

El Coaching y sus imitadores

El origen del coaching encuentra sus raíces en Sócrates, en la Mayéutica. La esencia de su mensaje está perfectamente recogida en su famosa afirmación socrática: **“Yo no puedo enseñaros nada, sólo puedo ayudaros a encontrar el conocimiento dentro de vosotros mismos; eso es mucho mejor que traspasaros mi poca sabiduría.”**

Por otro lado, está claro que si te dedicas a ayudar a otros, cuanto más sepas o más familiarizado estés con una determinada área profesional o con un determinado tipo de personas – en cuanto a sus circunstancias, profesión, estatus, edad o cualquier otra variable -, vas a estar en mejor disposición de sintonizar y comprender a ese grupo de personas, lo que va a agilizar y a facilitar tu ayuda.

Es verdad que algunos coaches pueden sentirse más cómodos o disfrutar más con determinados tipos de personas o tratando algunas temáticas en particular. Desde luego, esto es una opción individual y totalmente respetable desde nuestro punto de vista. Un coach puede decidir especializarse por entender que en esa área concreta puede comprender mejor a sus clientes, disfrutar más de su profesión y ser más eficaz como coach.

Otra cosa es que, ampliando peligrosamente esta idea y extrayéndola de su contexto, digamos que el coach (en la empresa, por ejemplo) es un experto que realiza análisis, estudios e informes para averiguar las necesidades del desarrollo empresarial. Eso no lo hace un coach, sino un consultor. (¿Será que hoy en día es más novedoso y parece más rentable vender coaching que consultoría, o inventarse un “mix” sin verdadero fundamento?) A cada uno lo suyo (zapatero a tus zapatos). No permitamos que el afán de lucro y el oportunismo deterioren la imagen de una vocación y una labor tan necesaria para el mundo actual como lo es el verdadero coaching.

Sabemos de muchos consultores que se venden como coaches empresariales y que, literalmente no saben lo que es el coaching. No sólo según el criterio de Coaching Madrid, sino según el criterio de sus precursores y figuras principales de esta metodología, inicialmente inspirada por Sócrates: Timothy Galwey, Thomas Leonard, y John Whitmore.

Un consultor que también se haya formado como coach –no que simplemente añada el título en su tarjeta- puede ofrecer, consecuentemente, ambos servicios a sus clientes de empresa: consultoría y coaching. Algo muy distinto (escandalosamente frecuente y en altísimas esferas) es que algunas consultorías atiendan de inmediato la creciente demanda de coaching por parte de sus clientes más importantes, y abarquen un terreno que no les corresponde y que, en demasiados casos, prácticamente desconocen.

Es un tema muy serio que se esté engañando y confundiendo tanto a la sociedad en general, y que la opinión pública tenga una idea tan vaga e inconcreta del coaching todavía al día de hoy, diez años después de que nuestra profesión apareciese y comenzara a imponerse en España. Hay demasiadas personas que aún creen que el coaching es una herramienta más de las empresas, o que tiene que ver con liderazgo, mentoring, psicología, PNL, etc... (La psicología cognitiva, el coaching y la PNL –Programación Neurolingüística- tienen en común sólo aquello en lo que se apoyan en la mayéutica o filosofía socrática). También hay quienes creen que el coaching es “una mezcla de muchas cosas”.

Una de las misiones principales de Coaching Madrid es la divulgación clara y fidedigna del coaching como vocación, método y filosofía de vida, y trabajamos y nos esforzamos mucho al respecto, aparte de atender las necesidades y los numerosos proyectos de nuestra empresa y escuela. Por eso necesitamos expresarnos cuando vemos que hay tanto oportunista, “inventores modernos” del coaching como mero negocio rentable, llamando Coaching Empresarial o Ejecutivo a cualquier sucedáneo.

La base fundamental del coaching es, primero y fundamental, la vocación de ayuda; segundo, que el coach no tiene las respuestas, sino que es el coachee (cliente de coaching) el que las tiene. Desde el punto de vista del coaching, no sólo no es necesario aportar las soluciones al cliente de coaching, sino que es más imprescindible que necesario, no hacerlo.

Nuestra experiencia personal y profesional es que un coach ayuda o puede ayudar a su coachee a alcanzar sus objetivos sin necesidad de tener altos conocimientos de una determinada materia, sino a través del coaching, que es a lo que se dedica y en lo que se ha formado. En ningún caso tiene que ver con ser experto en nada que no sea el coaching mismo.

María Calandria
Coaching Madrid
www.coachingmadrid.com

