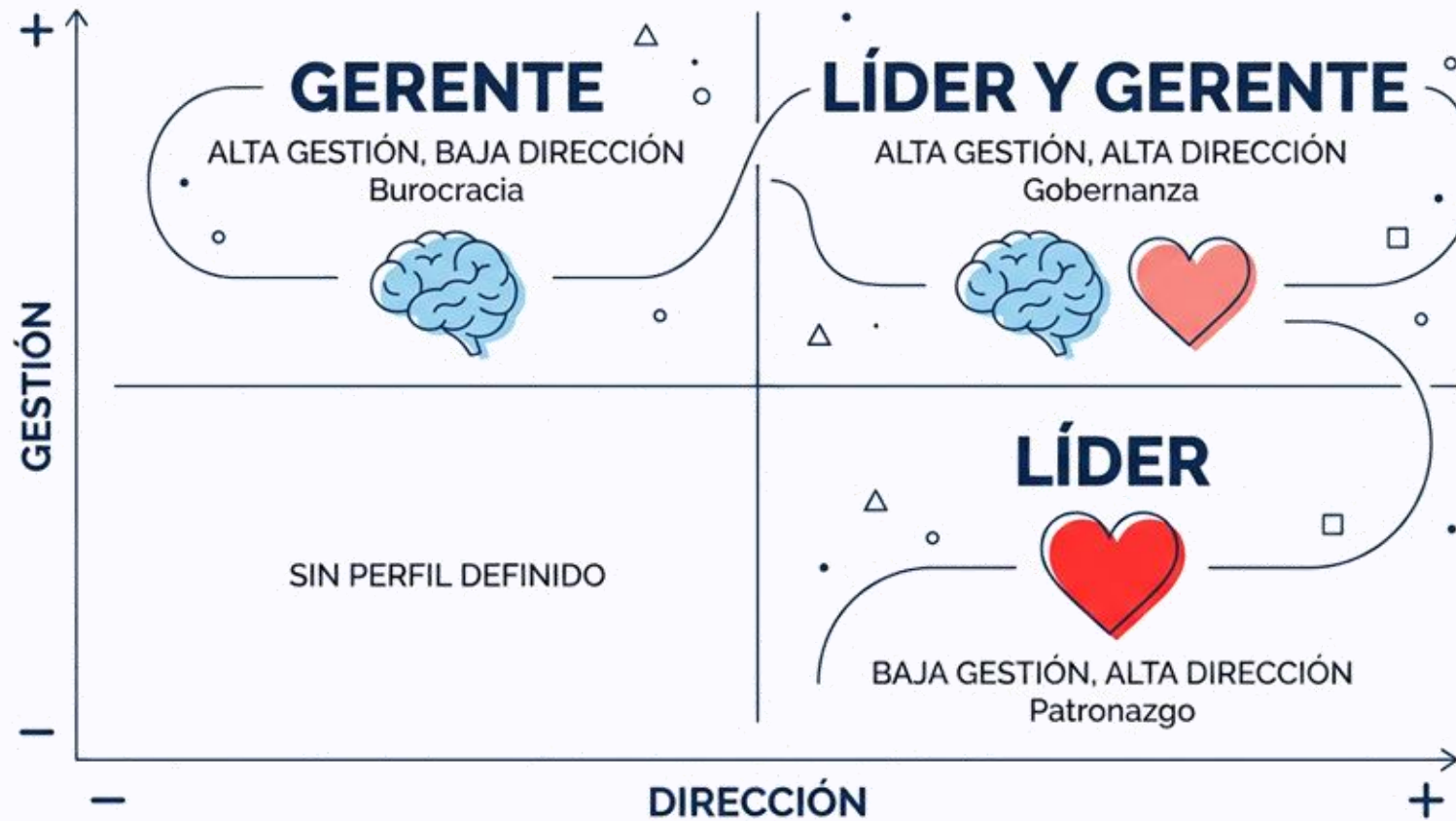
Influir eficazmente en los comportamientos

## Gestión

Un aspecto particular del proceso de Liderazgo que atribuye importancia primaria al logro de los objetivos de la organización

# Matriz Liderazgo vs Gestión

Comprender los cuatro estilos de liderazgo



## Manager

Se centra en procesos, estructura y control. Alta gestión, baja dirección. Riesgo: burocracia.

## Líder & Manager

Combina visión estratégica con disciplina operativa. El equilibrio ideal: gobernanza.

## Líder

Inspira y motiva a través de las relaciones. Alta dirección, baja gestión. Riesgo: clientelismo.

💡 Para un Area Manager de SYNLAB, Liderazgo & Gestión se manifiesta en el campo: a través de desempeño, observation, feedback y

planificación de acciones.

# ¿Qué es el "Coaching"?

Huck

***Acciones de apoyo que ayudan a poner a prueba ideas, acciones y valores, con el fin de aumentar el desempeño y la satisfacción personal***

De Geissler

***Es un proceso en el que el protagonista es el Coachee, sobre quien convergen todas las actividades del Coach: consultoría, asistencia, apoyo, comparación, formación y acción***

De John Whitmore

***"El Coaching permite a una persona liberar su potencial para maximizar su propio desempeño y le ayuda a aprender"***



## □ Ejercicio 1: ¿Qué es el "Coaching"... para Ti?



# Qué ES el Coaching y Qué NO ES

## El Coaching NO ES

Una técnica o un remedio infalible...

El Coaching es inspección

## El Coaching ES

Un conjunto completo de comportamientos de quien:




**Pregunta** antes de hablar



**Escucha** antes de hablar



**Fortalece** antes de dirigir

 en la práctica, el coaching significa observar reales las interacciones con los pacientes, dar estructurado feedback y ayudar a los equipos de la sede a convertir el protocolo en hábito. es es apoyo en el campo orientado al desempeño y a la hábito-construcción del hábito

# Coaching, Motivación y Cambio

Queremos crear líderes y managers: para lograr este objetivo, el coaching es una herramienta esencial.

- **El manager debe trabajar en: Motivación (M) y Capacidad (C) para alcanzar Resultados (R)**

$$R = M \times C^2$$

## Motivación

El impulso interno que permite cualquier proceso de cambio y aprendizaje

## Capacidad

Las habilidades y competencias necesarias para desempeñarse y crecer



## Motivación

¡La motivación es esencial para emprender cualquier proceso de cambio y aprendizaje!

**La motivación viene desde adentro**, no puede ser proporcionada desde afuera y es esencial para emprender cualquier proceso de cambio y aprendizaje.





Entrevista a Victor Küppers:  
Motivación

# Coaching, Motivación y Cambio (4 Fases)

**WARNING**



**1**

Fase de "Rechazo"

- Pasar a un **racional** nivel
- Inducir la reflexión sobre **casos de éxito**
- Enfocarse en **pequeños grupos** para aplicar el cambio

**2**

Fase de "Aceptación Pasiva"

- Aumentar el número de **sesiones de acompañamiento**
- Apoyar al miembro del equipo de la sede en la **aplicación** del modelo
- Pedir al miembro del equipo de la sede **casos de éxito**

**3**

Fase de "Aceptación": cambio

- En las sesiones de acompañamiento, aplicar el método a los **casos difíciles**
- Ayudar al miembro del equipo de la sede a **compartir sus propios casos de éxito**

**4**

Fase de "Adhesión"

- Evaluar la oportunidad de enviar al miembro de referencia del equipo de la sede en un **acompañamiento**
- Utilizarlo/a como ponente en **situaciones entre pares**

💡 Una tipo debe adaptarse a la fase de cambio del miembro del equipo de la sede



# 4 Fases de Transición

## 1. Fase de "Rechazo"

- El cambio comienza con la **negación**: **"Siempre he trabajado así... ¿por qué tengo que hacer esto?"**
- Esta fase lleva a la **resistencia**: **"Es imposible aplicar esto a mi situación... ¡nunca funcionará!"**

## CONSEJOS

1. Gestionar las emociones negativas del miembro del equipo de la sede sin dejarse contaminar por ellas
2. Llevar la conversación a un nivel racional
3. Inducir a reflexionar sobre casos de éxito (**¿Cuántos clientes reales tienes?**) y crear el **"ancla"**
4. Técnica de "Nadie es perfecto" (o técnica Leonardo)... Cluster
5. Focalizarse en pequeños grupos y aplicar el cambio

📌 **La población afectada debe experimentar el éxito y sentir rápidamente los beneficios del nuevo sistema**




# 4 Fases de Transición

## 2. Fase de "Aceptación Pasiva"

- Esta segunda fase es el momento más peligroso del cambio, ya que el líder ve, tras la resistencia, una **aceptación formal** de los nuevos comportamientos requeridos.
- **"Me dicen que haga eso, lo haré..."**

## CONSEJOS

1. **Aumentar el número de sesiones de acompañamiento**
2. **Apoyar al miembro del equipo de la sede en la aplicación del modelo**
3. **Pedir al miembro del equipo de la sede casos de éxito**

 **Aumentar la energía dando apoyo**



# 4 Fases de Transición

## 3. Fase de "Aceptación": equipo de la sede

- Esta fase normalmente comienza con una fase de **Exploración: "OK, quizás esto puede funcionar"**.
- Prestar atención, porque las **dificultades** podrían llevar a las personas a reconsiderar las formas antiguas y más seguras de hacer las cosas..

## CONSEJOS

- 1. En las sesiones de acompañamiento trabajar en casos difíciles y aplicar el método**
- 2. Ayudar al miembro del equipo de la sede a compartir durante la reunión de ciclo sus propios casos de éxito**

 **Brindar apoyo en calidad**



# 4 Fases de Transición

## 4. Fase de "Adhesión":

- Esto es una especie de Nuevo Comienzo, es la fase del **Compromiso** donde las personas piensan: **"Así es como trabajo ahora", "¡Esta es una mejor manera!"**
- Las personas ya no tienen el deseo de volver a la forma anterior.

## CONSEJOS

- 1. Enviar al miembro Advocate del equipo de la sede (si tiene un rol reconocido por el equipo) en acompañamiento**
- 2. Utilizarlo/a como ponente en situaciones entre pares y compartir su energía con el equipo**

**Apoyar a las personas para que se conviertan en un "defensor vocal" de la nueva forma, ¡su nueva forma!**

## □ Ejercicio 2: Mapear Tu Equipo en el Cambio

Piensa en tu equipo y, para cada miembro, anota: **en qué fase** del proceso de cambio se encuentra y **qué piensas que vas a hacer** con ellos y definen: **qué tipo de visita será más útil para cada persona** (Seguimiento Comercial, Visita de Desempeño, Weekly Meeting)



**WARNING**

# Coaching y Relación

## SESGOS EN LA OBSERVACIÓN

- Cada uno de nosotros ve el mundo desde **nuestra propia perspectiva** y/o en términos de nuestra propia ventaja personal
- Confundir la realidad objetiva con nuestro propio punto de vista → **malentendidos y prejuicios**
- El conflicto no reside en la realidad objetiva, **la diferencia está solo en la forma de pensar**

**El arma ganadora, por tanto, es ser capaz de ver la situación desde el punto de vista del interlocutor (entender el punto de vista del interlocutor no significa compartirlo)**



# La Influencia de los Sentimientos

Los sentimientos juegan un papel importante durante todo el proceso de negociación.

## 85%

Decisiones no racionales

En la vida laboral cotidiana, el 85% de todas las decisiones no son racionales

## 100%

Cuando están personalmente involucrados

100% cuando el negociador es el objeto de la negociación

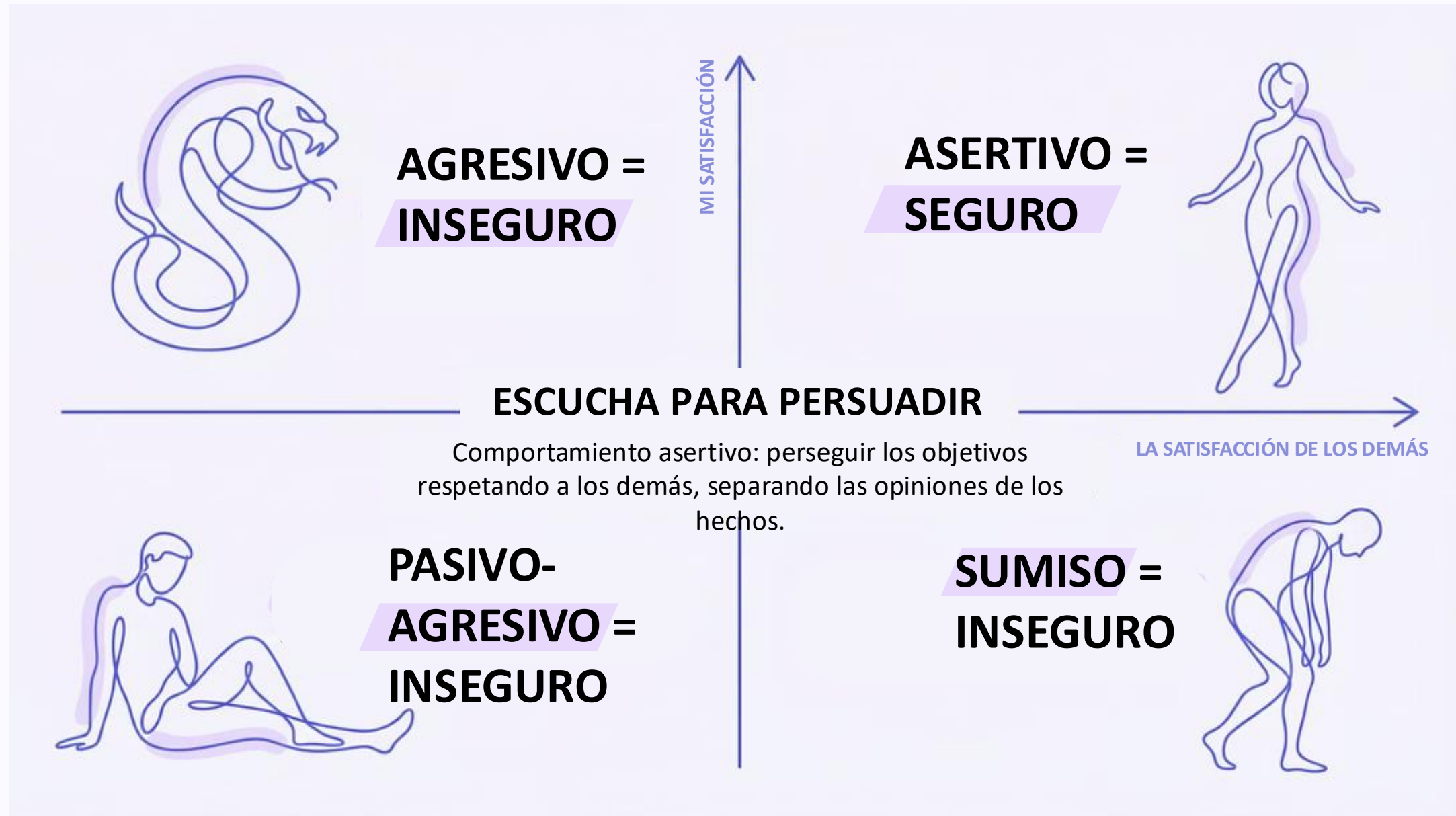
☐ Cuanto más involucrada está una persona, más el resultado de la negociación estará determinado por sus sentimientos.

## Coaching y Relación | Cómo Atenuar los Filtros Perceptivos

Para atenuar los filtros perceptivos, debes:

- Tomar conciencia de que existen filtros
- Identificar la naturaleza de los filtros
- Aprovechar la oportunidad de cuestionarse a uno mismo
- Evaluar los comportamientos, no a la persona**  
Ejemplo:  
"la recepcionista no estaba orientada al cliente."  
vs  
"la recepcionista no verificó los datos de contacto"
- Ciertamente... **SÉ ASERTIVO**





**El comportamiento asertivo pertenece a quienes son capaces de separar opiniones de hechos, persiguiendo sus propios objetivos pero buscando siempre respetar el objetivo del otro.**



**WARNING**

# Coaching y Gestión del Desempeño

## Áreas de Evaluación del Miembro del Equipo del Sitio

1. Resultados de Desempeño

presupuesto, KPI

**Valor**

2. Gestión del Paciente  
(Modelo de Comunicación)

bienvenida,  
orientación, claridad,  
las interacciones con  
los pacientes  
interaction

3. Conocimiento del  
Producto / Servicio  
SYNLAB

exámenes, campañas,  
servicios

**PRO-Value**

4. Gestión Operativa

flujo de check-in, antes  
de, calidad de datos,  
reportes

# □ El Modelo PRO-Value: Las 4 Áreas

Antes de comenzar el ejercicio, lee detenidamente las cuatro áreas de evaluación del empleado. Son fundamentales para entender cómo se mide el desempeño en una empresa moderna.

1

## Resultados de Desempeño

Los resultados obtenidos por el empleado en relación con los objetivos de la empresa. Esta es la base de la evaluación: **¿El empleado logró sus objetivos?**

2

## Gestión del Paciente

La capacidad de comunicarse con pacientes/clientes utilizando el **Modelo de Comunicación**. Incluye escucha activa, empatía y claridad del mensaje.

3

## Conocimiento del Producto/Servicio

Qué tan bien conoce el empleado los productos y servicios de SYNLAB. El conocimiento técnico es esencial para responder las consultas de los clientes.

4

## Gestión Operativa

Gestión de las operaciones diarias: eficiencia, puntualidad y cumplimiento de los procedimientos de la empresa.

## □ Ejercicio 4: ¡Escribe Tú!

Elige **dos áreas de evaluación** y escribe una breve descripción (2–3 frases) de uno de los miembros de tu equipo de la sede para cada área.

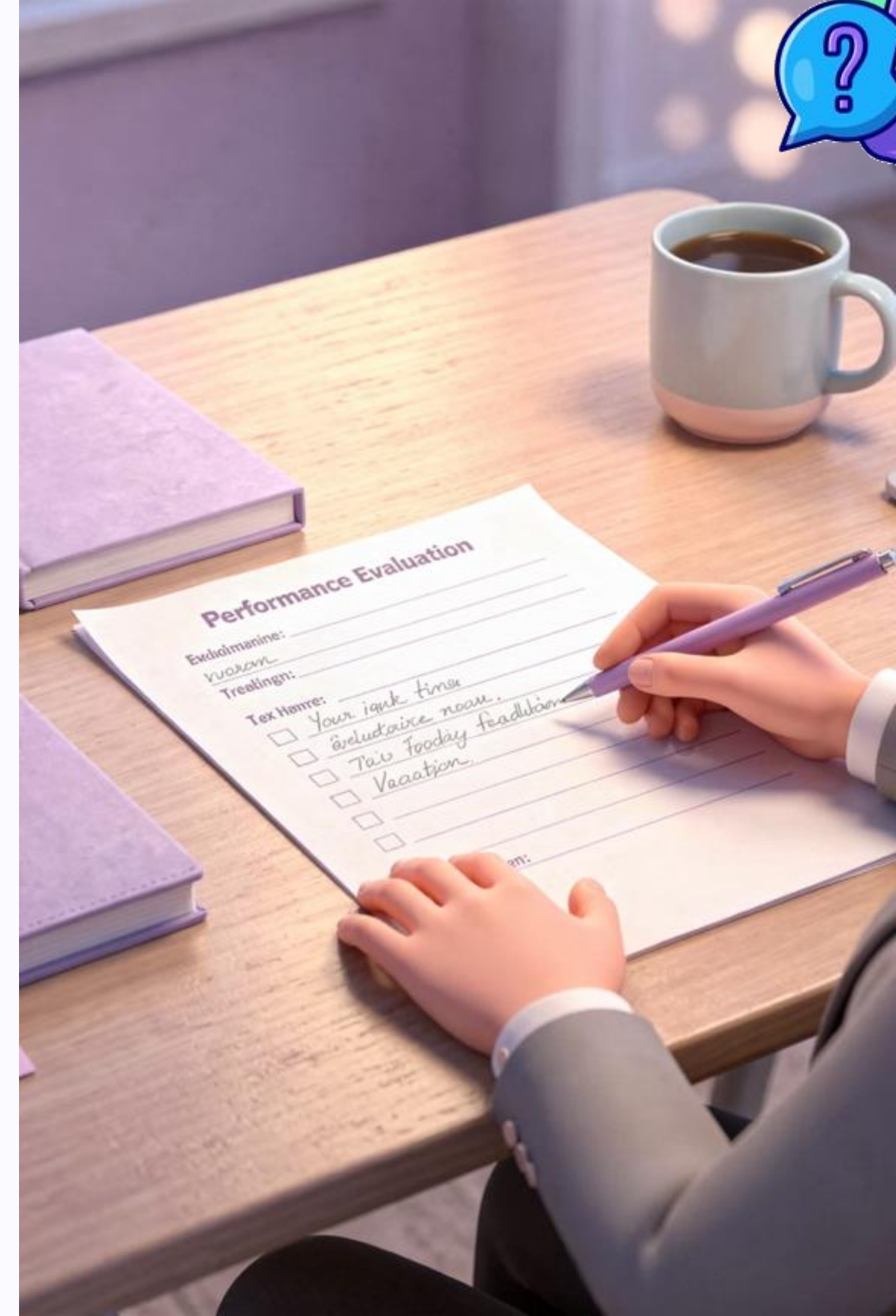
□ Área 1: \_\_\_\_\_

*Escribe 2–3 frases describiendo el desempeño de un miembro del equipo de la sede en esta área:*

□ Área 2: \_\_\_\_\_

*Escribe 2–3 frases describiendo el desempeño de un miembro del equipo de la sede en esta área:*

- 💡 **Ejemplo:** "Durante las horas pico, Marta recibe a los pacientes con calma y explica los pasos siguientes claramente. Todavía necesita mejorar la consistencia en verificar el correo y el consentimiento antes de cerrar la interacción."





## MANAGER COACH | PARTE 02

30.01.2026

### AREA MANAGER: COMPORTAMIENTOS COMPORTAMIENTOS ESPERADOS

Un perfil completo de las competencias, responsabilidades, and comportamientos que definen la excelencia en el rol de Area Manager rol - donde cada dimensión es una pieza de un rompecabezas más grande.



RETAIL  
EXCELLENCE  
ACADEMY



Winch

# Agenda

## 1. Los Fundamentos

PARTE 01

- Liderazgo y Gestión
- ¿Qué es el "Coaching"?
- Coaching, motivación y cambio
- Coaching y relación
- Coaching y desempeño

## 2. Area Manager: Comportamientos Esperados

PARTE 02

## 3. MENTOR | Modelo de Coaching

PARTE 03

- **M**apeo de la Línea Base
- **E**xploración de Causas Raíz
- **N**avegación del Recorrido
- **T**objetivos Transparentes

---

- **O**peración en el Campo
- **R**evisión y Relanzamiento

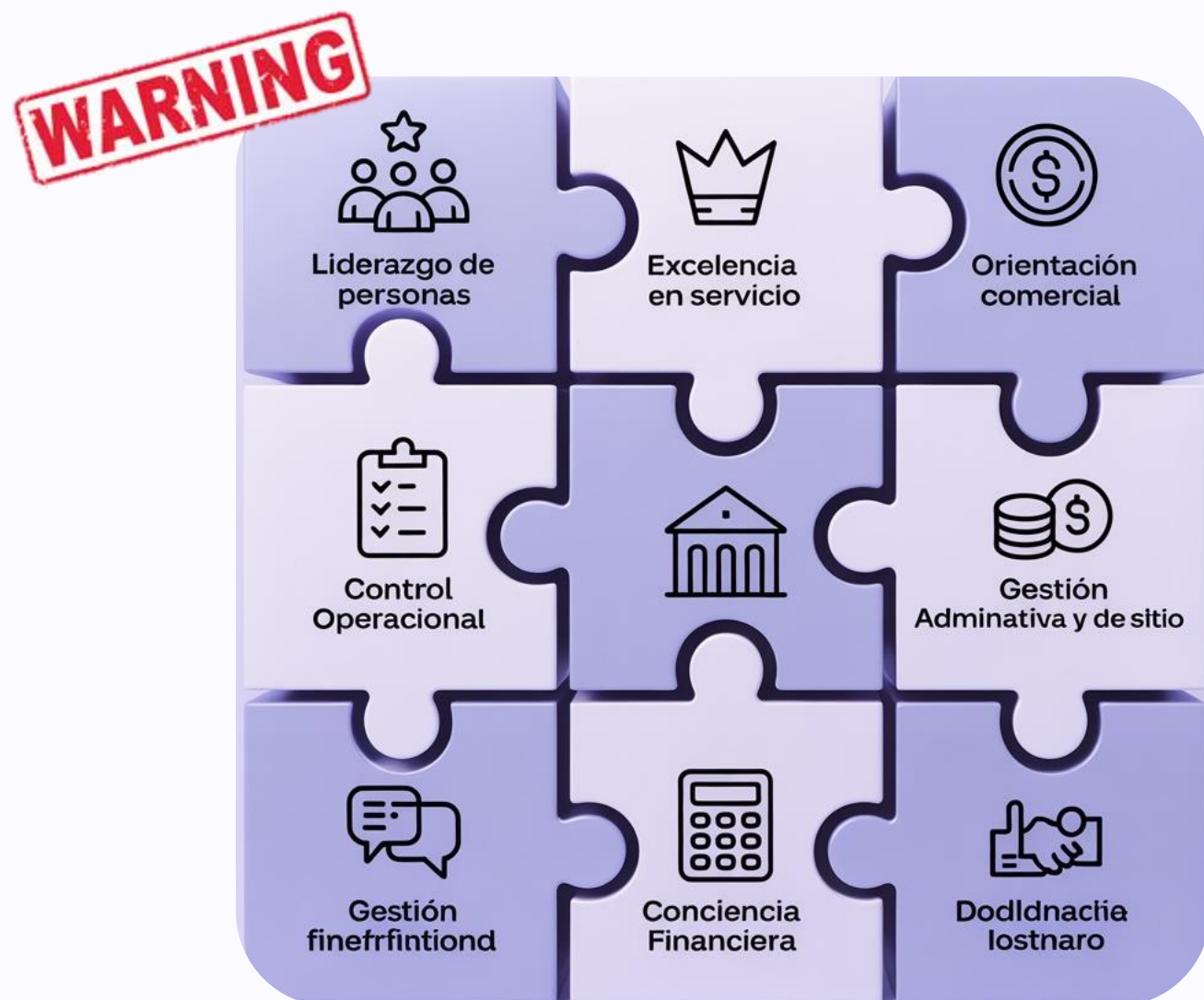
PARTE 04

## 4. Role-Play Final

PARTE 05

# El Rompecabezas del Area Manager

La excelencia en el rol de Area Manager no está definida por una sola fortaleza - es la suma de nueve competencias interconectadas. Cada cluster representa una pieza crítica de un rompecabezas que, al ensamblarse, crea un líder completo y de alto desempeño capaz de impulsar resultados en toda la red.



💡 Estos comportamientos se vuelven visibles a través de las cuatro rutinas recurrentes del AM:

- seguimiento comercial,
- visitas de Performance, desempeño
- Maturity Check Maturity Check y
- reuniones Weekly Meetings

# Liderazgo de Personas

El Area Manager selecciona, hace coaching, evalúa y organiza equipos para garantizar capacidad, cobertura y desempeño consistente en todas las sedes. Esto significa identificar activamente las brechas de talento, realizar conversaciones de coaching estructuradas y construir pipelines de sucesión. Un líder de personas sólido crea las condiciones para que los equipos prosperen, no solo hoy, sino de manera sostenible a lo largo del tiempo.

## Selecciona

Reclutar e incorporar los perfiles adecuados para las necesidades de cada sede.

## Coaching

Proporcionar feedback regular y estructurado y conversaciones de desarrollo.

## Evalúa

Evaluar el desempeño de manera justa y consistente usando criterios claros.

## Organiza

Garantizar cobertura y alineación de capacidades en todas las ubicaciones.

 **Dónde se evidencia: People Leadership → Seguimiento Comercial, Weekly Meeting**



# Excelencia en el Servicio

El Area Manager impulsa la calidad del servicio reforzando los protocolos con los clientes, las habilidades blandas y una experiencia centrada en el paciente en cada sede. Esto va más allá del cumplimiento: requiere incorporar una cultura donde cada miembro del equipo entienda que la calidad de la interacción humana es

## Refuerza los Protocolos

Garantizar que todos los estándares de cara al cliente sean aplicados y comprendidos de manera consistente a nivel de sede.

## Desarrolla las Habilidades Blandas

Hacer coaching a los equipos en comunicación, empatía y conducta profesional en cada interacción con el paciente.

## Promueve la Centralidad del Paciente

Hacer de la experiencia del paciente el lente a través del cual se toman todas las decisiones de servicio.

 **Dónde se evidencia: Excelencia en el Servicio** → Commercial Follow-up, Madurez

# Impulso Comercial

El Area Manager monitorea el desempeño de ventas, desarrolla acciones localmente relevantes y garantiza la ejecución efectiva de las prioridades comerciales, incluidas las oportunidades de cross-selling. El impulso comercial significa traducir los objetivos empresariales en planes tangibles específicos por sede, y responsabilizar a los equipos por los resultados manteniendo al cliente en el centro.

## Monitorea & Analiza

Rastrear los KPI de ventas en todas las sedes, identificar el bajo desempeño tempranamente y comprender las causas raíz antes de actuar.

## Desarrolla Acciones Locales

Crear planes comerciales a medida que reflejen el contexto específico, la combinación de clientes y la oportunidad de cada sede.

## Ejecuta & Haz Cross-Selling

Garantizar que los equipos promuevan activamente el portafolio completo de servicios, maximizando los ingresos por visita del cliente.

 **Dónde se evidencia: Impulso Comercial** → Commercial Follow-up, Performance Desempeño

# Control Operativo

El Area Manager utiliza rutinas estructuradas, dashboards, visitas a las sedes y planes de acción para mantener el desempeño en línea con los objetivos. El control operativo no se trata de microgestión, sino de crear la visibilidad y el ritmo necesarios para intervenir tempranamente, celebrar el progreso y eliminar las barreras para la ejecución.

01

## Establece Rutinas

Establecer una cadencia regular de revisiones, check-ins y visitas a las sedes que cree previsibilidad y responsabilidad.

ćć

## Usa los Dashboards

Aprovechar los datos en tiempo real para monitorear los indicadores de desempeño en toda la red de un vistazo.

03

## Realiza Visitas a los Sitios

Estar presente en el campo para validar datos, observar comportamientos y generar confianza en el equipo.

04

## Impulsa los Planes de Acción

Traducir los insights en acciones correctivas o de mejora concretas y con plazo definido a nivel de sede.



**Dónde se evidencia: Control Operativo** → Performance Desempeño, Weekly Meeting

# Gestión Administrativa & del Sitio

El Area Manager supervisa los procesos administrativos clave, la madurez de la sede, la funcionalidad de los equipos y el seguimiento de la infraestructura. Aunque de naturaleza operativa, esta competencia sustenta todo lo demás: una sede mal gestionada administrativamente tendrá dificultades para cumplir en cualquier otra dimensión del mandato del Area Manager.



## Procesos Administrativos

Garantizar que toda la documentación, los registros de cumplimiento y las obligaciones de reporte se cumplan con precisión y a tiempo.




## Madurez del Sitio

Evaluar y desarrollar la preparación operativa y la capacidad de cada sede para cumplir con los estándares.



## Equipos & Infraestructura

Monitorear la funcionalidad de todos los equipos y escalar los problemas de infraestructura para garantizar un servicio ininterrumpido.

 **Dónde se evidencia: Gestión Administrativa & del Sitio** → Madurez Maturity Check, Visita de PerformanceDesempeño

PIEZA 6 DE 9

## Conciencia Financiera & del Negocio

El Area Manager revisa el desempeño del negocio, controla los costos frente a las ventas y apoya el presupuesto y las nuevas iniciativas de negocio. La competencia financiera a este nivel significa más que leer un P&L: significa comprender las palancas que impulsan la rentabilidad, identificar las ineficiencias de costos y contribuir activamente a las conversaciones sobre el crecimiento del negocio.

### Revisa el Desempeño

Analizar regularmente las tendencias de ingresos, márgenes y costos en todas las sedes gestionadas.

### Controla los Costos

Identificar los sobrecostos frente a los objetivos de ventas e implementar medidas correctivas con prontitud.

### Apoya el Presupuesto

Contribuir a la preparación del presupuesto anual con pronósticos e insights precisos a nivel de sede.

### Nuevo Negocio

Apoyar la identificación y el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio dentro de la red.

💡 **Dónde se evidencia: Conciencia Financiera & del Negocio** → Performance Desempeño



# Gestión del Cliente

El Area Manager monitorea el feedback, las quejas, los tiempos de espera y las necesidades de los clientes para mejorar la satisfacción y la prestación del servicio. Gestionar la voz del cliente es tanto una disciplina de escucha como una disciplina de acción: requiere cerrar el ciclo en cada pieza de feedback y usar datos para priorizar mejoras sistémicas.

## Escucha Activamente

Recopilar y revisar sistemáticamente los datos de satisfacción del cliente, los puntajes NPS y las tendencias de quejas en toda la red.

## Gestiona las Quejas

Garantizar que todas las quejas sean atendidas con prontitud y profesionalismo, y que las causas raíz sean abordadas para prevenir la recurrencia.

## Reduce los Tiempos de Espera

Monitorear el flujo y la capacidad a nivel de sede, implementando cambios de programación o de proceso para mejorar el recorrido del cliente.

## Anticipa las Necesidades del Cliente

Desarrollar una comprensión profunda de los perfiles y expectativas de los clientes para adaptar proactivamente la prestación del servicio.

 **Dónde se evidencia: Gestión del Cliente** → Performance Desempeño, Weekly Meeting

# Coordinación Interfuncional

El Area Manager trabaja en estrecha colaboración con las funciones internas —RRHH, Finanzas, Operaciones, Marketing y otras— para garantizar alineación, comunicación clara y ejecución consistente en toda la red. Ser efectivo en esta dimensión requiere la capacidad de influir sin autoridad y actuar como puente entre el campo y el centro.

## → Alínea con las Funciones Centrales

Garantizar que las iniciativas y políticas de toda la empresa sean correctamente comprendidas e implementadas a nivel de sede.

## → Comunica Hacia Arriba & Lateralmente

Compartir insights del campo, bloqueos y éxitos con los stakeholders relevantes para informar la toma de decisiones.

## → Impulsa una Ejecución Consistente

Garantizar que los planes interfuncionales se traduzcan en acciones coherentes y coordinadas en todas las sedes gestionadas.

💡 **Dónde se evidencia: Desarrollo de Marca & Red → Madurez Maturity Check, Visita de PerformanceDesempeño**



# Desarrollo de Marca & Red

El Area Manager garantiza que la marca esté representada de manera consistente, que los estándares de la red se mantengan y que cada sede contribuya positivamente a la reputación y las ambiciones de crecimiento de la empresa'. Esto significa actuar como guardián de la integridad de la marca identificando al mismo tiempo oportunidades para fortalecer la presencia e impacto de la red en el mercado local.

## Protege los Estándares de Marca

Garantizar que cada sede refleje la identidad de marca en términos de ambiente, comunicación y prestación del servicio.

## Desarrolla la Red

Identificar oportunidades para fortalecer las sedes existentes y apoyar la apertura o mejora de nuevas ubicaciones.

## Construye la Reputación Local

Fomentar relaciones y visibilidad en la comunidad local para aumentar la confianza y el reconocimiento de la marca.

 **Dónde se evidencia: Coordinación Interfuncional** → Weekly Meeting, Madurez Madurez follow-up





## 30.01 **MANAGER COACH | PARTE 03**

# **RETAIL COACHING MODEL**

---



**RETAIL  
EXCELLENCE  
ACADEMY**





# Agenda

## 1. Los Fundamentos

- Liderazgo y Gestión
- ¿Qué es el "Coaching"?
- Coaching, motivación y cambio
- Coaching y relación
- Coaching y desempeño

PARTE 01

## 2. Area Manager: Comportamientos Esperados

PARTE 02

## 3. MENTOR | Modelo de Coaching

PARTE 03

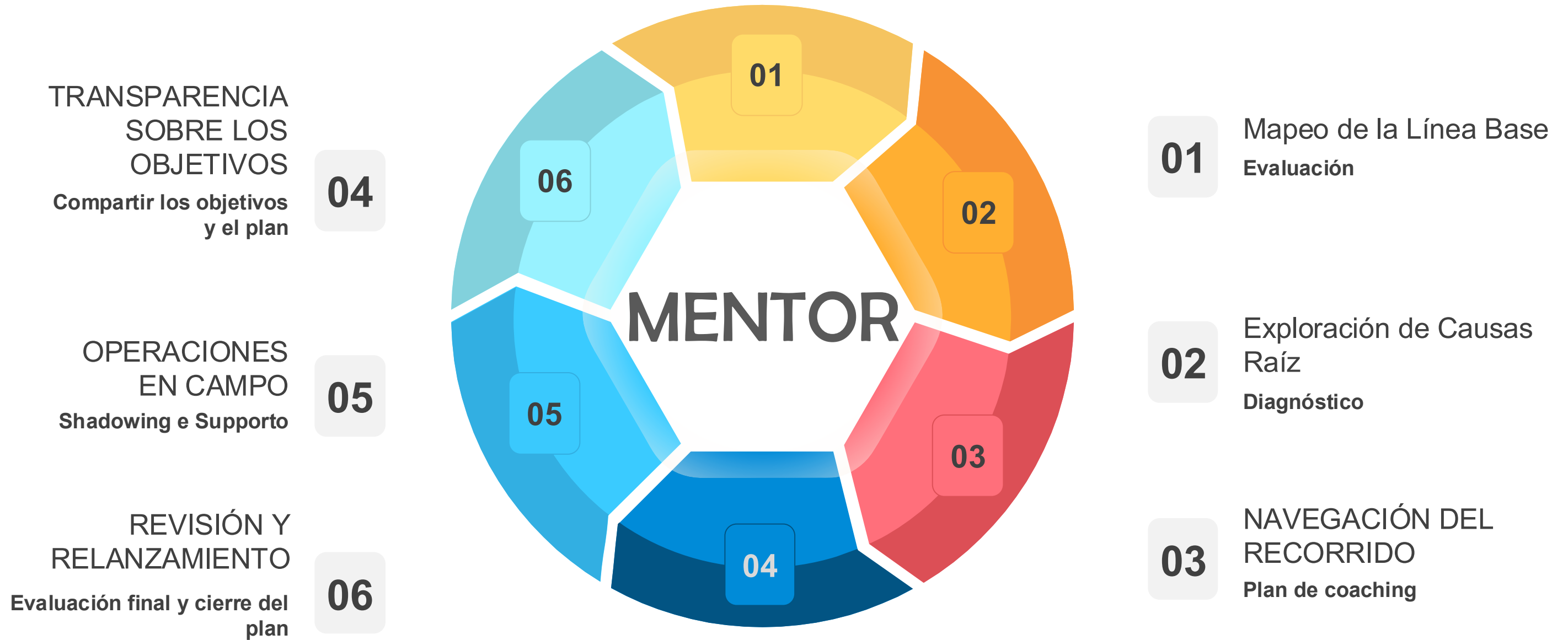
- **M**apeo de la Línea Base
- **E**xploración de Causas Raíz
- **N**avegación del Recorrido
- **T**objetivos Transparentes
- **O**peración en el Campo
- **R**evisión y Relanzamiento

PARTE 04

## 4. Role-Play Final

PARTE 05

# RetaCoaching Model



💡 **MENTOR es método; las visitas más profundas son los momentos en que método cobra vida.**

# MENTOR

## Mapeo de la Línea Base: Evaluación

MENTOR



01

M

Mapeo de la Línea Base



MAPEO DE LA LÍNEA BASE: EVALUACIÓN

# COMPORTAMIENTOS

TEMAS DE COACHING

Conocimientos Técnicos

Habilidades

Experiencia

Predisposiciones



## MENTOR | Mapeo de la Línea Base

El modelo MENTOR proporciona un marco estructurado para el coaching en retail, guiando a los managers a través de cada fase del recorrido de coaching, desde la evaluación inicial hasta la revisión final y el relanzamiento.

- ✓ observación durante el Commercial Follow-up
- ✓ revisión de KPI durante Visits Visit
- ✓ revisión de estándares en el Maturity Check
- ✓ seguimiento de acciones en el Weekly Meeting





# MENTOR | Medición de Parámetros de Comportamiento

El Coaching se basa en la **Observación de Comportamientos**, que deben ser:

## Compartidos

Acordados entre coach y coachee

## Específicos

Claramente definidos y sin ambigüedades

## Medibles

Cuantificables y observables

## Implementables

Ejecutables y alcanzables en la práctica



# MENTOR | Medición de Parámetros de Comportamiento

## Primer Parámetro

- ¿El comportamiento está presente o ausente?
- ¿Cuántas veces ocurre el comportamiento?

- saludó por nombre: sí/no
- explicó próxima siguientes: sí/no
- verificó los contactos: sí/no
- solicitó el consentimiento claramente: sí/no
- vinculó la oferta necesidad necesitan: sí/no

## Segundo Parámetro

- En términos de efectividad, ¿el comportamiento logró el objetivo para el que fue adoptado?



# MENTOR | Panorama de los Parámetros de Comportamiento

1

## Observación

Detección directa e indirecta de hechos y comportamientos

2

## Frecuencia

¿Con qué frecuencia ocurre el comportamiento?

3

## Presencia

¿El comportamiento está presente o ausente?

4

## Efectividad

¿El comportamiento logró su objetivo previsto?

5

## Medición

Al menos una herramienta y escala compartidas entre observador y observado



## Paso

## Comportamientos

### 01 Preparación

- Verificar los flujos, las prioridades y el sistema de gestión de filas (digital/manual).
- Preparar el puesto de trabajo y los materiales (etiquetas, credenciales, consentimientos, folletos).
- Anticipar imprevistos y definir un Plan B.
- Definir los objetivos operativos (tiempos, datos, consentimientos, digital).

### 02 Apertura

- Dar la bienvenida con calma y profesionalismo, llamar por nombre cuando sea posible y orientar inmediatamente al paciente.
- Enmarcar la razón de la interacción y la urgencia en pocos segundos.
- Explicar claramente los pasos siguientes y lo que se necesita (documentos, ticket/pago, tiempos estimados).
- Verificar la disponibilidad del paciente (prisa, ansiedad, dudas) y adaptar el tono y el ritmo.

### 03 Bienvenida & Orientación Estratégica

- Identificar necesidades con preguntas breves.
- Confirmar exámenes/servicios y costos de manera transparente antes de proceder.
- Personalizar el enfoque según el perfil (HCS episódico, recurrente, D2C, out of pocket, asegurado).
- Obtener micro-confirmaciones durante la conversación (datos correctos, canal de notificación elegido, comprensión del proceso).

### 04 Acciones de Valor

- Realizar la aceptación estándar (identificación, escaneo de receta, ticket/pago, impresión, etiquetas, credenciales).
- Recopilar y verificar el correo electrónico y el número de celular, motivándolos como un servicio (notificación de reporte, recuperación de credenciales, asistencia).
- Gestionar el consentimiento y las objeciones, con elección explícita.
- Activar "Value4U" de manera coherente con el perfil del paciente

### 05 Análisis & Follow-Up

- Verificar que el paciente se vaya con instrucciones claras (adónde ir, tiempos, acceso al reporte, recuperación de contraseña).
- Registrar con precisión la información clave (contactos verificados, consentimientos, perfil, notas útiles).
- Analizar inmediatamente la interacción e identificar qué funcionó y qué mejorar.



# MENTOR | Medición de Parámetros de Comportamiento – Observación

## DIRECTA

Detección de primera mano de "hechos" y "comportamientos"

## INDIRECTA

Detección de "datos" y "relatos" de otras fuentes

 **SE COMPLEMENTAN Y SE REFUERZAN MUTUAMENTE**



## MENTOR | Medición de Parámetros de Comportamiento | Observación "Basada en Evidencia"

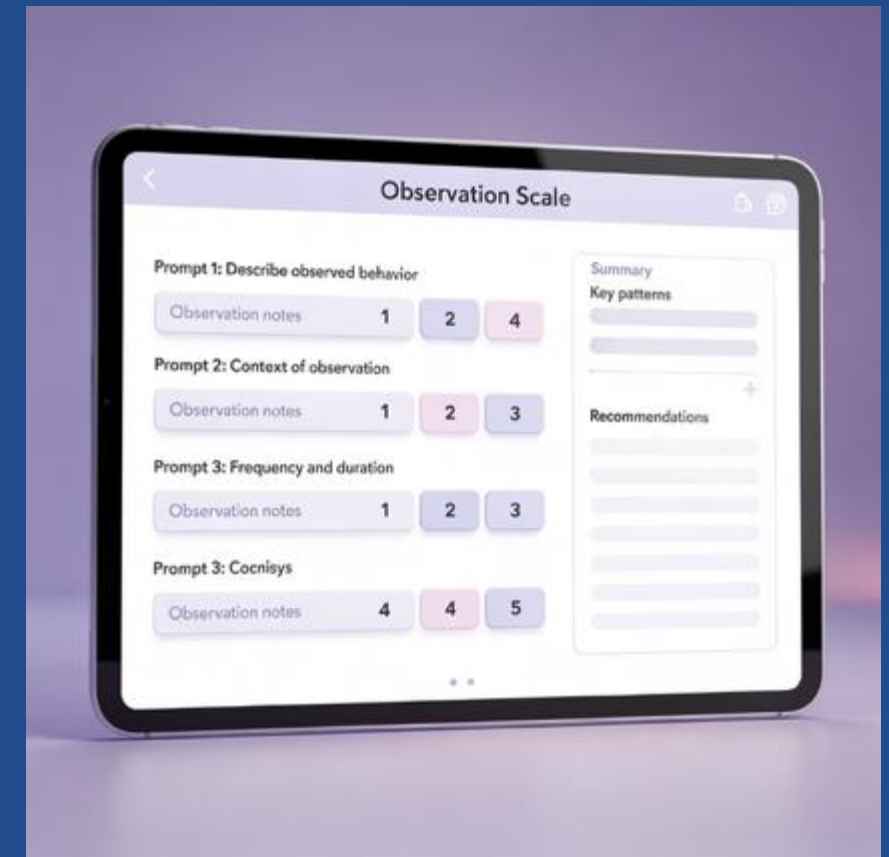
### OPINIONES

Interpretaciones subjetivas que no están basadas en hechos observables



### COMPORTAMIENTO

- Los comportamientos deben ser observados tanto por el observador como por el observado
- Pueden evaluarse con base en al menos una escala compartida entre observador y observado





MAPEO DE LA LÍNEA BASE: EVALUACIÓN



## MENTOR | Medición de Parámetros de Comportamiento - Observación "Basada en Evidencia"

### Qué ocurre

La realidad objetiva de la situación tal como se desarrolla

### Cómo lo veo

La percepción subjetiva filtrada a través de la experiencia personal y los sesgos





## **M**ENTOR | Medición de Comportamientos **Sesgos y Experiencia**

Nuestra experiencia personal y los sesgos inconscientes influyen inevitablemente en cómo observamos y evaluamos los comportamientos de los demás. Reconocer estos filtros es el primer paso hacia una evaluación más precisa y justa.



## MENTOR | Medición de Comportamientos – Sesgos: ¿De Dónde Vienen?



Inferencia



Prisa



Observación imprecisa



Auto-proyección



Comparaciones inapropiadas



Doble estándar



Tendencia a juzgar



## MENTOR | Medición de Comportamientos – Sesgos y Comportamiento



### Efecto Halo

Un fenómeno psicológico por el cual la evaluación está influenciada por el agrado o, por el contrario, por la escasa consideración hacia una persona.



### Efecto Pigmalión

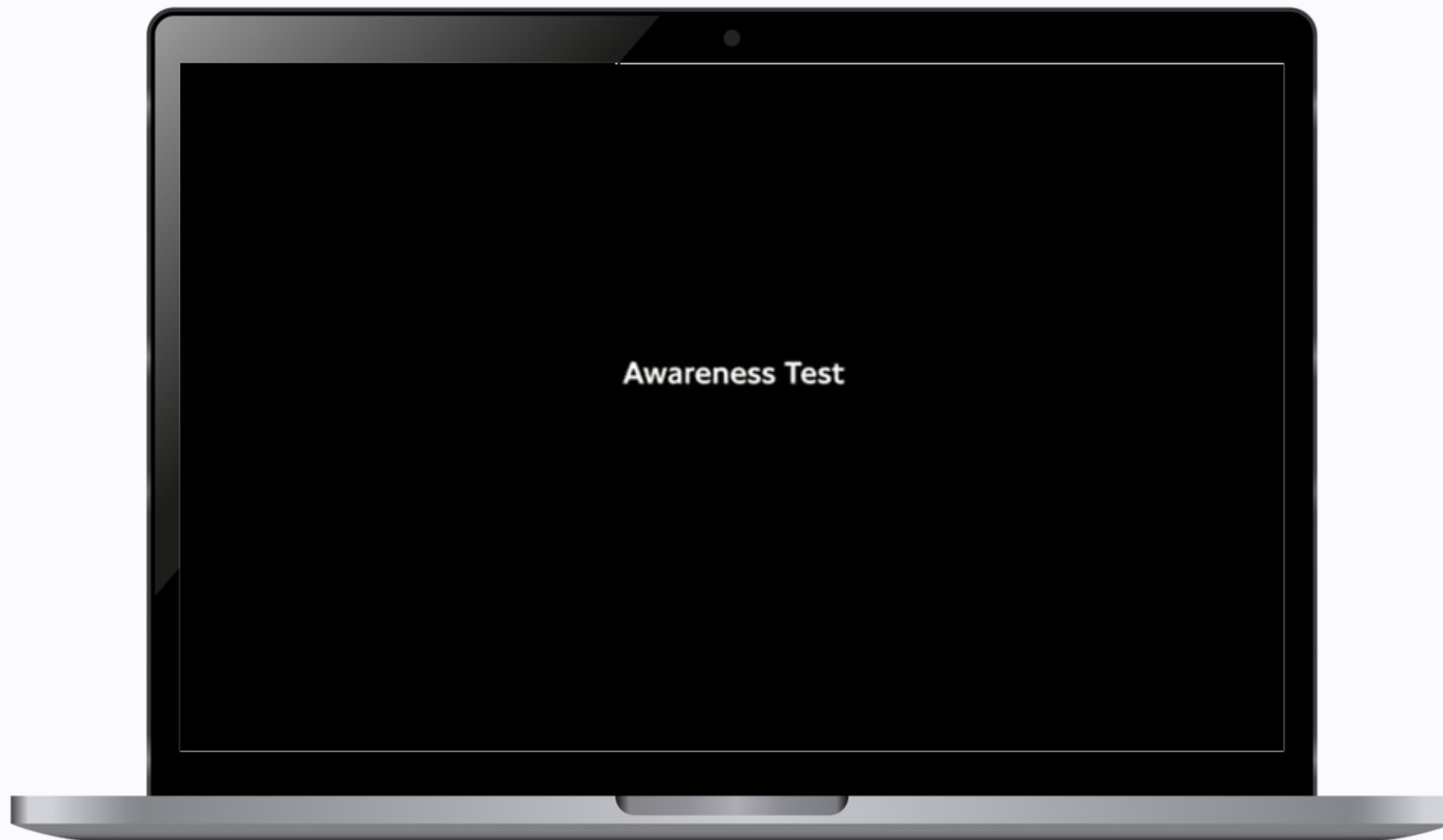
Un fenómeno por el cual un Coach condiciona a su Coachee basándose en una expectativa personal hacia él, ya sea positiva o negativa.



### "Profecía que se Autocumple"

Un fenómeno por el cual si un Coach tiene gran estima o, por el contrario, poca consideración por su Coachee, lo tratará en consecuencia.

 Maturity Check y las Performance Visits requieren también objetividad: evalúa qué ves , solo qué ves lo que esperas!





02

Exploración de Causas Raíz

## MENTOR

# Exploración de Causas Raíz: Diagnóstico



## MENTOR | Unificación de Todas las Prioridades – De la Observación al Análisis

### 1 | Medición

#### Detección directa e indirecta de "hechos", "comportamientos" y "datos"

- Identificar los "nodos" a observar
- Identificar los "datos faltantes", aspectos poco claros, contradicciones
- Transformar los "nodos" en hipótesis a validar mediante la recopilación de datos adicionales

### 2 | Diagnóstico

#### Panorama: identificar áreas de fortaleza y desarrollo

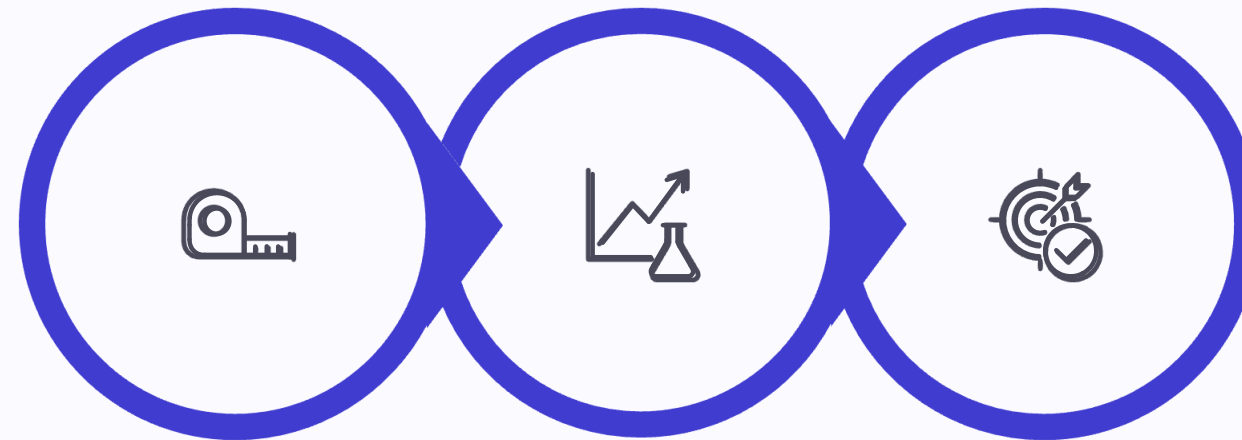
**Síntoma** → posible causa raíz de **comportamiento** → visita de visita para validarla

Ejemplo:

- **cross-sell bajo** → preguntas débiles / sin activación de campaña → Commercial Follow-up
- **bajo desempeño presupuestal** → preguntas acciones locales débiles / sin seguimiento → Performance Visit
- **bajo ejecución de marca** → materiales faltantes / problemas de configuración → Maturity Check



# MENTOR | Unificación de Todas las Prioridades – **Del Análisis al Diagnóstico**

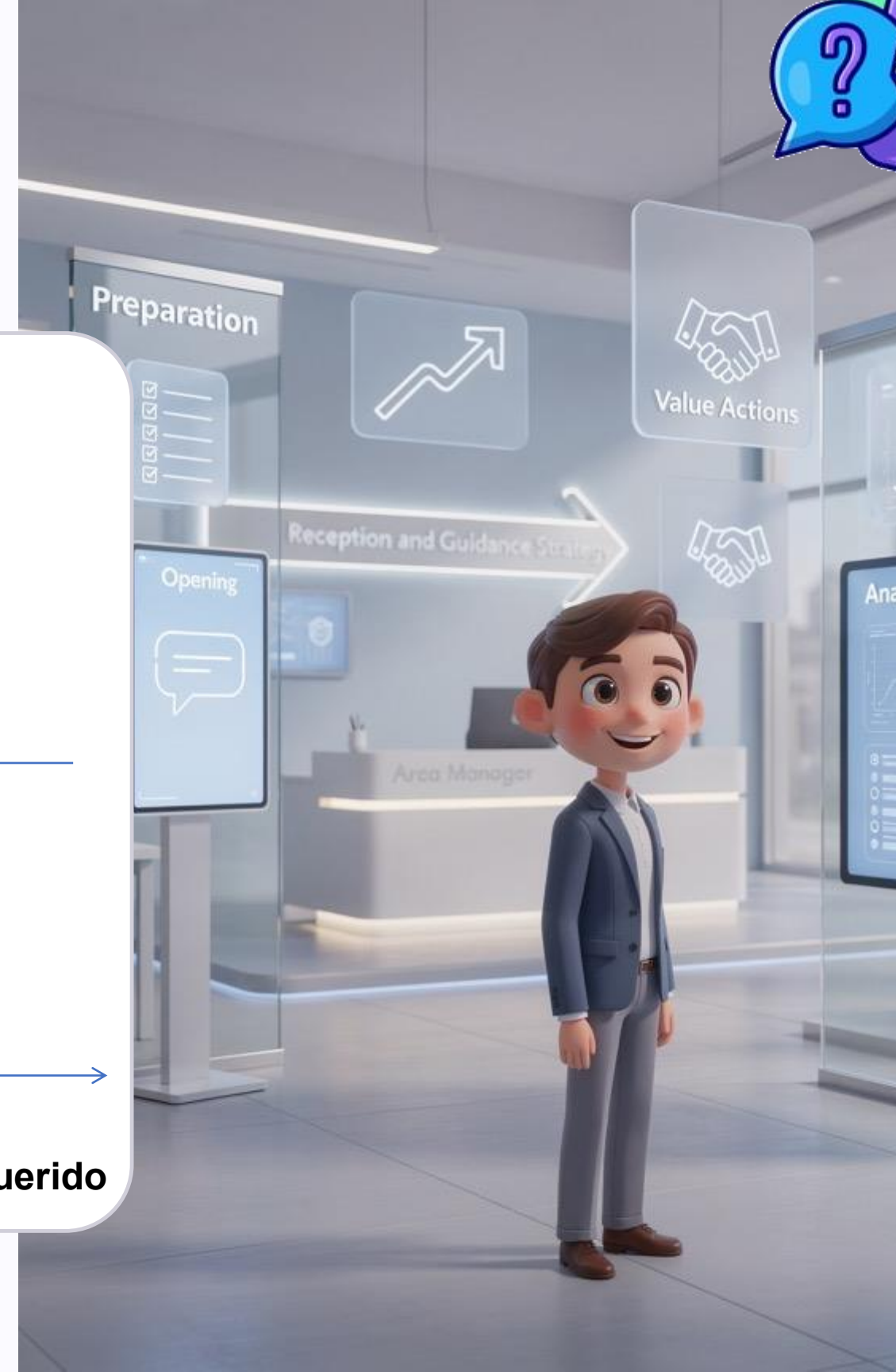
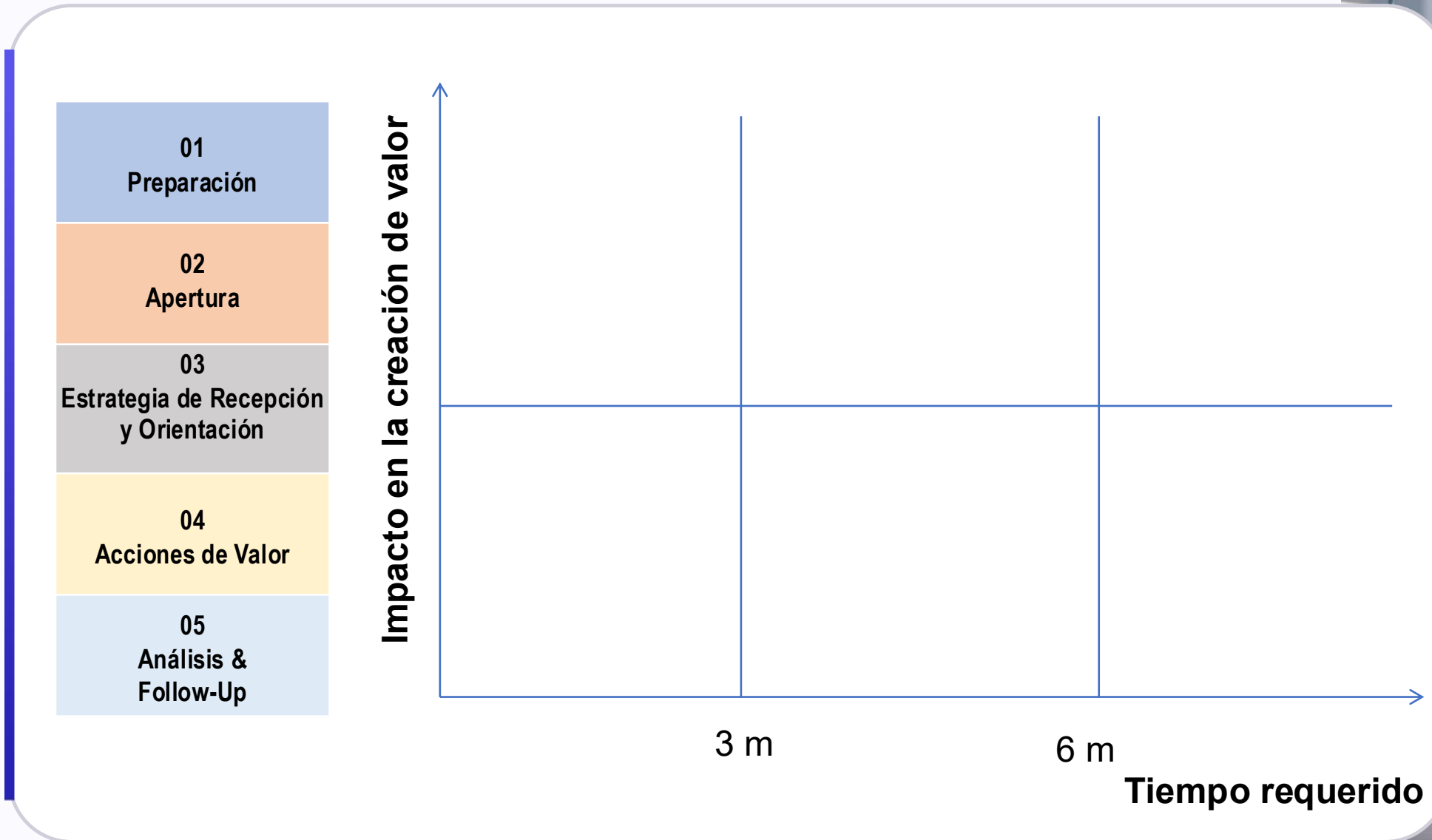


Medición

Diagnóstico

Priorizar

# Ejercicio 6: Identifica Tus Áreas Prioritarias, Impacto en el Valor y Tiempo Requerido





# MENTOR | Unificación de Todas las Prioridades

## Cómo Definir las Prioridades

Paso	Impacto en la Creación de Valor	Tiempo Requerido
<b>01 Preparación</b>	Alto	3 meses
<b>02 Apertura</b>	Alto	3 meses
<b>03 Bienvenida &amp; Estrategia de Orientación</b>	Medio-Alto	6 meses
<b>04 Acciones de Valor</b>	Alto	6 meses
<b>05 Análisis &amp; Follow-Up</b>	Medio	3 meses

### Impacto en la Creación de Valor

Evaluar qué comportamientos tienen el mayor impacto en la creación de valor para el paciente y la organización.

### Tiempo Requerido

Considerar si la mejora puede lograrse en **3 meses** o requiere **6 meses**.

# MENTOR



Navegación del Recorrido

 MENTOR

# MENTOR

## Navegación del Recorrido: Plan de Coaching



# MENTOR | Traducir el diagnóstico en el plan de visitas

- 1 Quién necesita más Commercial Follow-up
- 2 Qué sedes necesitan Performance Visits más profundas
- 3 Dónde programar el Maturity Check
- 4 Qué reforzar en el Weekly Meeting



# MENTOR | Estructuración del Plan

Una vez establecido el diagnóstico > área y comportamientos a mejorar para cada miembro del equipo:



## Asignar Recursos

Asignar tiempo e inversión por miembro del equipo según las prioridades



## Analizar la Efectividad del Plan

Revisar y validar el plan antes de la implementación



## Afinar el Plan

Ajustar después de las entrevistas de compartición y el feedback



# MENTOR | Estructuración del Plan

## Asignar Recursos



- ¿Cuántos días tengo para el coaching? (por mes y por semestre)
- ¿Qué otro apoyo tengo disponible; evaluación costo/beneficio (ej. cursos de formación personalizados...)
- Asignar tiempo/inversión para cada miembro del equipo, según las prioridades de cada individuo dentro del equipo



### Tiempo

Una cuidadosa **asignación del tiempo** es la base de un plan de coaching efectivo.



# MENTOR | Estructuración del Plan



## Analizar la Efectividad del Plan

### 1 Verificar errores de diagnóstico

- Misma área de mejora
- ....

### 2 Verificar la asignación de recursos

- Mismo número de días de coaching
- Número de días no alineado con las prioridades
- Misma acción para todos
- ....

### 3 Verificación final de la sostenibilidad/efectividad del plan



# MENTOR | Estructuración del Plan



## Posibles Errores

### Analizar la Efectividad del Plan

#### Todos los desempeños son positivos

Una señal de alerta de que la evaluación puede no estar suficientemente diferenciada.

#### Todos los desempeños son negativos

Una señal de alerta de que la evaluación puede ser excesivamente crítica o sesgada.

#### Pocas variaciones dentro del equipo

Una señal de alerta de que las diferencias individuales no se están capturando con precisión.





## MENTOR | Estructuración del Plan



### Posibles Errores

#### Analizar la Efectividad del Plan



¿Estoy usando estándares diferentes?

¿Soy impaciente, o demasiado paciente?

¿Estoy haciendo comparaciones irrazonables?

¿Mis expectativas son demasiado altas o demasiado bajas?

¿Estoy usándome a mí mismo como referencia?



## MENTOR | Estructuración del Plan

### Afinar el Plan



- Realizamos una reunión de compartición
- Cualquier modificación después de haber compartido las entrevistas



La fase de afinamiento garantiza que el plan sea co-propiedad y se adapte con base en el feedback real de la entrevista de compartición.



## □ Ejercicio 7: Poner Todo en Práctica

Este ejercicio práctico está diseñado para ayudarte a consolidar todo lo que hemos visto en el paso “N”: el módulo del plan de coaching. Al aplicarlo, pasarás de la teoría a un plan tangible y ejecutable para tu equipo.

### 01 (del Ejercicio 6: paso “E”)

#### Diagnosticar tu equipo

Identificar áreas de crecimiento específicas y comportamientos objetivo a mejorar para cada miembro del equipo.

### 02

#### Asignar Recursos

Definir días de coaching dedicados y seleccionar las herramientas de apoyo apropiadas para cada individuo.

### 03

#### Analizar la Efectividad del Plan

Verificar las posibles brechas, controlar la asignación de recursos y validar la sostenibilidad a largo plazo de tu enfoque.

### 04

#### Afinar el Plan

Realizar una reunión de compartición para alinearse y ajustar los objetivos con base en el feedback directo.

### 05

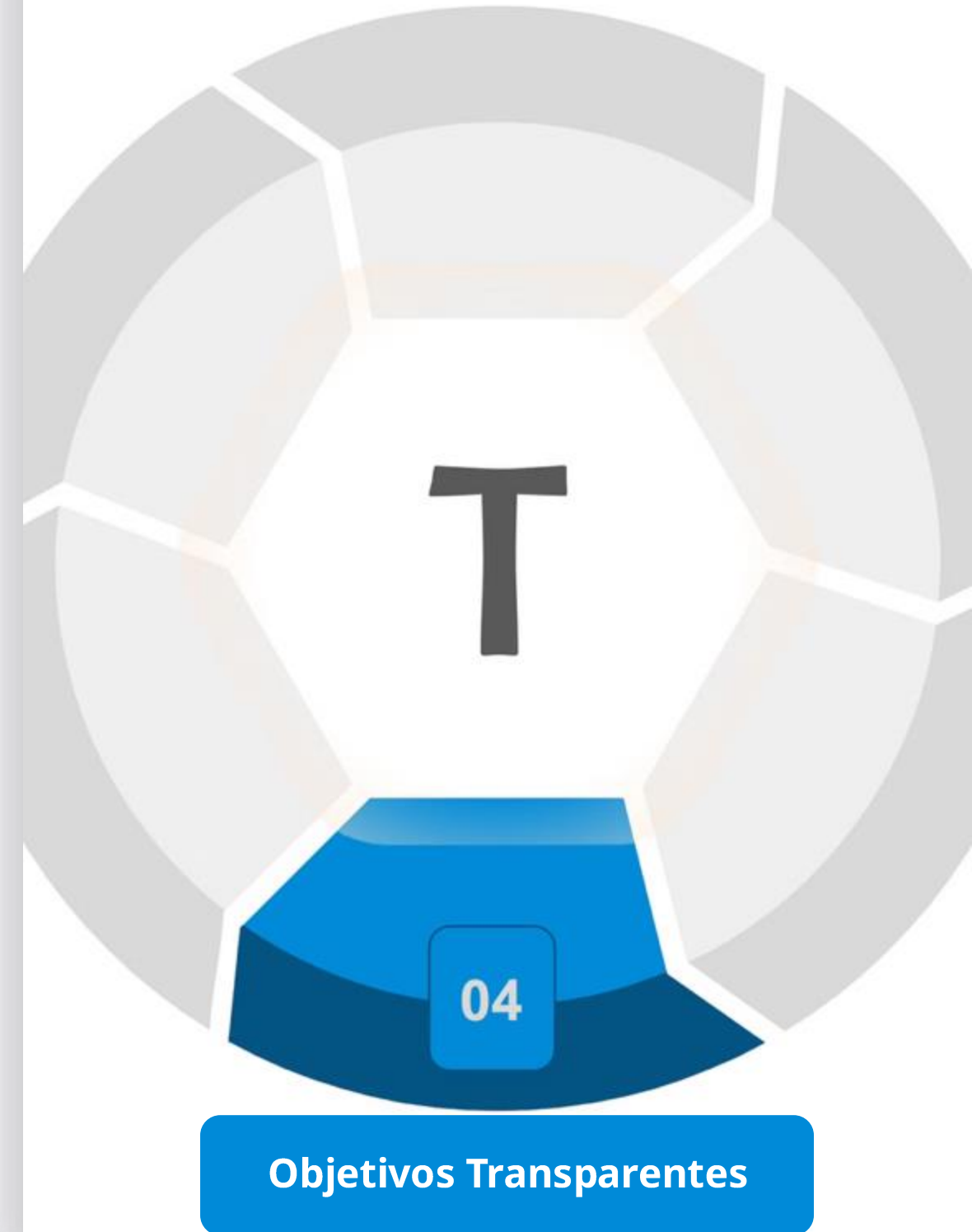
#### Presentar el Plan

Compartir y discutir el plan de coaching final con un colega o tu manager para refinar la estrategia.

# MENTOR

Objetivos Transparentes:  
Compartición de Objetivos y el Plan

# MENTOR





# MENTOR | Entrevista de Planificación – Contenidos de la Reunión



## **M** | Mapeo de la Línea Base

Compartir la observación



## **E** | Exploración de Causas Raíz

Compartir las áreas de mejora. Compartir el área prioritaria de mejora y los comportamientos asociados.



## **N** | Navegación del Recorrido

Planificación compartida (considerando cualquier intervención externa). Definir las posibles acciones a poner en práctica antes del coaching. Acuerdo y tiempos.



# MENTOR | Entrevista de Planificación – Adhesión – Oposición



## Objetivos Endógenos

Tendemos a desarrollar una fuerte **adhesión** a los objetivos que nos fijamos nosotros

**Objetivos que nos fijamos → ADHESIÓN**



## Objetivos Exógenos

Tendemos a desarrollar cierto grado de **resistencia** hacia los objetivos que nos imponen otros.



# MENTOR | Entrevista de Planificación – Adhesión – Oposición



☐ **Recuerda: 1** máximo **2 áreas de mejora**



## MENTOR | Entrevista de Planificación – Pasos de una Entrevista Compartida

### Pre-Reunión

- Tarjeta de observación "M"
- Prioridades "E" (1/2 máx)
- Plan "N"
- Anticipar las posibles objeciones
- Logística (lugar + tiempos y agenda)

### Reunión

- Crear el clima
- Definir la agenda (objetivo)
- Compartir "M"- "E"- "N"
- Solicitar y confirmar el plan



El objetivo no es solo el acuerdo sobre las áreas de desarrollo, sino el compromiso antes de la próxima visita.



OBJETIVOS TRANSPARENTES: COMPARTICIÓN DE OBJETIVOS Y EL PLAN

## MENTOR | Entrevista de Planificación – Compartición de "M"- "E"- "N" – Pasos



**Paso 1**  
Pedir al miembro del equipo que realice un auto-análisis.



**Paso 2**  
Compartir la tarjeta de observación M con un área de mejora y un área de fortaleza. Preguntar al miembro del equipo qué piensa y pedir su feedback.



**Paso 3**  
Compartir y "activar" las prioridades de intervención en los días inmediatamente siguientes.



**Paso 4**  
Compartir el plan; preguntar al miembro del equipo por posibles acciones adicionales.



# MENTOR | Entrevista de Planificación – Pasos de una Entrevista Compartida





OBJETIVOS TRANSPARENTES: COMPARTICIÓN DE OBJETIVOS Y EL PLAN

# MENTOR | Entrevista de Planificación – Obtener Acuerdo en los Pasos Clave



## Confirmar la Observación

Asegurarse de que el miembro del equipo reconozca y acepte los comportamientos observados.



## Acordar las Prioridades

Confirmar conjuntamente las 1–2 áreas prioritarias de mejora.



## Comprometerse con el Plan

Obtener un compromiso explícito con el plan de coaching y las acciones acordadas.



# SYNLAB

30.01.2025

## MANAGER COACH | PARTE 04

## RETAIL COACHING MODEL

---



### RETAIL EXCELLENCE ACADEMY





# Agenda

## 1. Los Fundamentos

PARTE 01

- Liderazgo y Gestión
- ¿Qué es el "Coaching"?
- Coaching, motivación y cambio
- Coaching y relación
- Coaching y desempeño

## 3. MENTOR | Modelo de Coaching

PARTE 03

- **M**apeo de la Línea Base
- **E**xploración de Causas Raíz
- **N**avegación del Recorrido
- **T**objetivos Transparentes
- **O**peración en el Campo
- **R**evisión y Relanzamiento

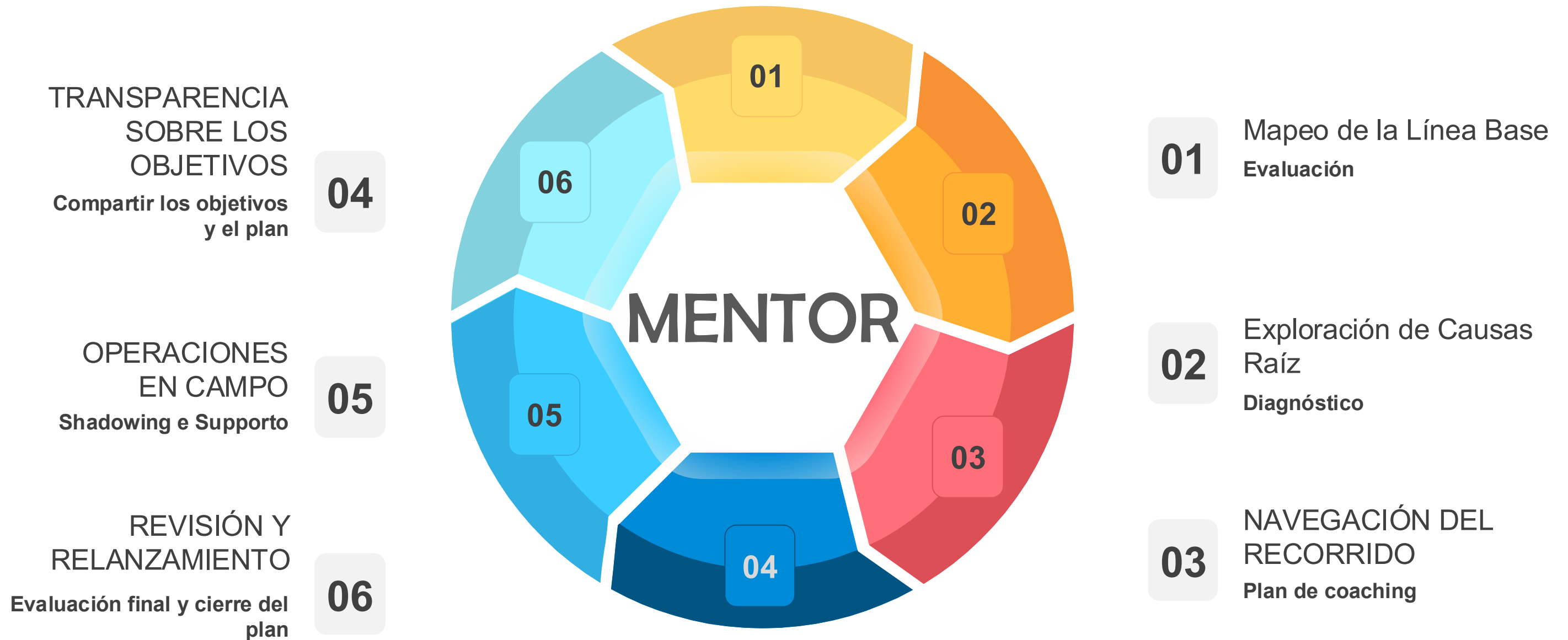
PARTE 04

## 2. Area Manager: Comportamientos Esperados

PARTE 02

## 4. Role-Play Final

PARTE 05

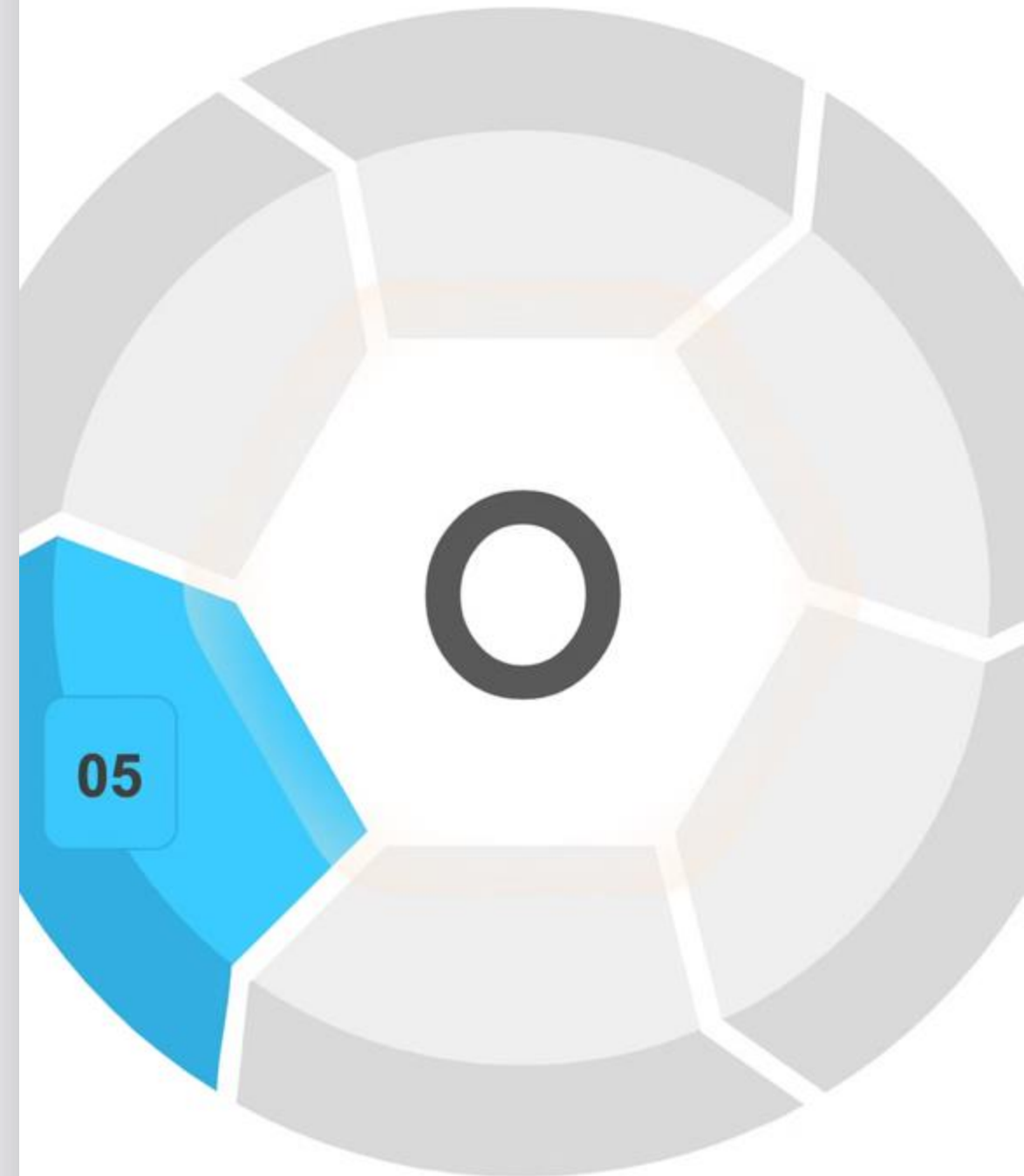


**💡 MENTOR es método; las visitas más profundas son los momentos en que método cobra vida.**

# MENTOR

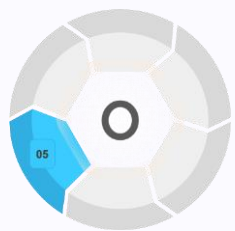
## Operación en el Campo: Acompañamiento y Apoyo

📁 PASO 0 - TRABAJO OPERATIVO EN EL CAMPO

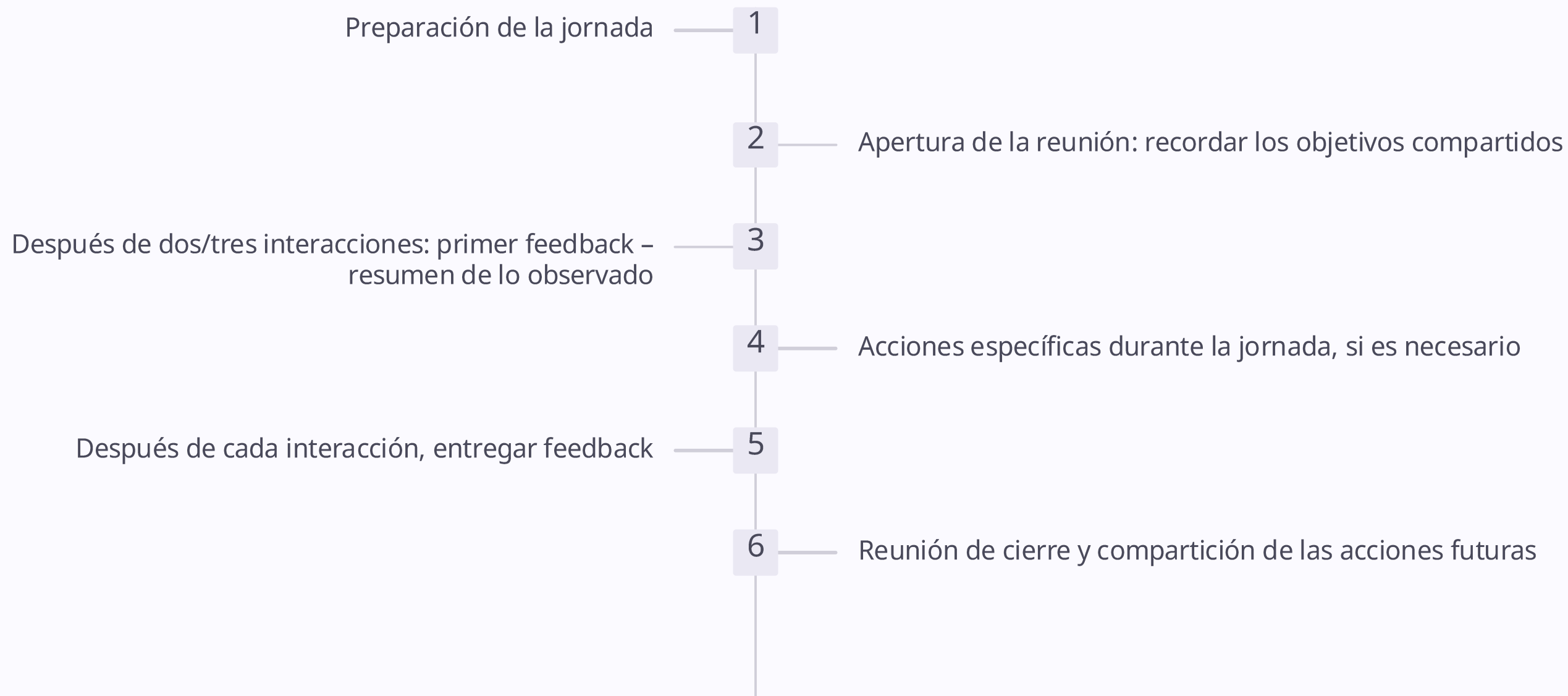


05

Operación en el Campo









# MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)





# MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

## 1. Preparación de la jornada | Cómo el Manager se prepara para el coaching

-  Revisar la tarjeta "MEN" del miembro del equipo de la sede (= revisar los últimos puntos de coaching; revisar el plan de visita e **identificar a quién para observar**)
-  Revisar las acciones/objetivos de la última vez (si no es la primera sesión de coaching)
-  Definir los objetivos para la jornada individual ("¿Qué quiero lograr mañana?")
-  Pensar en las actividades potenciales para la jornada
-  Considerar las posibles acciones a tomar después de esta jornada
-  Anticipar las posibles objeciones/críticas del miembro del equipo de la sede



## MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

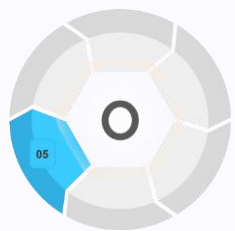
### 2. Apertura de la reunión: recordar los objetivos compartidos

Contextualizar los principales objetivos

- ***"Estoy aquí para apoyar tu crecimiento y ayudarte a convertir el protocolo en un hábito."***
- ***"...hoy nos enfocaremos en..."***

Compartir la agenda de la jornada

- "...Haremos 2/3 interacciones con clientes, luego nos detendremos y haremos un balance de la situación..."
- "Al final de la jornada nos detendremos para analizar lo que se ha logrado..."



## MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

### 3. Después de dos/tres interacciones: primer feedback – resumen de lo observado



#### Auto-análisis

Solicitar un auto-análisis específico sobre los comportamientos observados



#### Compartir observaciones

Compartir los comportamientos observados según los objetivos de coaching



#### Presentar & alinear

Presentar el análisis y compartir las actividades siguientes

# MENTOR | Field Coaching

(Commercial Follow-up Visit)

## 4. Acciones específicas durante la jornada, si es necesario

***(ej. nos detenemos para un role-play; yo gestiono la siguiente interacción...)***

“

De manera coherente con el análisis compartido de las primeras interacciones, esperamos:

“...”

”



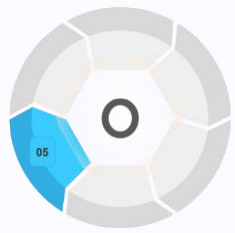


## MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

### 4. Acciones específicas durante la jornada, si es necesario

De manera coherente con el análisis compartido de las primeras reuniones, esperamos:

- ▾ Detenerse para una sesión de role-play entre AM y miembro del equipo de la sede (completa o parcial según los objetivos de la jornada. El AM también desempeña el rol del miembro del equipo de la sede)
- ▾ Mostrar al miembro del equipo de la sede un ejemplo de lo sugerido durante la reunión de feedback usando una interacción con el paciente gestionada por el AM (especialmente con miembros junior del equipo de la sede)
- ▾ Prueba "Técnica" (si el miembro del equipo de la sede ha mostrado deficiencias importantes en contenido)
- ▾ Recordar una sesión teórica del Welcome Flow (seleccionada según las necesidades) para explicar la lógica
- ▾ Preparar preguntas escalonadas según la información que se desea obtener, y el role-play relacionado
- ▾ Analizar los datos de desempeño y la eficiencia resultante (o hacer que se analicen)



## MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

### 5. Después de cada interacción, entregar feedback

#### Auto-análisis

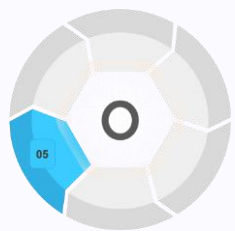
Solicitar un auto-análisis específico sobre los comportamientos observados

#### Compartir observaciones

Compartir los comportamientos observados según los objetivos del primer feedback

#### Presentar & compartir

Presentar el análisis y compartirlo



# MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

## 6. Reunión de fin de jornada

### Conceder el tiempo suficiente

Permitir el tiempo necesario para la reunión

### Resumen y compartición final

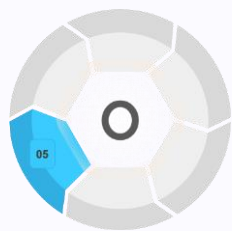
Revisar las notas tomadas durante la jornada: primero pedir al miembro del equipo de la sede sus impresiones generales, luego dar las propias

### Solicitar compromiso de acción

Solicitar el compromiso con la **acción** que el miembro del equipo de la sede debe implementar después del coaching y hasta la siguiente sesión (ver siguiente diapositiva)

### Tranquilizar sobre el apoyo continuo

Tranquilizar al miembro del equipo de la sede de que el AM seguirá monitoreando y apoyándolo



# MENTOR | Field Coaching

## (Commercial Follow-up Visit)

### 6. Reunión de fin de jornada

Compartir las acciones que el miembro del equipo de la sede debe realizar entre las sesiones de coaching



#### Específica

Indicar claramente qué debe hacerse



#### Realista

El compromiso requerido debe ser compatible con el trabajo diario



#### Auto-evaluación

Indicar también el cómo: cómo el miembro del equipo de la sede debe auto-evaluarse, cómo llevar a cabo la acción compartida





# MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit)

## 6. Reunión de fin de jornada

### Compartir las acciones entre sesiones de coaching | Ejemplo

*"El miembro del equipo de la sede no tiene suficiente información sobre los servicios y exámenes de SYNLAB y no hace preguntas productivas"*

Para 2 Pacientes por día, anotar:

1

Preparación

Información a obtener, preguntas a hacer

2

Durante la interacción

Hacer la pregunta

3

Análisis & Follow-Up

¿Se hizo la pregunta? "Sí" / "No", si "No" por qué. Qué información se obtuvo.

4

Próxima sesión de coaching

Discusión sobre los tres casos más significativos



## □ Ejercicio 8: Paso 01 – Preparación | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Verificar los flujos, las prioridades y el sistema de gestión de filas (digital/manual)

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Preparar el puesto de trabajo y los materiales "key experience" (digitales y consentimientos)

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 01 – Preparación | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Verificar los flujos, las prioridades y el sistema de gestión de filas (digital/manual)

**Sugerencia de tarea:** "Para las próximas 5 medias jornadas de recepción, antes del inicio del turno preparar una mini-checklist (1 página)

con:

- Método de gestión de filas esperado (digital/manual) y Plan B relacionado
- Categorías prioritarias a gestionar (ej. embarazo, EPS/privado/asegurado, con cita)
- Materiales y herramientas ok (escáner, impresora, etiquetas, credenciales de reporte, formularios de consentimiento)
- 3 riesgos más probables del turno (ej. sistema lento, documentos faltantes, pacientes con prisa) y qué hacer en cada caso.

Envíame la checklist la noche anterior o la mañana temprano del turno."

**Comportamiento:** Preparar el puesto de trabajo y los materiales "key experience" (digitales y consentimientos)

**Sugerencia de tarea:** "Para las próximas 5 sesiones, antes de comenzar verificar y preparar:

- Stock de etiquetas y sobres/documentos para entrega rápida
- Credenciales/instrucciones de reporte en línea listas (versión corta)
- Formularios de consentimiento listos y organizados (firma rápida)
- Folletos disponibles y fácilmente seleccionables.

Toma una foto del puesto de trabajo 'listo' y envíamela antes de abrir."



## □ Ejercicio 8: Paso 01 – **Preparación** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

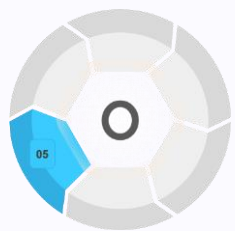
Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Revisar las notas de la última interacción con el paciente (si están disponibles) e identificar los problemas críticos recurrentes

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Definir un objetivo operativo medible para el turno (calidad de datos y digital)

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 01 – Preparación | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Revisar las notas de la última interacción con el paciente (si están disponibles) e identificar los problemas críticos recurrentes

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, elegir 5 casos del día anterior y compilar un mini-resumen en 3 líneas:

- Qué generó fricción (ej. correo faltante, consentimiento sin firmar, costos poco claros, seguro)
- Qué hiciste para resolverlo
- Qué harás diferente la próxima vez (una sola acción concreta).

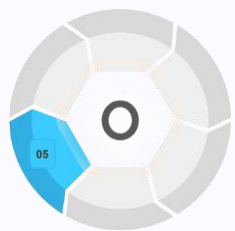
Envíame los 5 mini-resúmenes al final de la jornada."

**Comportamiento:** Definir un objetivo operativo medible para el turno (calidad de datos y digital)

**Sugerencia de tarea:** "Para las próximas 5 sesiones, antes de comenzar elegir 1 objetivo C-SMART (solo uno) de:

- % correos verificados sobre los pacientes atendidos
- % consentimientos completados correctamente
- % pacientes dirigidos al reporte digital (notificación activa)
- Reducción de un error recurrente (ej. credenciales entregadas sin explicación)

Al final del turno escribe 5 líneas: resultado, qué funcionó, qué mejorar. Envíame el reporte."



## □ Ejercicio 8: Paso 02 – **Apertura** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Dar la bienvenida con calma y profesionalismo, llamar por nombre cuando sea posible y orientar inmediatamente al paciente

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Enmarcar la razón de la interacción y la urgencia en pocos segundos

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 02 – Apertura | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Dar la bienvenida con calma y profesionalismo, llamar por nombre cuando sea posible y orientar inmediatamente al paciente

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 30 pac

- Abrir siempre con la misma fórmula: saludo + nombre (si está disponible)
- Marcar en una mini-cuadrícula (30 filas) si usaste: nombre, pregunta de orientación, indicación del paso siguiente.
- Objetivo: al menos el 80% de las interacciones con orientación clara en los primeros 10 segundos.

Envíame la cuadrícula completada antes de la próxima sesión."

**Comportamiento:** Enmarcar la razón de la interacción y la urgencia en pocos segundos

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, aplicar siempre el mini-triage:

- Asignar a cada paciente una categoría rápida (EPS episódico, recurrente, D2C, out of pocket, asegurado).
- Registrar en una tabla: categoría + urgencia (alta/media/baja) + 1 nota (máx 5 palabras).

Envíame el texto completado."



## □ Ejercicio 8: Paso 02 – **Apertura** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Explicar los pasos y requisitos de manera simple (documentos, ticket/cuota, tiempos)

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Verificar la disponibilidad (prisa, ansiedad, dudas) y adaptar el tono y la velocidad

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 02 – **Apertura** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Explicar los pasos y requisitos de manera simple (documentos, ticket/cuota, tiempos)

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, usar siempre el guión de 3 frases:

1. "Ahora hacemos el registro."
2. "Necesito [documento + receta/póliza]."
3. "Luego [fila/toma de muestra] y el reporte estará [en línea/notificación]."
4. Al final de la explicación, hacer una verificación suave: "¿Quedó claro? ¿Falta algo?"
5. Marcar si comunicaste: documentos, ticket/cuota, tiempo estimado (Sí/No).

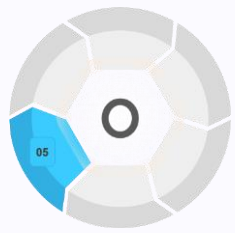
Envíame un ejemplo completado con 10 casos."

**Comportamiento:** Verificar la disponibilidad (prisa, ansiedad, dudas) y adaptar el tono y la velocidad

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, reconocer el estado del paciente y elegir uno de 3 modos:

- (prisa): "Seamos muy rápidos, solo te pediré lo esencial."
- (ansiedad): "Te guío paso a paso, solo tomará unos minutos."
- (dudas): "Te explico los costos y los pasos de manera simple, para que todo quede claro."

Registrar para 20 pacientes: modo elegido + 1 señal observada (ej. "prisa", "tensión", "muchas preguntas"). Envíame la lista antes de la próxima sesión."



## □ Ejercicio 8: Paso 03 – **Estrategia de Bienvenida** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Identificar necesidades con preguntas

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Confirmar exámenes/servicios y costos de manera transparente antes de proceder

**Sugerencia de tarea:**



## Ejercicio 8: Paso 03 – Estrategia de Bienvenida | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Identificar necesidades con preguntas breves

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 25 pac"

Usar siempre 2 preguntas fijas (máx 10 segundos):

- "¿Hoy esto es por solicitud médica o también con una perspectiva de prevención?"
- "¿Hay algún área a la que quieras prestar más atención en este período, aunque sea solo para un chequeo de rutina?"

Registrar en una mini-cuadrícula: preguntas usadas + 1 necesidad emergida (máx 5 palabras). Envíame la cuadrícula antes de la próxima sesión."

Si lo deseas, puedo crear una lista de 8 "áreas de prevención" con un lenguaje muy simple (sin términos clínicos) para usar como guía rápida en el puesto.

**Comportamiento:** Confirmar exámenes/servicios y costos de manera transparente antes de proceder

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en 20 casos:

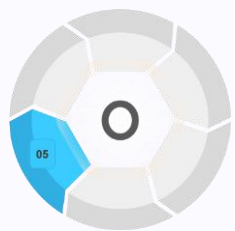
Aplicar siempre la fórmula de las '3 confirmaciones':

- 1) "Hoy hacemos [servicio/exámenes]"
- 2) "El costo es [ticket/cuota/cobertura]"
- 3) "¿Procedemos?"

Marcar si explicaste: qué, costo/cobertura, ok para proceder (Sí/No).

Objetivo: 90% de los casos con las 3 confirmaciones completas.

Envíame 5 ejemplos (frases reales) que usaste."



## □ Ejercicio 8: Paso 03 – **Estrategia de Bienvenida** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

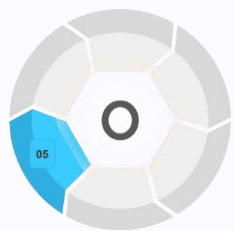
Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Personalizar el enfoque según el perfil (EPS episódico, recurrente, D2C, out of pocket,

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Obtener micro-confirmaciones durante la conversación (datos, canal, comprensión)

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 03 – Estrategia de Bienvenida | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Personalizar el enfoque según el perfil (EPS episódico, recurrente, D2C, out of pocket, asegurado)

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, identificar el perfil de al menos 30 pacientes y aplicar 1 adaptación coherente:

- EPS episódico: velocidad + claridad del ticket
- Recurrente: continuidad + verificación de contactos
- D2C: confirmación rápida + cero redundancias
- Out of pocket: A/B + precio primero
- Asegurado: cobertura/cuota antes de proceder

Registrar: perfil + adaptación usada (1 línea). Envíame la lista (30 líneas) antes de la próxima sesión."

**Comportamiento:** Obtener micro-confirmaciones durante la conversación (datos, canal, comprensión)

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 25 pacientes"

Insertar siempre 3 micro-verificaciones:

1. "¿Puede confirmar que estos datos son correctos?"  
(nombre/correo/celular)
2. "¿Está todo claro sobre qué sucede ahora?"
3. "¿Le interesa conocer más sobre la campaña de prevención vigente?"

Registrar si obtuviste: confirmación de datos / confirmación de comprensión (Sí/No) / confirmación de interés en prevención.

Objetivo: al menos 80% con las 3 micro-verificaciones completadas.  
Envíame la cuadrícula completada."



## □ Ejercicio 8: Paso 04 – **Acciones de Valor** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

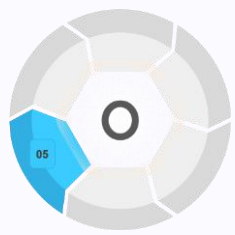
Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Realizar la aceptación estándar (identificación, receta, ticket/cuota, impresión, etiquetas, credenciales)

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Recopilar y verificar el correo electrónico y el número de celular, motivándolos como un servicio

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 04 – Acciones de Valor | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Realizar la aceptación estándar (identificación, receta, ticket/cuota, impresión, etiquetas, credenciales)

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 25 aceptación"

Aplicar siempre la 'checklist de 6 pasos' en secuencia:

1. Identificación
2. Escaneo de receta
3. Confirmación de examen
4. Ticket/cuota antes de proceder
5. Imprimir y entregar documentos
6. Etiquetas + credenciales de reporte

Marcar los 6 pasos en una mini-cuadrícula (Sí/No).

Objetivo: 90% de aceptaciones sin saltos ni inversiones de secuencia.

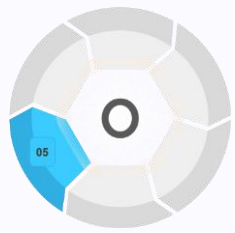
Envíame la cuadrícula antes de la próxima sesión."

**Comportamiento:** Recopilar y verificar el correo electrónico y el número de celular, motivándolos como un servicio

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 25 pacientes:

- Usar el mismo micro-guión: "¿Puede confirmar su correo y celular? Son necesarios para la notificación de reporte listo y la recuperación de credenciales."
- Insertar 1 verificación: "¿Me los podría repetir, por favor?"
- Registrar: contacto verificado (Sí/No)
- 80% de contactos verificados, no solo recopilados.

Envíame el resumen numérico (total / verificados)."



## □ Ejercicio 8: Paso 04 – **Acciones de Valor** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

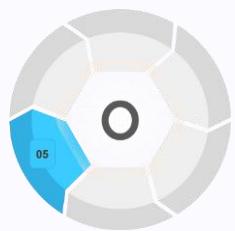
Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Gestionar el consentimiento explícito

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Activar ValorexTe de manera personalizada

**Sugerencia de tarea:**



## □ Ejercicio 8: Paso 04 – Acciones de Valor | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

### Comportamiento: Gestionar el consentimiento explícito

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 15 solicitudes de consentimiento:

Aplicar siempre la secuencia de 2 niveles:

1. Si el paciente ya es nuestro cliente, verificación preliminar de que el cliente haya dado el consentimiento (abriendo la pantalla):  
"¿Podemos usar su correo para enviarle los nuevos servicios que ofrece SYNLAB?"
2. Si hay objeción 'No quiero marketing'... usar el guión estándar de gestión de objeciones y cerrar con CTA: "¿Quedó más claro?  
¿Podemos proceder con la firma?"

Registrar el resultado: firmado / firmado solo servicio / rechazado + motivo (1 palabra). Envíame 5 ejemplos reales de objeciones y la respuesta utilizada."

### Comportamiento: Activar ValorexTe de manera personal

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, seleccionar 10 casos donde una de las 3 palancas sea relevante y aplicarla solo al final de las operaciones:

1. Pertinencia
2. Campaña del mes
3. Folleto perfilado

Para cada caso, registrar: palanca usada + reacción (acepta / evalúa / rechaza) + 1 nota (máx 5 palabras).

Objetivo: proponer solo cuando sea coherente, brevemente, sin alargar los tiempos en el puesto. Envíame la tabla de 10 casos."



## □ Ejercicio 8: Paso 05 – **Análisis & Follow-Up** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Asegurarse de que el paciente se vaya con instrucciones claras (adónde ir, tiempos, reporte, recuperación de contraseña)

**Sugerencia de tarea:**

Comportamiento: Registrar con precisión la información clave (contactos verificados, consentimientos, perfil, notas útiles)

**Sugerencia de tarea:**



## 📄 Ejercicio 8: Paso 05 – **Análisis & Follow-Up** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 1/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Asegurarse de que el paciente se vaya con instrucciones claras (adónde ir, tiempos, reporte, recuperación de contraseña)

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, en al menos 25 pacientes"

Cerrar siempre con la 'frase de check-out' en 3 puntos:

1. "Ahora vaya a [dónde]"
2. "Los tiempos son [estimado]"
3. "El reporte está disponible en línea y la notificación llega a [correo/SMS]. Si pierde la contraseña, recupérela por correo."

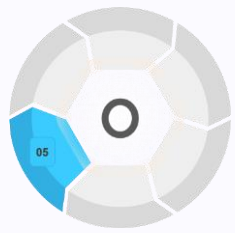
Insertar una pregunta de confirmación: "¿Quedó todo claro?" Marcar en la cuadrícula (Sí/No): dónde / tiempos / reporte / recuperación de contraseña / confirmación. Objetivo: 80% con los 5 puntos cubiertos. Envíame la cuadrícula antes de la próxima sesión."

**Comportamiento:** Registrar con precisión la información clave (contactos verificados, consentimientos, perfil, notas útiles)

**Sugerencia de tarea:** "Para los próximos 5 turnos, al final de la interacción (o antes de fin de turno) completar siempre un registro mínimo de al menos 25 pacientes, con 5 campos obligatorios:

1. Perfil (EPS episódico / recurrente / D2C / out of pocket / asegurado)
2. Contactos verificados (correo sí/no, celular sí/no)
3. Canal de notificación elegido (correo/SMS/ninguno)
4. Consentimiento (servicio sí/no, comunicación mensual sí/no)
5. Nota útil (máx 7 palabras: ej. "prisa", "dudas costos", "retiro reporte", "seguro")

Objetivo: 0 campos faltantes en los 25 registros. Envíame un export/captura del resumen antes de la próxima sesión."



## □ Ejercicio 8: Paso 05 – **Análisis & Follow-Up** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

Diseñar tareas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, ayudando a convertir el feedback en práctica diaria consistente.

Comportamiento: Inmediatamente analizar la interacción e identificar qué funcionó y qué mejorar

**Sugerencia de tarea:**



## 📄 Ejercicio 8: Paso 05 – **Análisis & Follow-Up** | Tareas Entre Sesiones: Sugerencias 2/2

💡 Estas tareas están diseñadas para reforzar y consolidar los comportamientos entre de campo, y pueden ser revisadas y al reforzadas durante el Weekly Meeting

**Comportamiento:** Inmediatamente analizar la interacción e identificar qué funcionó y qué mejorar

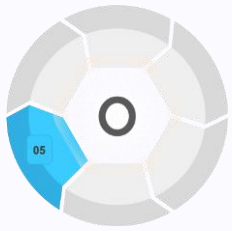
**Sugerencia de tarea:** " Para las próximas 5 reuniones:

Inmediatamente después de cada interacción (antes de conducir / pasar a la siguiente), tomar 2 minutos para completar una tarjeta con 3 elementos:

- Qué funcionó (máx 2 puntos)
- Qué no funcionó / faltó
- Qué haré diferente la próxima vez (1 compromiso concreto).

Dar una puntuación de 1 a 4 a la interacción frente al objetivo C-SMART.

Al final de la jornada envíame las 5 tarjetas: las usaremos en la próxima sesión para elegir 1-2 focos prioritarios de mejora."



# MENTOR | Field Coaching (Commercial Follow-up Visit) | Días Siguintes

Entre las visitas de campo, los Weekly Meetings mantienen la responsabilidad viva y al mantienen el impulso sobre las acciones compartidas

01

---

## Preparación

¿Qué acciones compartimos?

02

---

## Entrevista de apertura

- Recordar el punto de partida (área a mejorar)
- Feedback de la última vez
- Acciones que el miembro del equipo de la sede debía realizar

03

---

## Feedback durante la jornada

04

---

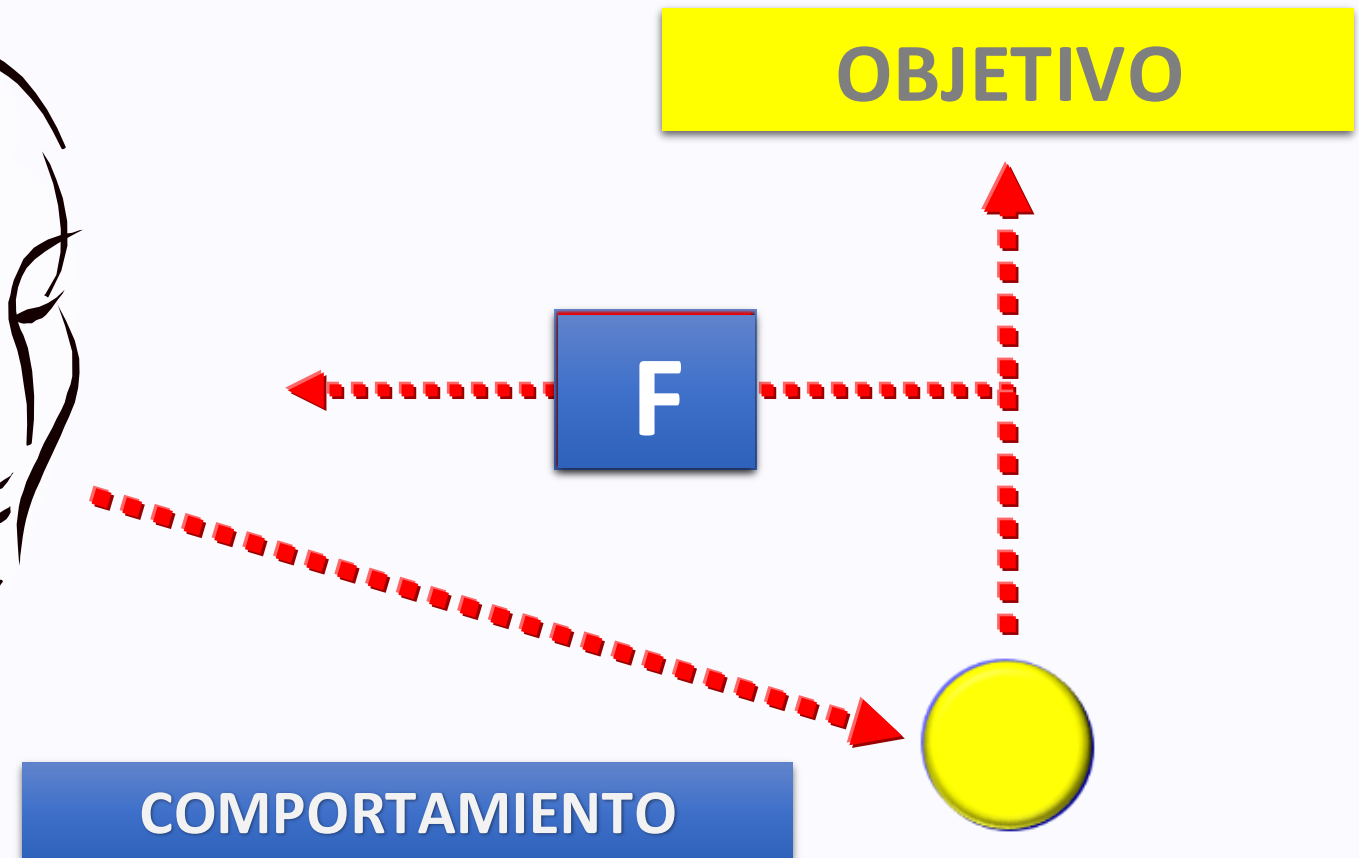
## Reunión de fin de jornada

Definir las acciones desde ahora hasta la próxima sesión de coaching





# MENTOR | Field Coaching | Feedback, Comportamiento, Objetivos





# Feedback: Una Palanca para Aumentar el Desempeño

## Mejorar el desempeño

**Sugerir qué hacer diferente**, permitiendo a los colegas del equipo **cambiar** y mejorar

## Feedback continuo

Feedback continuo y en tiempo real integrado en el trabajo diario

## Reconocer y recompensar el buen trabajo

**Refuerza** los comportamientos positivos

## Construir confianza

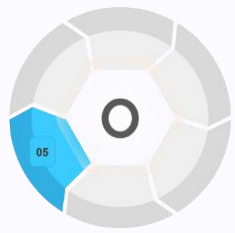
Crear una cultura de apertura y construir confianza



**Feedback negativo:** conduce a la corrección de comportamiento



**Feedback positivo:** leads to persistencia y al refuerzo de los comportamientos.



# Feedback: Algunas Reglas para el Feedback

## Evaluar los comportamientos, no a la persona

Evaluar los comportamientos (SYNLAB Welcome Flow), no a la persona

## Hechos observados, no opiniones

Basar el feedback en hechos observados, no en opiniones personales

## Detallado y orientado positivamente

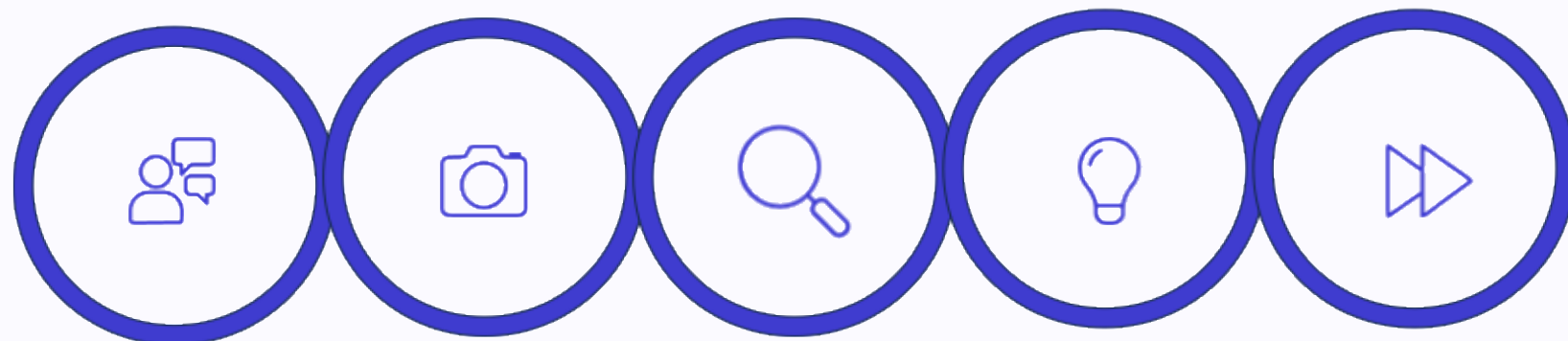
La observación debe ser detallada, no genérica, y de "orientación positiva"

## No perder nunca de vista el objetivo

No perder nunca de vista el objetivo: el Desempeño




# Feedback: CÓMO

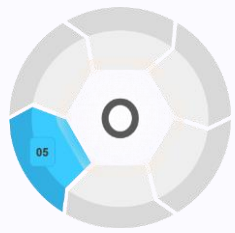


**Reconoce Reflexionar Explorar**

**Guiar Comprometerse**

 Este proceso de feedback en cinco pasos guía al Manager a través de una conversación, empática y orientada a la acción de coaching estructurada.



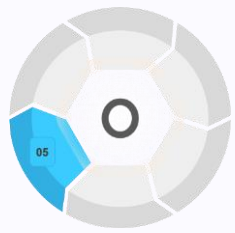


# MENTOR | Field Coaching | Feedback: Cómo



## 1. RECONOCER una fortaleza específica del miembro del equipo de la sede

- Comenzar reconociendo algo que el/la recepcionista hizo genuinamente bien, y ser específico. Los elogios genéricos no impactan.
- *"Quiero comenzar con algo que hiciste realmente bien: cuando el paciente entró con aire de incertidumbre, inmediatamente estableciste contacto visual y lo saludaste por nombre. ¡Eso marcó un excelente tono para toda la interacción!"*

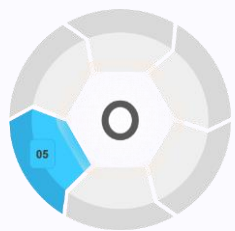


# MENTOR | Field Coaching | Feedback: Cómo

## 2. REFLEXIONAR: Promover la reflexión sobre el momento a mejorar

En lugar de decirle al/la recepcionista qué salió mal, guiarlo/a a revisar un momento específico y reflexionar sobre él: su respuesta y la reacción del paciente.

*"Me gustaría que miráramos juntos un momento. Cuando el paciente preguntó si había una campaña activa para ese examen, noté tu respuesta. ¿Recuerdas qué dijiste? ¿Y qué notaste sobre cómo reaccionó el paciente?"*

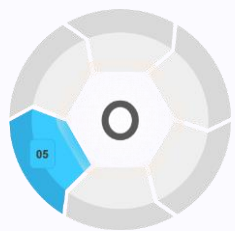


# MENTOR | Field Coaching | Feedback: Cómo

## 3. EXPLORAR: Pedirle que encuentre una mejor solución

Invitar al/la recepcionista a pensar en una alternativa más efectiva antes de ofrecer una. Esto desarrolla la resolución de problemas y el sentido de responsabilidad.

*"Mirando atrás ese momento, ¿crees que había una manera de responder que hubiera generado más interés o curiosidad en el paciente? ¿Qué podrías haber dicho diferente?"*



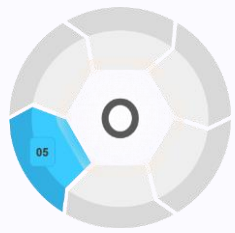
# MENTOR | Field Coaching | Feedback: Cómo



## 4. GUIAR: Sugerir el protocolo si es necesario

Si el/la recepcionista no puede identificar la alternativa por sí mismo/a, proporcionarla, de manera clara, positiva y conectándola con el protocolo comercial y la razón detrás de él.

*"Un enfoque del protocolo es decir: 'De hecho, sí tenemos una campaña activa, permítame mostrarle qué incluye y cómo podría ser relevante para usted.' Esto funciona porque cambia la conversación de una respuesta sí/no a una oportunidad para agregar valor. El paciente te ve como un guía, no solo como un puesto de recepción."*

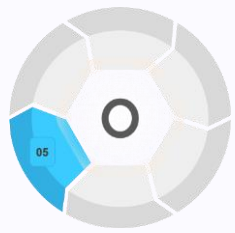


# MENTOR | Field Coaching | Feedback: Cómo

## ▶▶ 5. COMPROMETERSE: Asegurar un compromiso específico

Cerrar cada momento de feedback con un compromiso claro y personal del/la recepcionista. No un vago 'lo intentaré', sino un específico 'la próxima vez haré...!.

*"Entonces, para la próxima interacción con un paciente que involucre una pregunta sobre una campaña, ¿cuál es la única cosa que te comprometes a hacer diferente? Me gustaría escucharlo de ti."*



# MENTOR | Field Coaching | Feedback: Cómo

## ▶▶ 5. COMPROMETERSE: Asegurar un compromiso específico

Acordar sobre las fortalezas

Entonces acordamos que las fortalezas son ...

Acordar sobre las áreas de mejora

... ¿y las áreas de mejora son ...?

Pasar a la acción

¡Hagamos / intentemos ...!

06

# R

Revisión y Relanzamiento

# MENTOR

## Revisión y Relanzamiento: Evaluación Final y Conclusión del Plan

 PASO R – REVISIÓN Y RELANZAMIENTO



# MENTOR | Evaluación Final |

Reforzado en el Weekly Meeting

## Objetivos de la Entrevista de Fin de Plan

1

### Revisar objetivos y plan de acción

Revisar los **objetivos compartidos** y el **plan de acción** (¿qué funcionó y qué no?)

2

### Compartir los resultados

3

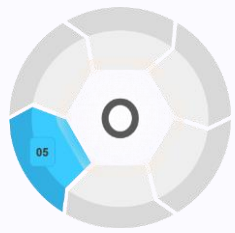
### Evaluar el compromiso

Evaluar y compartir el **compromiso del miembro del equipo de la sede**

4

### Bases para el nuevo MENTOR

Las bases del nuevo MENTOR, con especial atención a la "M"



# MENTOR | Evaluación Final | Factores Clave de Éxito

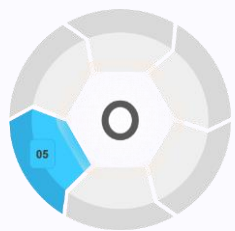
Para la reunión de evaluación de fin de plan, se aplica la misma lógica que para la reunión del Plan de Coaching.

## Pre-Reunión

Actividades de preparación a completar antes de la reunión

## Reunión

Actividades y dinámicas a gestionar durante la reunión



# MENTOR | Evaluación Final | Factores Clave de Éxito

## Pre-Reunión

¿He logrado los objetivos de coaching?

Revisión crítica del plan ("N")

Confirmar el compromiso del Coach y el miembro del equipo de la sede

Logística (lugar + tiempos y agenda)

## Reunión

Crear el clima adecuado

Definir la agenda

Solicitar un auto-análisis sobre:

- Logro de los objetivos de coaching ("E")
- Implementación del plan ("N")
- Nivel de compromiso en el Acuerdo

Integración con las observaciones del Coach

Preparar el nuevo "MENTOR"

# SYNLAB

## MANAGER COACH | PARTE 05

30.01.2026

# APLICA MENTOR EN UN ESCENARIO REAL DE AREA MANAGER

---

□ Ejercicio 9 Role-Play Final





# Agenda

## 1. Los Fundamentos

PARTE 01

- Liderazgo y Gestión
- ¿Qué es el "Coaching"?
- Coaching, motivación y cambio
- Coaching y relación
- Coaching y desempeño

## 2. Area Manager: Comportamientos Esperados

PARTE 02

## 3. MENTOR | Modelo de Coaching

PARTE 03

- **M**apeo de la Línea Base
- **E**xploración de Causas Raíz
- **N**avegación del Recorrido
- **T**objetivos Transparentes
- **O**peración en el Campo
- **R**evisión y Relanzamiento

PARTE 04

## 4. Role-Play Final

PARTE 05

# Role-Play Final | Aplica MENTOR en un Escenario Real de Area Manager

## Objetivo

Aplicar el modelo MENTOR a una situación realista de Area Manager y conectar las decisiones de coaching a un día típico en la vida de un AM.

## Escenario

Estás visitando uno de tus sitios durante una **Commercial Follow-up Visit** en el pico matutino. Mientras observas la interacción en el mostrador, notas que la recepcionista es amable y eficiente, pero inconsistente en tres áreas:

- no siempre explica claramente los pasos siguientes a los pacientes
- raramente verifica o actualiza los datos de contacto
- pierde oportunidades de introducir servicios adicionales relevantes de manera natural

El flujo de pacientes es rápido, la sede está ocupado, y el Site Leader te dice que el equipo está bajo presión y principalmente enfocado en la velocidad.

## Tu tarea

Trabajar en parejas o grupos pequeños. Una persona interpreta al **Area Manager**, otra interpreta al/a la **colaborador/a**, y una persona puede actuar como **observador/a**.

Usar el **modelo MENTOR** para gestionar la conversación de coaching.

# Paso 1 – Mapear la situación

Antes de comenzar la conversación, define lo siguiente:

1

**¿Qué tipo de visita es esta?**

Identificar el contexto y el propósito de tu presencia en el sitio hoy.

2

**¿Qué comportamientos estás observando?**

Anotar comportamientos específicos y concretos en el mostrador durante el pico matutino.

3

**¿Qué está funcionando bien?**

Reconocer las fortalezas: la recepcionista es amable y eficiente.

4

**¿Qué necesita mejorar?**

Identificar las tres áreas de inconsistencia observadas durante la interacción.

5

**¿Por qué importa esto?**

Conectar las brechas con la calidad del servicio, los resultados de ventas y la experiencia general del paciente.

# Paso 2 – Aplicar el Modelo MENTOR

Estructurar el role-play usando la lógica MENTOR:

## M – Mapear la línea base

Describir la situación actual usando solo hechos observados.

## E – Explorar las causas

Discutir qué puede estar impulsando el comportamiento: hábitos, presión, falta de confianza, falta de enfoque, prioridades poco claras o conciencia limitada.

## N – Navegar las prioridades

Elegir el **comportamiento prioritario** que haría la mayor diferencia si se mejora primero.

## T – Objetivo transparente

Acordar un objetivo de desarrollo claro para el/la colaborador/a.

## O – Acción operativa

Definir 2–3 acciones prácticas a aplicar inmediatamente **entre las visitas**.

## R – Revisión y relanzamiento

Decidir cómo se revisará el progreso: durante la próxima visita, mediante auto-monitoreo o en el **Weekly Meeting**.



## Resultado del Role-Play

Al final del ejercicio, cada grupo debe poder presentar:

- **Fortalezas Observadas**  
Destacar lo que el/la colaborador/a ya hace bien para reconocerlo y seguir construyendo.
- **Objetivo de Coaching Acordado**  
Definir un objetivo de desarrollo claro y compartido establecido con el/la colaborador/a.
- **Refuerzo en el Weekly Meeting**  
Definir cómo se usará el Weekly Meeting para sostener la mejora.
- **Área de Mejora Seleccionada**  
Identificar el comportamiento prioritario elegido como foco principal de desarrollo.
- **Acciones Prácticas**  
Enumerar las 2-3 acciones específicas que el/la colaborador/a practicará entre las visitas.
- **Verificación en la Próxima Visita**  
Delinear los puntos de control concretos que el Area Manager usará para evaluar el progreso.

# Debriefing

## Preguntas de discusión

### De la observación al diagnóstico

¿Cómo pasó el AM de la observación al diagnóstico?

### Evitar la trampa del inspector

¿Cómo evitó el AM sonar como un inspector?

### Especificidad del plan de acción

¿El plan de acción fue suficientemente específico?

### Conexión con la rutina real de visita

¿Cómo se conectó la conversación de coaching con la rutina real de visita del AM?

### Rol del Weekly Meeting

¿Qué rol juega el Weekly Meeting para que la mejora sea duradera?