

LOS 'COACHES' SE ASIENTAN EN EL MERCADO ESPAÑOL

# Entrenadores de cuerpo y mente

LLEGARON HACE UNOS AÑOS Y ESTÁN AQUÍ PARA QUEDARSE. SU MISIÓN: ACOMPAÑAR AL DIRECTIVO PARA ASESORARLE EN TODA CLASE DE DECISIONES PROFESIONALES O PERSONALES

## LAURA DE CUBAS

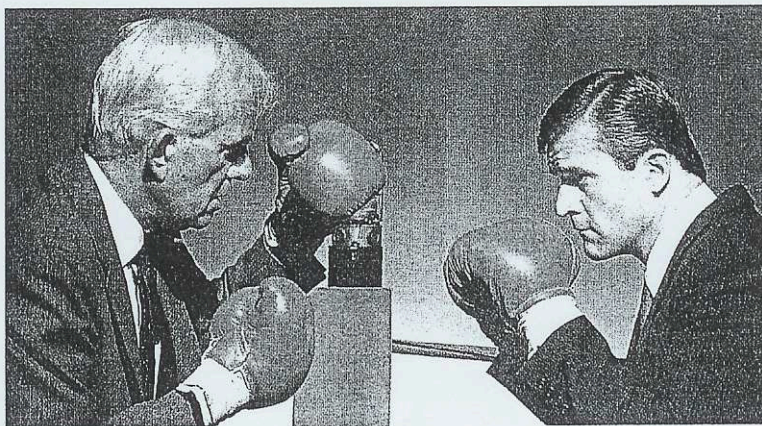
Han salvado múltiples empresas en todo el mundo, sin embargo su labor no ha sido reconocida en España hasta hace poco. Son los *coaches* o entrenadores de directivos —«acompañantes», como prefieren hacerse llamar—, cuya misión es la de asesorar a los más altos directivos en cualquier decisión o cambio que se produzca en su vida. Conciliar, superar el miedo al fracaso, asumir nuevos retos o encontrar soluciones a los problemas estratégicos más complicados puede ser fácil si se tiene a un *coach* cerca.

Viviane Launer, presidenta de la delegación española de International Coach Federation (ICF), insiste en que este profesional puede ayudar en cualquier situación: «El *coach* actúa como un espejo y, por tanto, el cliente puede reflexionar sobre toda circunstancia que le preocupe».

## El mejor confidente

El *coach* pregunta, escucha y, más que dirigir, asesora utilizando su propia figura como modelo de conducta. Nunca da consejos porque su objetivo es que su *coachee* —cliente— razone y sea él el que tome cualquier decisión. Tareas todas ellas nada fáciles para las que se han de tener unas cualidades específicas. «Un buen *coach* debe saber escuchar —comenta Launer—. La empatía y el sentido del compromiso son también fundamentales al igual que la pasión por los retos y la capacidad de tomar distancia con el cliente».

Pero no todo es valer, un buen *coach* debe tener multitud de conocimientos en las disciplinas más variadas, incluidas las Humanidades y, sobre todo, haberse formado en técnicas específicas de asesoramiento. La presidenta de ICF España reconoce que hay muchos profesionales que ejercen sin este tipo de pre-



Los *coaches* preparan a sus clientes a enfrentarse a cualquier tipo de situaciones dentro y fuera de la empresa.

## Vocabulario imprescindible

**Coach** Aunque literalmente signifique entrenador, se diferencia de él en que no es un experto en el área de su cliente, no da consejos ni orienta a la acción. Acompaña, escucha y sirve de ejemplo.

**Life coaching** Se centra en el apartado personal y, por regla general, busca mejorar la calidad de vida y las relaciones sociales.

**Executive coaching** Su principal tarea es ayudar y potenciar a los directivos en sus múltiples facetas profesionales y perso-

nales.

**Corporate coaching** Incide directamente en las políticas de RR.HH. en las que interviene el factor personal del capital humano que organiza para un mejor rendimiento.

**PNL** Técnica que proporciona herramientas y habilidades para mejorar los procesos de comunicación, aprendizaje y cambio.

**Focusing** Proceso mediante el cual el cliente toma conciencia de su cuerpo y emociones a través de la observación.

paración reglada y que «deberían certificarse aportando su experiencia».

En cuanto a las herramientas y técnicas utilizadas, son muchas, y la mayoría beben de la psicología, la consultoría y las políticas de recursos humanos. Sin embargo, el *coach* debe alejarse convenientemente de ejercer como un profesional de estos dos campos y buscar su pro-

pia fórmula de asesoramiento. Viviane Launer es clara cuando se le pregunta sobre los mejores métodos de diagnóstico y técnicas: «Algunos los emplean, pero la principal herramienta del *coach* es la relación. No se puede encajonar a alguien diciendo que una persona es tal cosa...». «El *coaching* es un arte, no una ciencia», aclara.

Los pasados 14 y 15 de no-

viembre tuvieron lugar las III Jornadas Profesionales de Coaching en el Instituto de Empresa. Un encuentro que contó con la colaboración de ICF y en el que además se hizo pública la primera *Encuesta de Mercado de Coaching Ejecutivo en España* que revela la progresiva implantación de esta figura en nuestro país.

Para Viviane Launer la fecha clave es 2004, año de creación del capítulo español de ICF y, aunque muchos países nos llevan ventaja en este sector —en los países nórdicos y Estados Unidos lleva más de veinte años—, todavía hay otros que están más atrasados, como Portugal o Grecia. «En España se ha desarrollado mucho en multinacionales pero aún hay ciertas empresas que muestran resistencia, sobre todo aquellas que no han variado de estilo de liderazgo. Algo que va a cambiar muy pronto porque el nivel de los *coaches* españoles es muy alto, y ya se está empezando a dar a conocer», concluye Launer.

## Radiografía del «coach» español

La International Coach Federation de España acaba de hacer pública su primera *Encuesta de Mercado de Coaching Ejecutivo en España* (ENCE 2006), con la que pretende reflejar la realidad de un sector, que según su director Jaime Barás, se encuentra «al comienzo de la curva de gran crecimiento».

▶ **Perfil básico** El *coach* español es varón, tiene entre 31 y 49 años, y reside en Madrid. Su tarifa media asciende a 241 euros por cada sesión de 90 minutos y su facturación es inferior a 34.000 euros anuales.

▶ **Carrera profesional** La mayor parte de los *coaches* son españoles. La mayoría son directivos y cuadros medios (47%) o altos directivos (23%). Sus estudios son variados, un 37% ha cursado Psicología, Sociología o Pedagogía y un 23%, Ciencia, Ingeniería o Medicina.

▶ **Las herramientas de apoyo que más utilizan son el *feedback 360°* (69%) y el test psicológico Myers-Briggs (26%).** Otros exámenes de personalidad como el Firo-B o el Thomas apenas son empleados por el 9% y el 6%.

▶ **Servicios que ofrecen** El 66% de los consultados para esta encuesta ofrece formación, seguida de desarrollo profesional (57%), liderazgo (51%) y consultoría de recursos humanos (44%).

▶ **Perfeccionamiento** Para reciclarse prefieren los seminarios. No tanto las lecturas recomendadas, las conferencias o el *e-learning*. En este sentido, siete de cada diez consultados reconoce que su área de desarrollo profesional preferida es la supervisión por parte de otro colega *coach*.

✉ **Envíe sus comentarios a:**  
www.directivos.infoempleo.com

## Maestros en antropología, filosofía y literatura

CARLO MOISO, EXPERTO EN ANÁLISIS TRANACCIONAL E INTELIGENCIA EMOCIONAL

Desde la aparición de la figura del *coach* en España han sido muchas las voces que han confundido su labor con la de un asesor estratégico. Por eso, Carlo Moiso insiste en que las cualidades de un buen

profesional en este campo deben ser, antes que la experiencia y formación política y económica, «la empatía, la protección, el liderazgo y la competencia». «Las dos primeras son innatas —comenta— y el resto se debe adquirir, no tanto en la empresa, como a través de una profunda formación en antropología, filosofía y literatura».

La labor de un *coach* debe ser, según Moiso, la de un terapeuta. Es decir, observar, escuchar, elaborar un diagnóstico del problema y preparar la estrategia adecuada para resolverlo. Pautas que este profesional debe seguir como un «acompañante» y no como un consultor o un psicólogo. «Imagínate que te das cuenta de que tus valores no son los mismos que los de tu empresa. El primero informaría a la compañía y, el segundo, haría que la abandonarás... El *coach* buscaría la mejor solución», sentencia Moiso.

Pero el *coach* se enfrenta a otros muchos problemas para los que necesita preparación específica donde entran ya las cuestiones económicas y políticas, y diferentes técnicas. «Su entrenamiento específico les prepara para el qué y, su supervisión; para el cómo», aclara, aunque hay ciertas situaciones para las que el *coach* no puede estar nunca preparado, como por ejemplo, «la antipatía hacia su cliente». «No es un drama, ni un pecado, ni mucho menos falta de competencia profesional —señala Carlo Moiso—. Al revés, se

debe pensar que esta circunstancia puede ayudarnos a aprender». Otro problema al que se enfrenta ahora mismo el *coach* en España es la poca profesionalización. Carlo Moiso lo explica: «Hay dos tipos de *coaches*, el que se ha preparado en centros y escuelas, donde hay mucha atención al programa de formación y aquél profesional que cree que tiene suficiente experiencia empresarial como para ejercer de ello. Una circunstancia que lleva a una descalificación general de toda la profesión».