

Taller de Coaching.

¿Qué es esto del coaching?

Parece que el coaching comienza a hacer furor en el panorama peninsular. Después de abrirse mercado en EUA y en algunos países europeos, a nuestro alrededor son cada vez más las ocasiones en las que escuchamos dicha palabra. Pero ¿qué hay detrás de esta etiqueta? ¿qué se entiende por coaching? ¿qué problemas soluciona?

Pongámonos de acuerdo en algunos significados y exploremos luego las posibilidades de este servicio.

Coaching es un proceso, no es una cosa. Cuando pensamos en ello como si de una cosa se tratara, tendemos a equivocarnos y a no comprender muy bien de que se trata.

El coaching es un cierto tipo de relación que se establece entre dos (o más) personas en las que una de ellas (la llamaremos coach) facilita el éxito de la otra (la llamaremos coachee). Bien, tenemos pues un coach y uno (o varios) coachee con los que esta persona interactúa en el marco de una relación a la que llamaremos coaching.

¿Qué entendemos por éxito y que entendemos por facilitar el éxito?

Sigamos acordando algunos significados: el éxito lo define el coachee. En la relación de coaching es pues el coachee el que define qué es y que no es el éxito; así pues el coach ayuda al coachee a alcanzar algo (el éxito) que el mismo coachee ha definido (con o sin la ayuda del coach).

Facilitar significa que el coach va a ayudar a su coachee a tener más posibilidades de conseguir el éxito, tal como lo defina el propio coachee. En contrapartida, el responsable de este éxito va a ser el propio coachee, que va a ser quien va a tomar las decisiones no el coach que actúa de facilitador.

Entonces tenemos una relación en la que dos o más personas interactúan, de una forma tal que, una de ellas ayuda a la otra a que consiga sus objetivos.

Si mantenemos esto como criterio veremos que hay una serie de puntos clave, que nos permitirán evaluar si una relación es o no de coaching.

Primeramente, hemos dicho que esta relación a la que llamamos coaching persigue unos objetivos (el éxito) que están definidos por una de las partes de esta relación (a la que hemos llamado coachee). Es muy importante establecer este punto de partida. El coach no marca el objetivo de la relación de coaching. Este objetivo lo define el coachee. El coach facilita que su coachee alcance pues los objetivos que el coachee mismo ha definido.

En este tipo de marco relacional hay muchas posibilidades de actuación distintas: el coach tiene muchas maneras de facilitar el éxito de su coachee, así, en función del tipo de objetivos que haya definido, la estrategia más adecuada será una u otra.

Este es el principio de la flexibilidad: el coach cortará el traje a la medida de su coachee. La misma receta quizás no sea aplicable a todas las situaciones así que cuanto más flexible sea el coach a la hora de facilitar que su coachee alcance el éxito, tanto más éxito tendrá él como coach.

Si una variable es la naturaleza de los objetivos (del éxito tal y como es definido por el coachee), y esta variable influye en la flexibilidad que el coach debe tener para ser eficaz, otra variable es la naturaleza misma del coachee que, como persona única que es, con unos deseos, inquietudes y anhelos únicos, con una forma de pensar y de tomar decisiones únicas, con unas creencias sobre los límites de su mundo y de sus capacidades únicas, reclama una estrategia relacional a medida. El coach eficaz, parte de la aceptación plena de la unicidad de sus coachees para elaborar sus aproximaciones.

¿Cómo queda la cosa? Tenemos una relación entre dos (o más) personas en la que, una de ellas (coach) ejerce el papel de facilitador del éxito de la otra (coachee). Siendo que la definición de lo que es "el éxito" la establece el coachee, y teniendo en cuenta que el coachee es una persona única, el coach encontrará que es más efectivo si se mantiene flexible en sus aproximaciones y parte de la plena aceptación de dicha unicidad.

Bajo este marco, no importa qué utilice el coach para facilitar el éxito del coachee. Los medios están pues supeditados a los fines. Esto permite que el servicio de coaching tome muchas formas distintas: coaching sin transferencia de experiencia, coaching ejecutivo, coaching telefónico, coaching grupal, coaching en marketing estratégico de servicios personales... No importa si el coach transfiere o no su experiencia si con ello su coachee tiene éxito; no importa si el coach es una persona contratada por una organización o es interna de la empresa; si es formal e institucionalmente un coach o hace de coach sin llevar esta etiqueta; no importa la forma como se da esta relación de coaching; no importa el número de personas que están implicadas ni el área de aplicación del servicio... Lo que importa es que, en el marco de esta relación, el coachee alcance el éxito tal y como él lo define.

Con estos conceptos como marco de referencia, podemos establecer ahora algunas aplicaciones de este servicio.

Para identificar pues las mejores áreas de aplicación comencemos por identificar posibles "éxitos".

Para mi una forma muy sencilla de hacerlo consiste en identificar situaciones deseadas, por ejemplo, áreas de nuestras vidas que pensamos que podrían ser mejores de lo que son en este momento. Las posibilidades son muchas:

1. Una persona sin pareja puede querer compartir un proyecto de futuro con una pareja especial.
2. " Un estudiante con dificultades en los exámenes de física puede querer mejorar en esta habilidad.
3. " Una persona de negocios sin tiempo para la familia puede desear encontrar un equilibrio más ecológico entre el trabajo y la vida privada.
4. " Un escritor novel puede desear ver publicada su primera obra.
5. " Un profesional independiente (léase arquitecto, abogado, psicólogo, jardinero, electricista, o conferenciante...) puede querer hacerse con una clientela fiel.
6. " Una persona insatisfecha con su la forma como se gana la vida puede querer realizar un cambio.
7. " Una persona que no encuentra sentido a su vida puede querer encontrarlo.
8. " Una familia desavenida puede querer armonizar sus relaciones.
9. " Un empresario emprendedor puede querer lanzar un nuevo negocio.
10. " Un universitario puede querer mejorar su habilidad para exponer su tesis en público.

Las posibilidades son cuantiosas. ¿Qué tenemos ahora? Un conjunto de situaciones en las que unas personas desean que se produzca un cambio. Dicho cambio, a su vez, es un criterio que podemos utilizar para definir el éxito: para una persona en concreto, el éxito será pasar de su situación actual a su situación deseada. Por ejemplo, para la primera persona de la lista, sin pareja y con deseo de tenerla, el éxito será encontrar alguien especial con quien compartir un proyecto de futuro. Si esta persona establece un proceso de coaching, su coach actuará facilitando su éxito y lo mismo haría en el caso del empresario emprendedor que quiere lanzar un nuevo negocio o de cualquier otra persona.