

## El coaching: la ventaja humana de la empresa

El coaching surge en el entorno empresarial norteamericano, a principios de los años ochenta, como una herramienta de comunicación para rescatar al ejecutivo y al directivo del stress que le producía el desequilibrio entre su vida personal y laboral. Muy pronto se empezaron a comprobar resultados sorprendentes en el rendimiento, la creatividad, la eficacia, la motivación y la fidelidad de los ejecutivos, así como en sus dotes de liderazgo para extraer lo mejor de sus equipos de colaboradores. Son muy conocidos los resultados de los estudios al respecto de la compañía *The Gallup Organization*. (Consultar: [www.gallup.com](http://www.gallup.com) ).

En España se ha empezado a introducir el coaching a través de compañías multinacionales anglosajonas y francesas no hace más de una década, y actualmente está viviendo un auge importante, tal y como ocurrió en Estados Unidos, Inglaterra y Francia a los pocos años de su aparición en el mundo empresarial.

Ya comienzan a ser numerosos en nuestro país los coaches que ofrecen sus servicios a las compañías, y las escuelas que forman en habilidades de coaching a los directivos para potenciar un liderazgo real. Como ocurre con casi todas las nuevas disciplinas que aparecen en el mercado, son pocos los que comprenden la verdadera naturaleza y alcance del coaching. Por ello es necesario aclarar los conceptos básicos y orientar a las personas que quieren contratar los servicios de un coach o una formación en coaching, para que aquello que contraten sea exactamente lo que ha demostrado dar resultados, y no un sucedáneo con fines exclusivamente comerciales.

El coaching es tecnología punta en comunicación interpersonal. Consiste en un proceso conversacional entre el coach y su cliente – el coachee -, para que este último descubra qué quiere, cómo quiere alcanzarlo y ayudarlo a lograrlo de la manera más rápida, más eficiente y con el máximo disfrute personal. De esta manera se obtienen resultados sostenibles y efectos colaterales positivos -tanto en el desempeño profesional del ejecutivo como en su vida personal- que se alimentan mutuamente. Un coach no da soluciones, ayuda a su cliente a encontrarlas en una conversación directa, amena, natural y estructurada, dejando de lado los problemas y sus causas, para enfocarse en el futuro y las soluciones. Entre sesión y sesión se acuerdan acciones concretas y evaluables, que suponen un paso relevante hacia la consecución del objetivo, que habrá quedado perfectamente definido en todos sus aspectos a lo largo de la sesión. El espacio entre las sesiones dependerá de la naturaleza y dimensión de los compromisos asumidos por el coachee, siendo lo más recomendable un periodo de una semana a diez días.

En el coaching predominan los valores humanos y un sentido eminentemente práctico. La combinación de ambos elementos hace sentir a la persona que lo recibe algo novedoso y sorprendente: éxitos laborales concretos y una plenitud personal progresiva, que no depende tanto de lo que consigue como del disfrute en todo su recorrido hasta el éxito.

A la hora de seleccionar un coach profesional, debemos tener en cuenta su formación específica, su experiencia contrastable en el ejercicio coaching, y por encima de todo, verle actuar. Un coach profesional se ganará su credibilidad ofreciendo una sesión de prueba a su cliente. Es claro que para ofrecer coaching en el ámbito empresarial, el coach debe conocer en qué terreno se mueve. Aun así, es importante recordar que no contratamos a un experto en un área técnica determinada – marketing, recursos humanos, estrategia empresarial... - sino a una persona que es capaz de extraer la mejor versión del directivo sin recurrir al consejo, la consultoría, la instrucción ni a una nueva versión del mentoring.

La formación en coaching dirigida a las personas de la empresa con puestos de responsabilidad, no está encaminada a que el directivo se convierta en coach, ni a que invierta un tiempo adicional al apoyo que presta a sus colaboradores. El objetivo es más bien ayudarlo a descubrir

y sistematizar una serie de herramientas que van a potenciar significativamente su capacidad para comunicar y su influencia, en el sentido más noble de la palabra.

Las personas que vivimos el coaching, que lo conocemos por experiencia propia, coincidimos en un punto fundamental: la importancia vital que tiene para el ser humano, en su día a día, vivir desde la coherencia entre lo que piensa, siente, quiere y hace. A partir de ahí, los resultados se dan de forma natural.

**María Calandria**  
**Directora de Coaching Madrid**  
[www.coachingmadrid.com](http://www.coachingmadrid.com)  
[corporaciones@coachingmadrid.com](mailto:corporaciones@coachingmadrid.com)

