



COACHING ¿ CÓMO GESTIONARLO EMPRESARIALMENTE?

Los tiempos evolucionan y lo mismo ocurre con las herramientas que necesita un negocio para poder ayudar a cada miembro de la empresa a fin de sacar hasta la última gota de su creatividad y satisfacción por el trabajo que hacen. Existen muchas formas de motivar a los diferentes equipos que existen en una empresa, como por ejemplo el trabajo por objetivos o los incentivos si se logra conseguir la producción marcada ese mes. Hay muchas herramientas a la hora de motivar a una persona o crear nuevos líderes, solo es cuestión de observar qué se necesita y saber utilizar correctamente los recursos disponibles en cada caso.

En los últimos años está ganando fuerza la imagen del coaching empresarial, el cual ha demostrado ser una herramienta muy útil para lograr que las PYMES, a quienes va dirigido este servicio en muchos casos, potencien su productividad y puedan abrirse paso en el mercado creando y desarrollando habilidades empresariales con el fin de expandir el negocio. Aunque la imagen del coaching empresarial empieza a ser muy común en los negocios que buscan crecer, en ocasiones no se comprende realmente cuál es su función y cómo utilizar las herramientas que nos brindan para el beneficio del negocio y todo el equipo humano que lo forma.

¿A QUE LE LLAMAMOS COACHING ?

El coaching como un proceso que reúne los elementos fundamentales de la creatividad y la reflexión con la intención de acompañar a los distintos grupos de interés a la hora de maximizar el potencial que reside en ellos, tanto el profesional como el personal.

Dentro del sistema de coaching se produce una relación entre tres individuos. Por un lado se encuentra el coaching que se trata de la persona, el cliente que disfruta del proceso de coaching. Por otro lado está el patrocinador, la entidad que se ocupa de gestionar o pagar la contratación del coaching que recibirá el coaching. El patrocinador es quien se ocupa de estipular el contrato en el que esté incluida toda la información de los procesos a realizar.

En último lugar se encuentra el coach, que es quien se ocupa de proporcionar el servicio. Y dentro de lo que detalla la ICF también conocemos el rol del estudiante, que se trata del individuo que se está formando para aprender este proceso y poder aplicarlo en distintos papeles (coach mentor, supervisor o futuro coach).

El coach tiene una serie de responsabilidades que se debe ocupar de cumplir en todas sus sesiones. Debe ser capaz de ayudar a que el coach sea capaz de descubrir o aclarar qué es lo que busca en cuanto a sus metas personales. También se tiene que ocupar de estimular en el cliente el afán de auto-descubrimiento que le beneficiará a lo largo del proceso. No menos importante es que suscite estrategias que hayan nacido de la mano del propio cliente pero que puedan no estar claras. Y para que el coaching pueda funcionar el coach siempre tendrá que saber cómo lograr que el coaching sea responsable de sus actos y consecuente con los objetivos que se ha planteado.

COACHING EMPRESARIAL U ORGANIZACIONAL

Este tipo de coaching hace referencia al que se realiza a personas dentro del ámbito de la empresa o las organizaciones, puede ir dirigido a cargos directivos, cargos medios u otro rango de responsabilidad. Este tipo de coaching lo contrata una entidad para la mejora y el desarrollo de objetivos empresariales u organizacionales.

Dentro de este tipo de coaching nos estamos refiriendo a:

COACHING EJECUTIVO

Gracias a los procesos de coaching ejecutivo las personas consiguen recuperar su motivación en el ámbito profesional, desplegando completamente sus capacidades y habilidades, siendo más eficientes y desarrollando todo su potencial creativo. Se trata de un proceso de coaching idóneo para cualquier profesional en el ámbito de su empresa u organización.

Se trabaja con profesionales para que, a través de su auto-conocimiento, se sientan capacitados para potenciar sus fortalezas y encontrar áreas de mejora. Un proceso de coaching ejecutivo ayuda a enfrentarse a nuevas situaciones, a dominar la comunicación, a gestionar el talento, así como a mejorar el liderazgo y la motivación del equipo.

En ocasiones, se contratan servicios de coaching ejecutivo como acompañamiento para proyectos concretos o acatamiento de nuevas responsabilidades.

En coaching ejecutivo se pueden trabajar áreas como:

- *La relación del ejecutivo tanto consigo mismo/a, como con la empresa o los empleados.*
- *Desarrollo de liderazgo y motivación.*
- *Identificación de puntos fuertes y débiles propios y de su equipo.*
- *Valores, visión y misión, tanto propios como de la empresa o empleados/as.*
- *Equilibrio entre la vida personal y la profesional.*
- *El concepto del éxito.*
- *Desarrollo de habilidades o competencias: gestión del tiempo, toma de decisiones, automotivación, comunicación, etc.*

COACHING DE EQUIPOS

En este tipo de coaching, el equipo se aborda como una unidad, como un ente más con personalidad propia. Los componentes del equipo serían las partes de esa unidad: así como la persona se compone de diversos órganos (tomemos el caso de una vena) que a su vez forman sistemas, (como el sistema circulatorio), el equipo está compuesto por diferentes personas que, en función de sus relaciones, forman sistemas.

La conjunción de estos sistemas y de las relaciones que establecen entre sí forma el equipo, el cual posee su propia personalidad, comportamiento, emociones, imagen de sí mismo, etc.

En este sentido, los procesos de coaching de equipos se enfocan en trabajar los 'engranajes' entre personas y sistemas, ya sea a nivel comunicativo, de relaciones, de capacidades, o de sentimientos, con el objetivo de que la unidad denominada equipo sea capaz de alcanzar antes y mejor sus objetivos.

Para que el coaching de equipos sea verdaderamente efectivo, el líder del equipo ha de participar en el proceso.

El/la coach, del mismo modo que en los procesos de coaching personal, hace de espejo frente al equipo para que éste pueda verse reflejado e identificarse. La única diferencia, es que en coaching de equipos no lo hace con cada persona, sino con el equipo en sí, como un sistema independiente.

De esta manera, el equipo tiene la posibilidad de definir su personalidad conjunta, sus valores, sus formas de interrelacionarse, tanto internas como externas, sus roles, sus puntos fuertes y débiles, etc. Buscando con ello una mejor capacidad de toma de decisiones, gestiones y posicionamiento.

La empresa se beneficia:

El coaching tiene capacidad para ayudar tanto a los miembros de una empresa como a los negocios en general. A los individuos les proporciona la oportunidad de que puedan llevar a cabo un desarrollo más firme de sus fortalezas, a que disfruten más de lo que hacen y a que puedan tomar las decisiones con las que se encuentren siendo más conscientes de ello. También refuerzan la confianza que tienen las personas y fomentan el valor para arriesgar en aquellos momentos en los que se desee algo.

De manera directa las empresas se ven muy potenciadas por un entorno donde el coaching está aplicándose con sus miembros. Es fácil ver cómo los negocios se consolidan con una mayor rapidez, cómo el talento interno se fideliza y cómo los índices de productividad aumentan al sacarse lo mejor de cada persona. Los modelos de gestión evolucionan con sistemas innovadores y los resultados de la actividad del negocio se potencian. Las ventajas de aplicar el trabajo de un coach a un grupo de coachees dentro de una empresa son elevadas y por ello hay cada vez más negocios que confían en esta forma de potenciar su rendimiento.

- A nivel organizativo facilita la transferencia del conocimiento, la colaboración y el acercamiento del personal en plantilla, así como el intercambio de experiencias.
- Promueve conversaciones orientadas hacia la consecución de objetivos corporativos, lo que genera grandes soluciones basadas en la creatividad y consolida el compromiso, espíritu de equipo y sentimiento de pertenencia.
- Promueve el desarrollo de nuevas habilidades en la organización, lo que se traduce en mayores niveles de innovación y competitividad.
- Fomenta la cultura corporativa orientada al futuro, a la acción y a los resultados.
- Forma parte del denominado “salario emocional”, contribuyendo de manera significativa a la motivación de las personas que la integran.

RECOMENDACIONES A SEGUIR ANTE UN PROCESO DE COACHING PROFESIONAL

- **Elegir un coach certificado.** ASESCO (así como otras asociaciones profesionales), disponen en sus web de un listado completo de coaching certificados, que garantiza que la cualificación profesional recibida por dichos profesionales se ajusta a los requisitos necesarios para ejercer la disciplina con garantías.
- **Firmar acuerdo y contrato de relación profesional.** Una vez seleccionada la persona con quien se quiere trabajar, dicho/a coach sabe que es su deber establecer un acuerdo y/o contrato de relación profesional con su clientela, en el que ambos establezcan por escrito y de mutuo acuerdo los términos en los que desean trabajar: periodicidad, precio y duración de las sesiones, etc. Es necesario que este acuerdo sea firmado por las dos partes, para garantizar la profesionalidad del proceso.
- **Firmar el acuerdo de confidencialidad** que garantiza los estándares deontológicos de la relación que se va a establecer.

A LA HORA DE BUSCAR UN/A COACH PROFESIONAL

Con el objetivo de que la elección sea adecuada y ofrezca buenos resultados, desde ASESCO entendemos que es conveniente:

- Solicitar y comprobar la certificación del/la coach por parte de alguna Asociación Profesional de Coaching. A tal efecto, ASESCO es la primera Asociación de Coaches Profesionales de España y pionera en esta labor. De esta manera se garantiza la capacitación profesional, al estar el/la Coach acreditado/a por ASESCO.
- Dependiendo del reto planteado, sería recomendable comprobar la trayectoria profesional a fin de que se adecue al ámbito de trabajo requerido. Si fuera necesario, se podrían solicitar al profesional referencias de anteriores procesos realizados.

¿CÓMO SE HA CONVERTIDO EL COACHING EN UNA ESTRATEGIA PARA MOTIVAR EMPLEADOS?

La motivación también ayuda a potenciar los recursos humanos de la empresa; por esta razón, las organizaciones utilizan diversas técnicas de coaching para motivar a los empleados. Los que están motivados son mucho más productivos que los que no lo están: un colaborador feliz aprovecha mucho más el tiempo y alcanza objetivos con más facilidad; esto ocurre porque se esfuerza sin sentir que el trabajo sea una carga; además, se siente comprometido con la empresa al ser un colaborador y no un empleado más.

Mantener a los empleados motivados es una de las tareas más importantes de la empresa, aunque efectivamente todas lo son. Como se ha dicho muchas veces, los empleados son parte de la imagen que ven los clientes; además, representan las manos y los pies del negocio. La visión del líder debe ser motivarlos a que produzcan más para que puedan irse satisfechos a casa; el empleado lo valora, a veces más que al propio dinero. Esto hace que tengan ganas de comprometerse tanto para aprender a ser más eficaces como para producir más beneficios.

¿EL COACHING PUEDE GENERAR RENTABILIDAD PARA LAS ORGANIZACIONES?

Conocer las fortalezas y aprovecharlas para desarrollar las habilidades y destrezas constituye la clave de cualquier negocio. De esta premisa se conciben las ventajas competitivas, además de las fortalezas y las oportunidades que genera la empresa. Algunos ejemplos pueden ser: ideas sobre cómo ganar dinero, cómo desarrollar un buen ambiente laboral y mejorar la comunicación organizacional.

Las empresas que apliquen el coaching pueden mejorar su rentabilidad en lo que realmente les importa:

- Resultados
- Progreso estratégico
- Credibilidad
- Productividad
- Efectividad en la gestión del talento humano

El cambio de un enfoque individual a otro que favorezca una visión integral debe verse como una evolución de los beneficios que el coaching ofrece a las empresas. El dilema está en la rentabilidad que se consigue a cambio de la inversión, por lo que se exigen evidencias tangibles de los resultados, así como revertir el beneficio personal al ámbito de la empresa.

Finalmente, se puede decir que el coaching se ha transformado en la profesión de moda. Actualmente, muchos profesionales se están preparando como coach, ya que les resulta más rentable que postularse a un postgrado compatible con su carrera. Esto ocurre bajo el precepto de que, si no se trabaja con el talento humano, el conocimiento acumulado no alcanza, ya que cada vez resulta más complejo ser competitivos y alcanzar resultados extraordinarios.

El propósito final del coaching es ayudar a la integración de las personas y a que cada uno asuma la responsabilidad que le corresponde; con esta herramienta, además, se busca adquirir poder para el logro de metas, comprender el dominio de sí mismos y apoyar el desarrollo personal de los demás.