

Mitos de un coach

Últimamente han surgido coaches de muchas disciplinas. Para el área empresarial se requiere un perfil determinado

ADRIANA SILVESTRE

adri.silvestre@gmail.com

Cuando se elige un buen programa de coaching se pueden obtener resultados muy satisfactorios. De acuerdo con la Global Coaching Client Study (ICF), en un estudio dirigido por la consultora PwC, el rendimiento laboral mejora hasta un 80%, la gestión del tiempo 51%, las habilidades de comunicación 72% y las relaciones interpersonales en equipos de trabajo 73%, además se fortalece la confianza personal.

No obstante, desde hace algunos meses el concepto de coach se popularizó de tal manera que surgió una gran cantidad de "profesionales" de diversas disciplinas, los cuales no necesariamente tienen el conocimiento suficiente. "El coaching empresarial debes hacerlo con alguien que tenga experiencia y proyecte en sí mismo lo que te va a enseñar a hacer. Se han creado mitos alrededor de los coaches, por eso hay que tener cuidado al elegir uno", explicó en entrevista Luis González, team Leader de ASGAR.

Mito: un coach hace todo el trabajo

Realidad: "El coach es un guía que te hace las preguntas correctas y te ayuda a identificar qué es lo que tienes que hacer para alcanzar tus metas, pero el trabajo lo tienes que hacer tú. Te hace ver lo que tú ya sabías y te anima a que te dejes de hacer 'guaje'", asegura el experto.

El coaching es el proceso interactivo y transparente mediante el cual un coach o entrenador y la persona o un grupo de empresarios buscan el camino más eficaz para alcanzar los objetivos previamente establecidos. Se trata de un sistema que incluye conceptos, estructuras, procesos, herramientas de trabajo e instrumentos de medición, además de un estilo de liderazgo.

Mito: el coach solo ayuda en tu empresa

Realidad: al ser un experto que tiene la habilidad de inspirar y guiar a las personas a crecer y lograr los objetivos que se proponen, un coach ayuda también en el ámbito personal. Por eso, a través

de la psicología y otras herramientas ayuda a que cada miembro del equipo detecte sus debilidades y áreas de oportunidad personales y a que se elabore una estrategia paralela al trabajo corporativo. Y es que los resultados se miden con los cambios personales y en los resultados de la empresa.

Mito: todos los coaches son buenos para las empresas

Realidad: actualmente hay coaches de vida, ontológicos, de alimentación y más. Sin embargo, González aseguró que "hay muchas variantes, pero a lo mejor no conocen de temas empresariales, de Pymes y de cómo vender o no tienen experiencia. Es difícil elegir a un buen coach, pero hay que revisar que sea miembro de alguna asociación, estudios en el extranjero y experiencia. Un líder tiene que pasar el río primero para regresar y decirle a sus clientes cómo le tienen que hacer para cruzarlo también".

El especialista aseguró que lo mejor es elegir a un coach recomendado por alguien de confianza, que ya haya obtenido buenos resultados después de trabajar con él. Otro tip es haber tenido dos o tres sesiones antes de definir si es la persona correcta, si hay una conexión e inspira confianza. "Un mal coach puede perjudicarte. No es una decisión que se tome a la ligera", concluyó. ●

