

Aceptando el cambio

Guía de Estudio

Curves International

Copyright 2011 Reservados

Todos los Derechos

Rev 07-2013

Tabla de Contenidos

Resumen del Curso	3
Objetivos del Curso	3
Sección 1: Aprender	3
Cuerpo.....	3
Mente.....	4
Relaciones personales.....	4
Idealismo	4
Sección 2: Cambiar	5
Estrategias Externas de Modificación de Conducta	5
N° 1: Actitud.....	5
N° 2: Aprender	5
N° 3: Objetivos.....	6
N° 4: Comunidad.....	6
N° 5: Control	7
N° 6: De la carga a las oportunidades.....	7
N° 7: Sentimientos.....	7
Estrategias Internas de Modificación de Conducta	8
N° 1: Diálogos internos	8
N° 2: Quemar las naves y los hábitos	8
N° 3: Ver para creer	9
N° 4: Pensamientos erróneos	9
N° 5: Vivir el presente.....	10
N° 6: Celebraciones.....	10
N° 7: Visualización	11
Sección 3: Dirigir	11
Estrategias para la Prevención de Recaídas.....	11
N° 1: Asesoramientos	11
N° 2: Honestidad/Auto Inventario.....	12
N° 3: Actividad física	12
N° 4: Balance.....	12
N° 5: Concencia de las Señales	13
N° 6: Plan diario	13

Claves de respuestas	14
Referencias del Curso “Aceptando el cambio”	15

Resumen del Curso

“Aceptando el cambio” explica la ciencia que hay detrás de nuestro comportamiento: nos ayuda a entender el por qué nos comportamos como lo hacemos y las bases biológicas, psicológicas, sociales y de autoestima, de cómo se puede modificar la conducta. Proporciona las herramientas necesarias para ayudar a las socias a bajarse de la espiral de las dietas educándoles acerca de los efectos que la conducta humana tiene sobre la alimentación y el ejercicio.

Hay tres secciones en el curso Aceptando el cambio: **Aprender, Cambiar y Dirigir**; todos ellos diseñados para ayudarte a entrenar a tus socias a tener tanto éxito como sea posible.

Objetivos del Curso

Al completar el curso “Aceptando el cambio” serás capaz de:

- Resumir la evidencia científica más reciente que conecta los comportamientos con el cuerpo, la mente, las relaciones y el autoestima.
- Discutir la evidencia científica señalando cómo las intervenciones dirigidas pueden alterar comportamientos.
- Aplicar la evidencia científica sugiriendo que ciertas enfermedades crónicas se manifiestan en conductas que requieren un mantenimiento permanente.

Sección 1: Aprender

En esta sección estudiarás el mapa básico del cuerpo y la mente, y comprenderás perfectamente cómo las relaciones personales y las creencias influyen en el comportamiento humano.

Además de la fuerza de voluntad los siguientes factores influyen en el comportamiento:

- Cuerpo
- Mente
- Relaciones personales
- Espiritualidad

Cuerpo

Aprende cómo nuestro cerebro, el sistema digestivo y los genes influyen en nuestro comportamiento.

El sistema límbico es la parte del cerebro que a menudo se conoce como "_____"

Los cuatro neurotransmisores que afectan la forma en que comemos son:

- Serotonina
- Dopamina
- Norepinefrina
- Endorfinas

Estas **hormonas** son producidas por el sistema digestivo bajo la influencia del cerebro e interactúan en la gestión del hambre y la saciedad:

- Insulina
- Leptina
- Grelina
- Cortisol

_____ puede reducir el peso, incluso aunque haya genes de "obesidad" en la familia.

Mente

La psicología es una herramienta moderna que se utiliza para explicar cómo y porqué los humanos nos comportamos de maneras irracionales además de racionales.

A continuación detallamos las "perspectivas de la educación" que intentan explicar porqué las personas se comportan de maneras que a veces son contraproducentes:

- Conductista
- Cognitiva
- Humanista
- Biológica

Completa la frase con la perspectiva psicológica correcta:

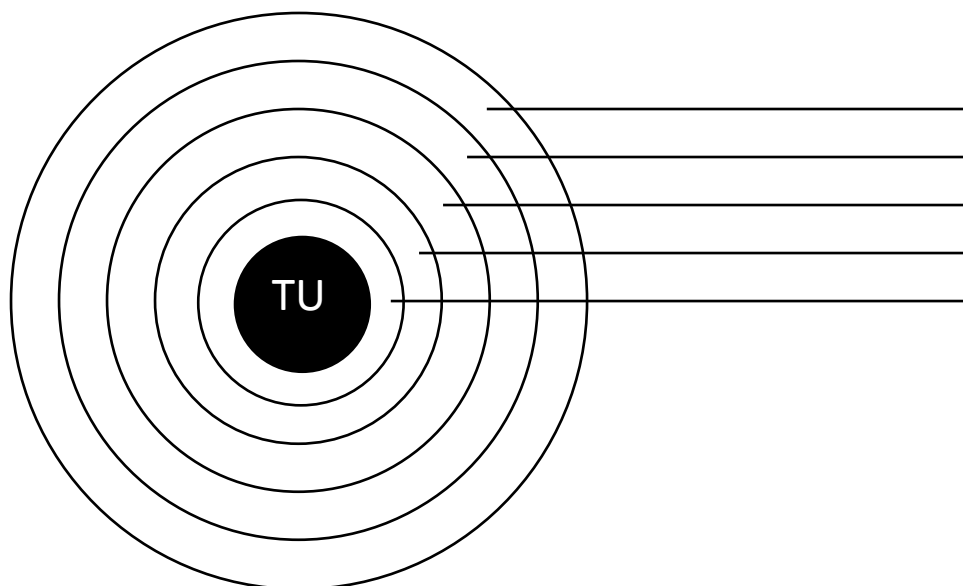
- La perspectiva _____ se centra en los comportamientos aprendidos.
- La perspectiva _____ examina los procesos mentales internos.
- La perspectiva _____ se centra en el potencial del individuo para la grandeza y sus posibilidades de crecimiento y autorrealización.
- La perspectiva _____ se centra en las causas físicas y biológicas de la conducta humana.

Relaciones personales

Quiénes somos y cómo nos comportamos es, en parte, el resultado de nuestras influencias más cercanas, no sólo las actuales, sino también de las que nos acompañaron en nuestro crecimiento.

Nuestras influencias más cercanas forman esferas alrededor nuestro, tocándonos de múltiples maneras visibles y no visibles.

Escribe el nombre de cada Esfera en la línea.



Idealismo

Para la mayoría de las personas, las creencias son probablemente de los más importantes.

Sección 2: Cambiar

En esta sección aprenderás acerca del cambio de conducta, incluyendo también las estrategias concretas y prácticas para ayudar a tus clientes a modificar los comportamientos problemáticos que son contraproducentes y a menudo están profundamente arraigados.

El Modelo Abrazando el Cambio consta de cuatro pasos:

- Valoración
- Establecer prioridades o priorización
- Implementación
- Mantenimiento

Estrategias Externas de Modificación de Conducta

N° 1: Actitud

Esta estrategia ayudará a las socias a tener una mejor actitud en su proceso para perder peso. Ayúdale a realizar una evaluación de actitudes:

- Decidir conscientemente dejar de tener pensamientos _____.
- Decidir conscientemente empezar a tener pensamientos _____ en la mente a diario.
- Decidir conscientemente evitar a la gente _____.
- Escoge hablar contigo misma dándote _____.

La actitud es el estado de ánimo a través del cual filtramos toda la información y tomamos todas las decisiones.

- La actitud es algo que podemos construir con _____ y _____.
- La actitud es una consecuencia de nuestros _____ y _____.
- Una actitud mental positiva es una _____ para siempre en nuestras vidas.

N° 2: Aprender

Esta estrategia consiste en formar a tus socias con nueva información y conocimientos que les faciliten el cambio.

- El aprendizaje es tan importante porque saber es _____.
- El conocimiento construye _____ y perseverancia.
- El aprendizaje también añade _____ y entusiasmo.

N° 3: Objetivos

Esta estrategia ayuda a las socias a establecer objetivos inteligentes para alcanzar el éxito. La razón más importante para establecer metas es para que sepas a dónde vas. Un objetivo Smart es un objetivo:

- Específico
- Medible
- Alcanzable
- Real
- Temporalizados

Los objetivos deben ser _____.

Los objetivos Smart deben de estar presentes en todas las áreas de _____.

El progreso no se mide en _____ sino en _____.

Los objetivos para perder peso deben basarse en:

- Peso
- Grasa corporal
- Masa muscular
- Centímetros perdidos
- El ajuste de la ropa

N° 4: Comunidad

Esta estrategia ayudará a las socias a comprender porqué Curves es diferente de otros programas. Son varios los beneficios de la comunidad:

- Entrenador _____
- Mejor _____
- Mejor _____
- Modificación de conducta
- Recursos
- Grupo de _____
- Responsabilidad ante _____
- Fortaleza en _____
- Enfoque
- Poder de la _____

N° 5: Control

Esta estrategia ofrece a las socias las herramientas que podrán utilizar cuando se sientan frustradas con algo que no puedan controlar.

Sólo tenemos control sobre _____ y nuestras _____.

Anima a las socias a utilizar las siguientes herramientas para aceptar las cosas que no pueden cambiar:

- Voz TM _____ Positiva
- Tener una acción _____
- El perdón
- Establecer _____
- Hacer _____
- Vivir _____

N° 6: De la carga a las oportunidades

Esta estrategia ayuda a las socias a entender que las luchas que pasan durante el programa son una oportunidad. Para el cambio de comportamiento real, le espera:

- Que sea _____
- Que tu carga se convierta en _____
- Que cambien las _____ de tu _____

N° 7: Sentimientos

Esta estrategia ayudará a tus socias a aprender a lidiar con sus sentimientos de manera saludable. Comer para calmar alguna ansiedad puede tener efectos perjudiciales en su:

- Vida
- Cuerpo
- Mente

Anima a tus socias a utilizar las siguientes herramientas para romper el ciclo de comer por ansiedad:

- Aprender maneras saludables de _____ los sentimientos
- Reconocer que los sentimientos _____
- Permitirse _____ los sentimientos
- Fijarse en el camino hacia _____
- Utilizar un diario _____
- Reflexionar su _____ con los alimentos
- Recuerda a tus socias confiar en la comida como _____, no para el sustento _____.

Estrategias Internas de Modificación de Conducta

N° 1: Diálogos internos

Esta estrategia ayudará a tus socias a evitar la autocrítica negativa en un esfuerzo por alejarse de ella y, finalmente, acallar los pensamientos malsanos que les perjudican.

Una Voz interior Sana son los pensamientos que llevan a la:

- Paz
- Alegría
- Felicidad
- Esperanza

Una voz interior poco saludable son los pensamientos que llevan al:

- Miedo
- Preocupación
- Ansiedad

Hay tres herramientas que se pueden utilizar con las socias para ayudarles a tranquilizar su voz interior negativa:

- _____ (Por ejemplo, cuestionar los pensamientos y sustituirlos por otros nuevos)
- _____ (Por ejemplo, desechando y convirtiendo en positivos nuestros propios prejuicios negativos)
- _____ (Por ejemplo, las declaraciones que aumentan la autoestima que podemos utilizar en momentos de estrés o de tentación)

N° 2: Quemar las naves y los hábitos

Esta estrategia ayudará a las socias a mantener un peso saludable comprometiéndose firmemente en seguir algunos de los hábitos saludables que han adquirido a lo largo del camino, y no volviendo atrás. Anima a tu socia a no volver a los antiguos hábitos alimenticios, tales como:

- Alimentos _____ (por ejemplo, el arroz blanco, el pan, las papas)
- Alimentos _____ (por ejemplo, pescado, pollo)
- Bebidas _____ (por ejemplo, té dulce, refrescos)
- Aperitivos _____ (por ejemplo, helados)

Anima a tu socia a adoptar nuevos hábitos alimenticios, tales como:

- Alimentos de grano _____ (por ejemplo, pan integral, batata)
- Alimentos _____ (por ejemplo, pescado, pollo)
- Bebidas _____ (por ejemplo, té normal, bebidas de dieta, agua con limón)
- Aperitivos _____ (por ejemplo, frutas, frutos secos)

Los buenos y malos hábitos se aprenden.

Los hábitos pueden ser reprogramados con:

- Evaluación
- Priorización
- Planificación
- Implementación
- Darles seguimiento

N° 3: Ver para creer

Esta estrategia ayudará a las socias a ver lo que es el éxito mostrándoles fotos y presentándoles a personas que han logrado bajar de peso.

Ver los resultados es un poderoso_____.

La evidencia de los resultados:

- Muestra _____ de personas que han logrado perder de peso.
- Presentar a _____ que han logrado perder de peso.
- Probablemente tú misma seas _____ de perder peso.
- Mostrarles _____ de ti misma.

N° 4: Pensamientos erróneos

El propósito de esta estrategia es ayudar a las socias a reducir el estrés mediante el reconocimiento de sus pensamientos erróneos. Algunos efectos de los pensamientos erróneos pueden ser:

- Aumento de _____
- Más _____
- Más _____

Tipos de pensamientos demoledores

- Pensar en blanco o negro
- Generalizar
- Pesimismo
- Filtros mentales
- Magnificar o minimizar
- Culpa
- Etiquetar
- Razonamiento emocional

N° 5: Vivir el presente

El propósito de esta estrategia es ayudar a las socias a aprender cómo vivir cada día en lugar de estar atrapadas en el pasado o centradas en el futuro. Una parte importante de vivir la vida minuto a minuto es tener una actitud de gratitud.

Anima a tus socias a incorporar los siguientes hábitos en su vida diaria si están atrapados en pensamientos obsesivos:

- _____ (Por ejemplo, leer una cita inspiradora o meditar)
- _____ (Por ejemplo, tiempo de silencio para pensar en sus virtudes)
- _____ (Por ejemplo, un inventario de cómo fue su día y lo que podría cambiar)
- _____ (Por ejemplo, una lista de todo lo que se siente agradecida)
- _____ (Por ejemplo, un informe escrito de sus pensamientos, acciones y sentimientos)

N° 6: Celebraciones

El propósito de esta estrategia es ayudar a las socias a aprender nuevas formas de celebrar la vida más allá de la comida.

La vida puede ser celebrada con:

- _____ Positivas
- _____ Positivo
- _____ Saludables

Lista de los estimuladores de sentidos naturales de Meredith que las socias pueden utilizar para premiarse a sí mismas:

- Loción y jabón de ducha
- Velas y aceites aromáticos
- Productos de granja/huerto
- Hierbas y especias
- Flores
- Naturaleza
- Música
- Conversación
- La escritura creativa y el arte
- Baile

N° 7: Visualización

El objetivo de esta estrategia consiste en ayudar a las socias a visualizar distintas partes de su vida, más allá de su cuerpo.

Anima a tus socias a llevar un diario sobre las siguientes visualizaciones y preguntas:

- Visualiza tu relación saludable con _____.
- Visualiza tu vida cambiando ahora que sabes que tu _____ y _____ son también una parte de ella.
- Reconoce los _____ que tienes que no te sirven.
- Observar las _____ que ves cambiando en el proceso.
- Visualízate usando los comportamientos _____ que has aprendido.

Anima a tus clientes a:

1. Mantener una visión realista
2. Establecer metas a corto y largo plazo
3. Buscar tiempo para sus prioridades
4. Visualizarse en el interior y el exterior

Sección 3: Dirigir

En esta sección, aprenderás estrategias para ayudar a tus socias a llevar una vida más productiva y feliz. Vas a darles las herramientas que les permitan asumir la responsabilidad que deben tener hacia sus hábitos de alimentación y de ejercicio.

Las socias van a entender el concepto de recaída y desarrollar estrategias para evitarlas.

La recaída se produce cuando el _____ (factores de riesgo) supera nuestras _____ (factores protectores).

Siete estrategias de Prevención de Recaídas:

1. Apoyo
2. Asesorías
3. Honestidad / Auto Inventario
4. Actividad Física
5. Equilibrio
6. Señales de alerta
7. Plan Diario

Estrategias para la Prevención de Recaídas

N° 1: Asesoramientos

Asesoramientos son:

- Una relación basada en un proceso donde comparten _____ y _____.
- Compartir con otros la buena _____ de tu _____ y tu experiencia.

Miembros de mayor antigüedad comparten:

- Experiencia
- Dificultades
- Éxitos

N° 2: Honestidad/Auto Inventario

La honestidad ayudará a tu socia a vivir mejor su vida diaria.

La honestidad trae _____.

Ayudar a tus socias a ser honestas consigo mismas, significa hacer un inventario de:

- _____ negativos
- Las cosas que no pueden _____
- Qué _____ comen y cómo están luchando contra ello

Las socias deben hacer un inventario:

- Todas las veces que lo necesiten
- Al final de cada día

N° 3: Actividad física

_____ es sólo un aspecto de los _____ que hace que el programa de control de peso tenga éxito.

Es importante que tus socias hagan de la actividad física una parte _____ de su programa de control de peso.

La actividad física puede ayudar a tus socias:

- Emocionalmente
- Mentalmente
- Físicamente

El ejercicio se supone que es algo que _____ hacer.

Anima a tus socias a:

- Escribir una lista de los beneficios de su nueva rutina de entrenamiento Curves.
- Anotar los momentos en los que se siente que están en la cima como algo a lo que puedan hacer referencia cuando se sientan deprimidas.
- Hacer ejercicio con alguien.
- Buscar una actividad que le guste que durará el resto de sus vidas.

N° 4: Balance

La vida no se trata de lograr gestionar un millón de cosas; se trata de la gestionar lo que _____ y sacar fuera de la ecuación lo que _____.

Cuando las socias se sientan sin equilibrio hay que alentarlas a:

- Realizar una autoevaluación
- Hacer ejercicio
- Mirar las señales que se les presentan.

Las socias también pueden crear el balance mediante la técnica de Marty Lerner:

- Interioridad
- Descanso
- Ejercicio
- Plan de Alimentación

Nº 5: Concencia de las Señales

El propósito de esta estrategia es ayudar a tus socias a aprender cómo hacer frente a situaciones difíciles cuando se enfrentan a ellas.

Hay siete tipos de señales:

- Comida
- Periodicidad
- Personas
- Lugares
- Situaciones
- Pensamientos
- Fisiología

Tus clientes trabajarán las señales de advertencia basándose en su propia experiencia diaria.

Nº 6: Plan diario

Cada día las socias deben reafirmar su compromiso con el proceso.

Anima a tus socias a escribir una frase de _____.

Los compromisos diarios pueden incluir:

- Meditación
- Inspiracion
- Lista de gratitudes
- Señales de advertencia

Tener un plan les ayudará a _____ enfocadas en el objetivo.

Enhorabuena, has completado la Guía de Estudio y Libro de Trabajo de “Aceptando el cambio”. La Guía de Estudio y el Libro de Trabajo son un excelente recurso de referencia al entrenar a tus clientes a través del programa Curves Complete.

Claves de respuestas

Cuerpo cerebro emocional, el estilo de vida

Mente Del Comportamiento, Cognitiva, Humanística, Biológica

Relaciones Familia, Creencias, Amigos, Comunidad, Mundo

Estrategias Externas de Cambio de Conducta:

N° 1: Actitud negativos, positivos, negativa, apoyo, conciencia, esfuerzo, hábito, medio ambiente, fuerza poderosa

N° 2: Aprendizaje poder, confianza, motivación

N° 3: Objetivos emocionantes, la vida, perfección, incrementos

N° 4: Comunidad preparado, dieta, ejercicio, apoyo, el grupo, números, información

N° 5: Control a nosotros mismos, reacciones, interna, semanal, límites, inventario, el presente

N° 6: De la carga a la oportunidad incómodo, oportunidad, las prioridades, jornada

N° 7: Sentimientos controlar, pasan, sentir, comida, comida, relación, energía, emocional

Estrategias Internas de Modificación de Conducta:

N° 1: Diálogos internos, revertir, pensamientos, auto-etiquetas

N° 2: Quemar las naves/hábitos procesados, fritos, azucarados, no saludables, integral, horneado, sin azúcar y saludables

N° 3: Ver para creer motivador, imágenes, personas, testimonios de éxito, fotos

N° 4: Pensamientos Erróneos, estrés, errores, estrés

N° 5: Vivir el presente Inspiración, Meditación, Inventario, Lista de agradecimientos, Diario

N° 6: Celebraciones personas, ambientes, costumbres

N° 7: Visualización la comida, cuerpo, mente, pensamientos, conductas, nuevos

Estrategias para la Prevención de Recaídas:

N° 1: Asesoramientos Conocimiento, apoyo, noticia, conocimiento

N° 2: Honestidad / Auto-Inventario autenticidad, sentimientos, controlar, alimentos,

N° 3: Actividad física La actividad física, 3, permanente, quieren

N° 4: Balance se puede, no se puede

N° 5: Conciencia de señales N / A

N° 6: Plan diario compromiso, mantenerse

Referencias del Curso “Aceptando el cambio”

- Clasificaciones de la Salud de Estados Unidos. United Health. www.americashealthrankings.org.
- Bellisari, A. (2008) Los orígenes evolutivos de la obesidad. *Opiniones obesidad*. 9: 165-180.
- Benton, D. (2006) La ingesta de carbohidratos, glucosa en sangre y humor. *Neuroscience and Behavioral*. 26: 293.
- Blackburn, G.L., Gross, W.C., Koss, L.D., Daynard, M., Muoio, K.M. (2002) Publicidad para bajar de peso: un análisis de las tendencias actuales. Un informe del personal de la Comisión Federal de Comercio.
- Born, J.M., Lemmens, S.G.T., Rutters, F., Nieuwenhuizen, A.G., Formisano, E., Goebel, R., Westerterp-Plantenga, M.S. (2010) El estrés agudo y la activación de recompensa en el cerebro relacionada con los alimentos durante la elección de los alimentos durante la comida en ausencia de hambre. *International Journal Obesity*. 34: 172-181.
- Carney, T., Louw, J. (2006) Comportamientos alimenticios desordenados y la exposición a los medios de comunicación. *Sociedad de Psiquiatría y Psiquiatría de la Epidemiología*. 41: 957-966.
- Davin, S.A. Taylor, N.M. (2009) Revisión amplia de la obesidad y consideraciones psicológicas para el tratamiento. *Psicología de la Salud y la Medicina*. 14: 716-725.
- Dittmar, H, Blayney, M. (1996) Las conductas alimentarias auto-reportadas de las mujeres y sus respuestas a la publicidad de alimentos y de no alimentos. *European Eating Disorders Review*. 4:217-231.
- F as in Fat: Cómo la obesidad amenaza el futuro de Estados Unidos en 2010. Healthyamericans.org. Fundación para la Salud de Estados Unidos y la Fundación Robert Wood Johnson.
- Filosa, C. (2008) Prohibiciones de grasas trans: ¿la próxima regulación en confiscaciones? *The Journal of Legal Medicine*. 29:99-115.
- Haines, J., Gillman, M.W., Rifas-Shiman, S., Field, A.E., Austin, S.B. (2010) Cena de familia y comportamientos alimenticios desordenados en una gran cohorte de adolescentes. *Eating disorders*. 18:10-24.
- Joranby, L., Pineda, K.F., Gold, M.S. (2005) La adicción a los alimentos y a los sistemas de recompensa del cerebro. *La adicción y compulsión sexual*. 12: 201-217.
- King, P. J. (2005) El hipotálamo y la obesidad. *Objetivos de los medicamentos actuales*. 6: 225-240.
- Koenig, Harold G., M.D., Religión, Espiritualidad y Medicina: Aplicación a Práctica Clínica *JAMA*. 2000; 284 (13): 1708. doi: 10.1001/jama.284.13.1708.
- Leviton, R.D. Davis, C., (2010) Las emociones y la conducta alimentaria: implicaciones para la actual epidemia de obesidad. *Universidad de Toronto Quarterly*. 79:783-799.
- Magalhaes, C.P., de Freitas, M.F., Bogueira, M.I., de Farias Campina, R.C., Takase, L.F., de Souza, S.L., de Castro, R.M.(2010) El papel modulador de la serotonina en el comportamiento alimentario. *Neurociencia Nutricional*. 13: 246-255.
- Malinauskas, B.M., Raedeke, T.D., Aeby, V.G., Smith, J.L., Dallas, M.B. (2006) Las prácticas de dieta, las percepciones del peso y la composición corporal: una comparación entre peso normal, sobrepeso y mujeres obesas universitarias. *Nutrition Journal*. 5:1-8.
- Moriarty, D.G., Zack, M.M., Holt, J.B. Chapman, D.P., Safran, M.A. (2009) Los patrones geográficos de angustia mental frecuente: adultos de Estados Unidos 1993 y 2003. *American Journal of Preventive Medicine*. 36.

- Morton, G.J., Cummings, D.E., Baskin, D.G., Barsh, G.S., Schwartz, M.W. (2006) Control del sistema nervioso central de la ingesta de alimentos y el peso corporal. *Nature*. 443: 289-295.
- Rochester, (2010) Estudio que conecta la agitación laboral, el estrés y la obesidad. *Semana de la obesidad y la Diabetes*. 168.
- Siervo, M. (2009) La contribución de estrés psicosocial a la epidemia de la obesidad: un enfoque evolutivo. *Investigación Hormonal y Metabólica*. 41: 261-270.
- Taylor, V.H., Curtis, C.M., Davis, C. (2010) La epidemia de la obesidad: el papel de la adicción. *Canadian Medical Association Journal*. 182: 327-328.
- Centro Nacional de Adicción y Abuso de Sustancias. La importancia de las cenas en familia VI. 2010.
- Thorburn, A.W., Ainslie, D.A., Fam, B., Proietto, J. (2000) La leptina en la patofisiología de la obesidad humana y el potencial clínico de la terapia basada en leptina. *Biofármacos*. 6: 391-396.
- Yale Rudd, Centro para la Política de los Alimentos y la Obesidad (2010). Estrategias para prevenir el sobrepeso y la obesidad.
- York, E. (2010) Lo que el negocio de la pérdida de peso tiene reservado para 2010. *Advertising Age*. 81:8.