

Box de texto módulo 2

COACHING

3.1 Origen y Concepto

Etimológicamente, la palabra Coach proviene de *coche*, que en la época medieval hacía referencia a los carruajes tirados por los conductores o cocheros; estos últimos son los que en Europa comienzan a denominarse coaches. La función de estos coaches es entonces, ayudar a otros a llegar más rápido a un punto de destino. El sentido actual del concepto, aún se apoya en dicha analogía, al proponerse facilitar el desplazamiento del individuo desde su punto de origen hasta el logro de sus metas, especialmente puntualizando que el coach no es quien decide el destino al cual se desea llegar.

Pese a que la disciplina del coaching es relativamente nueva, integra dentro suyo muchas antiguas teorías y perspectivas. De ahí que podamos encontrar afinidades y posibles raíces en diferentes tradiciones de la filosofía, la psicología y la educación, como por ejemplo:

- En el mismo Sócrates, cuando afirmaba que el conocimiento se encontraba dentro del individuo, de modo que a través de la “mayéutica”, mediante conversaciones y preguntas se podía acceder a este potencial.
- Del mismo modo, Aristóteles ponía el énfasis en la conciencia del ser o el autoconocimiento,
- Nietzsche por su parte planteaba que en la existencia individual era necesario tomar conciencia de sí mismo, para re-construirse y replantear su proyecto de vida.
- En la misma línea la Psicología Humanista de Carl Rogers enfatiza la relevancia de la conciencia, la libertad, la voluntad, autorrealización y liberación de su potencial

- La Terapia Cognitivo conductual plantea que los seres humanos reaccionamos a nuestras interpretaciones de los acontecimientos más que a los acontecimientos en sí.
- La teoría Constructivista plantea que los individuos no sólo respondemos a estímulos, sino que también los busca y les concede sentido, por lo que el conocimiento también se genera o surge internamente.

Estas y otras perspectivas aportan principios fundantes que el coaching integra y sobre los cuales se desarrolla, uno de ellos es la indagación en sus pensamientos, creencias y emociones para ampliar su “observador”, y con ello, sus perspectivas para comprender y abrir posibilidades para operar en el mundo.

3.2.- Características

En la relación de coaching se toma como punto de partida la situación actual del individuo y se profundiza en el entendimiento de las brechas internas entre este estado actual y el estado deseado, en relación a algún objetivo o resultado en particular. A partir de este entendimiento el individuo cuenta con mayores distinciones para desautomatizar su comportamiento y “transformarse”.

Existen múltiples tipos y categorías de Coaching, algunas de las cuales toman el nombre de sus áreas o contextos de aplicación (por ejemplo: coaching educativo, nutricional, deportivo, de pareja, etc.). Cada una de estas desarrolla técnicas y distinciones específicas. En otra línea de categorías identificamos el coaching empresarial, ejecutivo y ontológico. Este último nos aporta modelos de referencia que parecen ser una base común sobre la que se desarrollan algunos otros tipos de coaching.

Uno de los conceptos clave a la base del coaching ontológico es el de Observador, en donde se entiende que cada ser habita la experiencia desde la coherencia en sus dominios cuerpo, emoción y lenguaje. En este último radican las creencias y tradiciones. Este observador es quien desea un resultado en particular y lo persigue

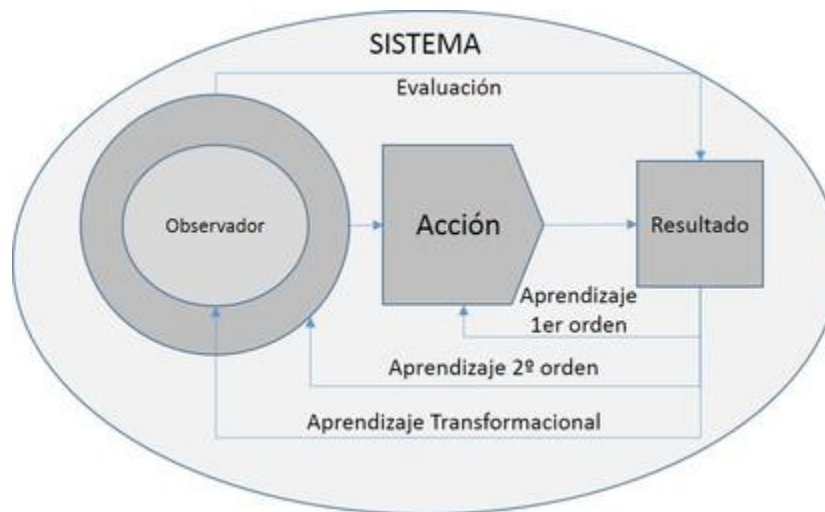
hasta que ya “lo ha intentado todo”... excepto cambiarse a sí mismo!. Es en este punto en que el coachee comienza a reconstruir los aspectos de sí, de su estructura de funcionamiento, que le permitirán ver más posibilidades y debutar nuevas acciones o comportamientos.

Dominios Primarios del Observador



Fuente: García y Espinal, 2016. Rescatado en
<https://slideplayer.es/slide/13993030/>

Esto empalma con el segundo gran modelo a la base, que pone el énfasis en el Aprendizaje como vehículo de transformación personal. Aquí cabe mencionar el modelo OSAR del Coaching Ontológico y planteado por Rafael Echeverría, en donde el aprendizaje de primer orden sería aquel a través del cual cambio mis acciones para conseguir determinado resultado, mientras que el aprendizaje de segundo orden y el aprendizaje transformacional pondrían el foco a nivel del observador, y en la generación de cambios que le abran posibilidades en este y otros asuntos en el futuro, de modo que aumente su poder de acción en el mundo



Fuente: <https://harveyvillalobos.weebly.com/blog/ser-hacer-tener>

La Internacional Coach Federation (ICF) declara como un importante principio, el respeto al cliente como *el mayor experto en su vida personal y profesional y cree en cada cliente como un ser creativo, completo y lleno de recursos*. A partir de ello, declara como responsabilidad del coach: clarificar lo que el cliente desea conseguir, promover su auto-descubrimiento, relevar las soluciones y estrategias generadas por el cliente, mantener una actitud responsable y consecuente.

En definitiva, a través de las preguntas apropiadas se clarifican objetivos y se define un plan de acción, luego se da paso a la transformación, identificación y modificación de comportamiento, para luego pasar a definir planes de acción

3.3.- Beneficios

Este proceso, que hasta ahora parece abstracto y poco práctico, sin embargo propende justamente redundar en cambios a nivel concreto que aumenten la efectividad del cliente. Si bien facilita que el cliente acceda a lo que ya sabe, se encuentra orientado a resultados habitualmente en contexto productivo

Según la ICF los beneficios para el individuo se puntualizan como:

- Desarrollar nuestras capacidades y fortalezas.
- Ganar en eficiencia y disfrutar más las cosas.

- Tomar decisiones con conciencia, conocimiento, argumentos y valores.
- Confianza en nosotros mismos.
- Arriesgar por lo que queremos.

A nivel de Organización, los beneficios señalados por la institución estriban principalmente en:

- Consolidar con rapidez y eficacia nuevas promociones o cambios de asignación.
- Potenciar la fidelización del talento interno.
- Integrar metodología que multiplica las capacidades de las personas.
- Innovar en procesos o modelos de gestión.
- Potenciar resultados de negocio.

(ICF <https://www.icf-es.com/mwsicf/sobreicf/definicion-coaching-icf-espana>)