



¿Qué le pido yo a un *coach*?

CARLOS PELEGRÍN FERNÁNDEZ LÓPEZ, Director de Desarrollo y Formación de Telefónica de España.

Durante los últimos años he tenido la oportunidad de utilizar servicios de *coaching*, tanto a nivel individual (para mejorar mis capacidades como directivo) como desde mi condición de contratante para todas las personas de mi compañía inmersas en este tipo de proceso de aprendizaje. Esta experiencia me ha permitido conocer a multitud de *coaches* profesionales y apreciar las diferencias entre los profesionales promedio y los verdaderamente excelentes. A continuación intentaré reflejarlas.

➤ **CREAR UNA ATMÓSFERA DONDE PUEDES PENSAR EN VOZ ALTA**

Todos hemos oído hablar o hemos vivido en primera persona lo de “la soledad del directivo”. Por desgracia, el directivo no dispone de excesivos espacios en los que reflexionar de forma abierta, sincera y relajada sobre su realidad. Crear esta atmósfera resulta fundamental para conseguir que el proceso fructifique.

➤ **ASEGURAR LA CONFIDENCIALIDAD DE LO TRATADO EN LAS SESIONES DE COACHING**

No hablamos aquí tanto de declarar que nadie conocerá lo que hablamos, sino de una intachable ética en este aspecto.

➤ **TOMARSE INTERÉS POR MI SITUACIÓN**

Aquí la clave está en que el directivo se sienta escuchado, que pueda evidenciar que él es el protagonista de



esta metodología de aprendizaje (con sus motivaciones, sus preocupaciones, sus intereses...).

➤ **NO PRECIPITARSE EN EL DIAGNÓSTICO**

Muchas veces, llevados por la precipitación del número de sesiones contratadas (2 ó 3 por directivo), intentamos cerrar el diagnóstico en la primera de ellas y comenzamos a trabajar en la solución. Sin embargo, eso lleva en ocasiones a conclusiones precipitadas y planes de trabajo poco adaptados que en poco o nada consiguen mejorar la realidad. El *coach* puede ayudar mucho a la hora de

buscar las causas de los problemas, menos en la concreción del plan de acción y casi nada en el seguimiento de éste último. Apliquemos los recursos según esa lógica.

➤ **SACARME DE MI ZONA DE CONFORT Y PLANTEAR OBJETIVOS DE MEJORA RETADORA**

Sin llegar a ser agresivo, es fundamental que el *coach* enfrente con asertividad al *coachee* a sus zonas de mejora, que no “pase por encima” de algún tema que realmente forma parte del hacer común del individuo y que un mínimo cambio generaría resultados importantes e inmediatos.

➤ **HACERME DESCUBRIR
LAS SOLUCIONES,
SIN PROPORCIONÁRMELAS**

Todos cometemos el pecado la primera vez que tenemos un *coach* de pedirle soluciones o recetas, pero ese no es su cometido si queremos que las mejoras alcanzadas sean sostenibles.

➤ **SABER USAR EL SILENCIO
Y LAS PREGUNTAS**

Tanto para hacer pensar y reflexionar como para dar malas noticias. Por ejemplo, preguntando: "Entonces, si todo el mundo te ve así, ¿no será que algo en tu forma de actuar lo provoca?", y dejando espacio para la respuesta.

➤ **NO ROBARLE EL PROTAGONISMO
AL COACHEE**

No es, por tanto, éste un oficio de "gurús", profesores o ejecutivos "quedados consigo mismos".

➤ **HACERME CREER
EN MI CAPACIDAD PARA MEJORAR**

Resulta crítico que el *coach* haga creer a la persona que intenta ayudar en sus capacidades y que le anime a arriesgar.

➤ **PERSEGUIRME EN MI COMPROMISO
CON LA MEJORA**

Especialmente en las primeras etapas del proceso resulta necesario mucho seguimiento, seguimiento y seguimiento.

Esta lista no pretendía ser exhaustiva, pero sí reflejar algunos de los aspectos más valorados (desde una visión práctica en un *coach*). Hay otros que, por obvios, no se han nombrado como:

- ✓ La "química" entre *coach* y *coachee*.
- ✓ La profesionalidad (rigor en las citas, que el *coach* conozca a priori mis datos, que apague el móvil cuando nos vemos...).
- ✓ Los conocimientos de la metodología y la experiencia directiva previa que le de licitud para ejercer su rol.

En definitiva, estamos ante un oficio emergente en el que debemos aprender a separar "la paja del grano" si queremos que estos procesos se consoliden en nuestra cultura corporativa.

¡Mucha suerte! ▲

Información elaborada por:

