



## Coaching, ¿Por qué?

César Piqueras Diciembre 2007

Coaching, aquella palabra que nos llegaba hace unos años del otro lado del océano en boca de personas que residían en EE.UU o que trabajaban en grandes multinacionales, es hoy una realidad que muchas empresas españolas disfrutan. Hace muy poco, la palabra coaching producía apenas 2500 resultados en google, hoy día son 83 millones de resultados los que aparecen.

El coaching es una de las últimas estrategias para el desarrollo de directivos que empieza a tenerse muy en cuenta por nuestras empresas. Muchos ejecutivos todavía se preguntan el por qué de hacer coaching y si bien es cierto que a cada persona puede serle de mayor o menor utilidad seguir un proceso de coaching, a todos ellos les producirá resultados que no esperaban. Pero, ¿por qué funciona el coaching?



Una de las premisas principales en coaching es considerar al cliente como alguien lleno de recursos, estos pueden estar no demasiado visibles o infrautilizados por el directivo, sin embargo el coach (el profesional que hace coaching con un cliente, también llamado coachee) sabe que los recursos están ahí y que lo único que hace falta es que el directivo los saque a la luz. Sin menospreciar la importancia que tienen ciertas metodologías de formación experiencial, en las que el directivo asimila cierto tipo de habilidades que serán clave en su puesto de trabajo, el coaching no considera ningún comportamiento como positivo o negativo, no existe teoría organizacional detrás ni buenas prácticas, el cliente decide y, eso sí, el coach le acompañará en este camino.

Otro de los puntos clave de la eficacia del coaching, es que considera que la persona sabe lo que quiere. Al igual que en la educación de nuestros hijos ya no sirve el "estudiarás medicina como tu padre", en el mundo organizacional tampoco funciona decir "para solucionar este problema haz este curso" o "tienes que hacer esto, para que esto otro no te vuelva a ocurrir". Por suerte, nos hemos dado cuenta de que para que las personas entreguemos nuestro máximo potencial a las organizaciones, se tiene que invocar a nuestra motivación intrínseca en forma de dejarnos elegir y crear el clima necesario para esto.



El coach, será un agente externo que hará que el directivo consiga el cambio que desea. Mirado así, se podría decir que el directivo mismo sin ayuda del coach podría también cambiar y si bien es cierto que esto podría ocurrir, es muy probable que ese cambio se tarde mucho en hacer o que no se hiciera nunca. El coach al estar fuera del ámbito del directivo puede ver de forma sistémica y con claridad cuál es el asunto que el directivo quiere abordar, pues no está

influenciado por este sistema. Por otro lado, el coach siempre llevará al directivo a esforzarse por sus metas un poco más allá de donde habría ido el mismo, maximizando su potencial.

Una relación basada en preguntas que hacen reflexionar y articular al directivo sobre los más y los menos de la situación actual, la deseada, de los recursos que posee y de las limitaciones que se encuentran son la base del coaching. Una base que tendrá los resultados esperados si se desarrolla dentro del marco adecuado.

La confianza que se establece entre directivo y coach en un proceso de coaching hace que el directivo actúe con apertura y se permita ser el mismo durante el proceso. El coaching hace que esto ocurra gracias a la capacidad empática del coach con su cliente y otros factores de la relación como son la consideración positiva (el cliente tiene los recursos y sabe lo que quiere) y la confidencialidad.

Que la confidencialidad sea un pilar del coaching, no es una casualidad, el coach puede dar información general sobre el proceso a la empresa que contrata coaching para sus directivos, sin embargo no podrá dar información concreta sobre los temas que el directivo trata con su coach. De ser así, nada de lo dicho funcionaría, pues la confianza y un profundo respeto hacia el directivo promueven el cambio en este.



Con todos estos principios la relación de coaching está destinada a dar frutos posicionando al directivo en un siguiente nivel de competencia, no solo consiguiendo que este supere limitaciones y cada vez más consiga sus metas profesionales, sino que además pueda utilizar estas herramientas también para el desarrollo de su equipo, permitiendo que el potencial de las personas que lo forman también salga a la luz. En palabras del pintor Goethe "El mayor beneficio que podemos hacer a los demás no es mostrarle nuestras riquezas, sino hacerles ver la suya propia."