

Introducción al Coaching

Vol.1. Qué es realmente

COACHING

Business Coaching School



Autor
Mtro. Luis Piza

BCS Business Coaching School®
IAC Coaching Masteries Authorized Licensee

www.businesscoachingschool.com

Biblioteca **Business Coaching School®**

Introducción al Coaching

Vol.1. Qué es realmente el coaching

Santiago de Chile, Chile

Colección **ABC del Coaching**

Año de publicación 2017

Regalo para la comunidad de

Business Coaching School

Autor Vol. 1.

Coach Luis Piza

Licencia

Business Coaching School - Mtro. Luis Eduardo Piza Salazar

Diseño Gráfico

Labdesign - Verticemedios

BCS

Business Coaching School®

IAC Coaching Masteries Authorized Licensee

La marca Business Coaching School, incluido este libro es propiedad intelectual de Zigma Consulting® empresa legalmente constituida en Chile RUT número 76138025-7.

Si tiene dudas escríbanos a info@businesscoachingschool.com

ÍNDICE

- 01** • Portada
- 02** • Tema y licencia
- 03** • Índice
- 04** • Quiénes Somos
- 05** • El problema de la definición del coaching
- 09** - Nuestro entendimiento del coaching
- 11** - Pero entonces qué sí es el coaching
- 13** - Modelo Clásico de Ayuda
- 14** - Qué limitaciones tiene el MCA
- 15** - Las cuatro formas de ayuda
- 16** • Aprendizaje tácito y técnico
- 17** - Conocimiento técnico o explícito
- 18** - Conocimiento tácito o implícito
- 20** - Por qué es importante el conocimiento tácito
- 21** - Cuándo una situación requiere del coaching
- 22** • Qué es realmente el coaching
- 23** - La “no directividad”
- 24** - Directivómetro
- 25** - Metacompetencias del CND
- 26** - La no directividad como esencia del coaching
- 27** - Modelo Clásico de Ayuda basado en coaching no directivo
- 28** - ¿Qué es realmente el coaching?
- 29** • Coaching: La cuarta forma de ayuda
- 31** • Sobre el autor
- 32** • Referencias

¿Quiénes somos?

¡Bienvenidos! Llevamos muchos años trabajando en el mundo del coaching como coaches, consultores empresariales y organizando programas educativos en varios países de Latinoamérica.

En todo este trayecto nos dimos cuenta que el mundo empresarial esperaba que el coach acompañe a sus ejecutivos a desarrollar «soft skills». En Business Coaching School tenemos claro que el proceso de coaching puede ir más allá. El coach podría acompañar en la mejora o logro de aspectos más específicos del negocio.

Es ahí donde nos hemos especializado, en coaching de negocios. Para ello diseñamos tres programas de formación y certificación:

- **Certificación internacional en Coaching Ejecutivo .**
- **Certificación internacional en Coaching de Equipos.**
- **Certificación internacional en Business Coaching.**

Estos tres programas forman parte de la Certificación **Especialista en Coaching de Negocios**.

Iniciamos nuestras operaciones en el 2013 y hoy tenemos sedes en Puebla, Querétaro, Ciudad de México, Santo Domingo en República Dominicana, Bogotá, Quito, Cuenca, Guayaquil y Lima.

Nuestro propósito organizacional es:

"Co-crear un mundo de individuos libres y responsables a través de la profesionalización del coaching de negocios"

A photograph of a business meeting. Several men in suits are gathered around a table. In the foreground, a pie chart is visible on a document. A smartphone is also on the table. The text 'El problema con la definición de coaching' is overlaid in a black box with white text.

El problema con la definición de coaching



Cuando hablamos de coaching, sucede algo muy interesante: todas las personas tienen una idea de lo que se trata, pero casi nadie logra definir qué es. Y cuando preguntamos qué lo diferencia de otras formas de ayuda como la consultoría, la terapia, el entrenamiento deportivo, la mentoría o la capacitación, aumentan mucho más las dudas y diferencias de entendimiento.

Lo mismo pasa entre personas que no están involucradas con el coaching, que con gran parte de los profesionales de esta disciplina. Esto ocasiona un importante problema en el mercado porque cuando una empresa requiere coaching para sus ejecutivos, puede estar hablando de algo muy diferente a lo que el coach entiende que necesitan y viceversa.

Gran parte de esta falta de definición común tiene que ver con los tipos de oferta de coaching en el mercado. Se detectan al menos cuatro modelos de coaches diferentes:

El “coach” consultor. Es un experto en temas específicos, se enfoca principalmente en los negocios; combina una serie de técnicas como la Programación Neuro-Lingüística, el pensamiento sistémico, terapias psicológicas, entre otros; y utiliza herramientas como gráficas, tests, modelos de management, por mencionar algunos.

El “coach” entrenador. Es el tipo de coach que procura enseñarte cómo ser mejor en roles específicos (relación sentimental, laboral, social, etc.). Es una especie de guía, prescribe tareas, ejercicios, dinámicas y busca enseñar con el ejemplo.

Por lo general, en ambos casos se trata de consultores o capacitadores que han agregado herramientas de coaching a su oficio (principalmente, preguntas y espejeos para que el cliente “descubra”) y mercadológicamente hablando, lo venden como coaching.



El “coach” motivador. Este tipo de coach se enfoca en mantener una alta motivación en sus clientes y un estado anímico eufórico para conseguir una actitud más activa, positiva, alegre y persistente. Muchos lo hacen a través de la imagen de ser un entrenador deportivo o al menos una persona en estado físico saludable y apto. “Tú puedes” y “no te rindas” son sus frases recurrentes. Es una especie de combinación de entrenador deportivo y psicoterapeuta.

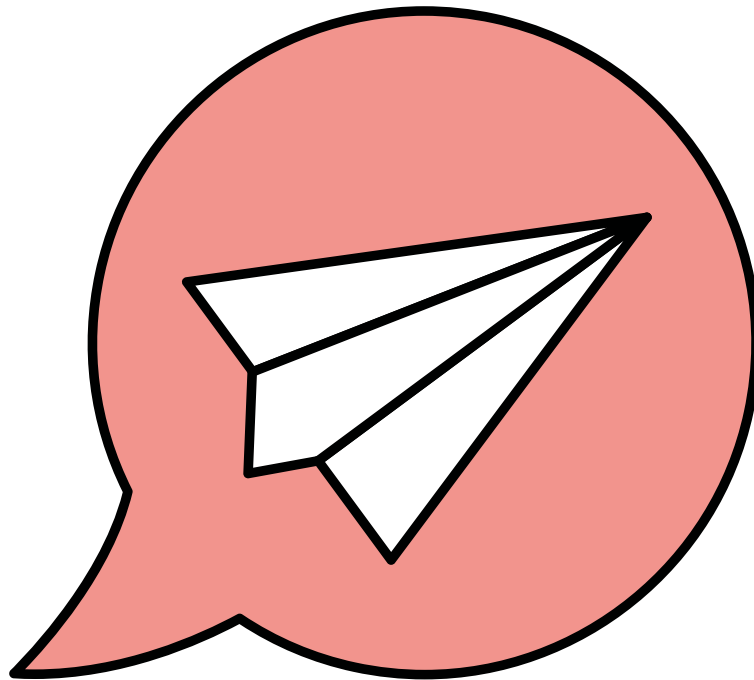


El “coach” transformador. Se enfoca en la transformación del “ser” (a veces le llaman, “siendo”) a través del observador y con ello, el “hacer” del cliente por una mejor, más funcional o más actualizada.

Busca que el cliente se cuestione sus creencias, que genere nuevos significados, que se rediseñe, principalmente, a través del lenguaje y de dinámicas que lo lleven a enfrentar y superar sus miedos y sus creencias limitantes.


Este tipo de coach basa la gran parte de sus prácticas y modelos en conocimientos que provienen del coaching sudamericano, así como cursos de transformación y desarrollo humano.

Nuestro entendimiento del coaching



La propuesta de Business Coaching School difiere de estos cuatro estilos de ayuda, que para nosotros, no son coaching, sino actualizaciones de formas ya conocidas de intervención para objetivos personales o profesionales, de facilitadores que han incorporado herramientas de coaching, pero sobre todo, se promueven como coaches ante la falta de conocimiento del mercado, producto de bajos niveles de investigación académica que hay sobre este tema y, por contraparte, una alta demanda para este tipo de forma de acompañamiento.

Entre estos cuatro tipos de intervenciones mencionadas, no estamos incluyendo al coaching ontológico, corriente sudamericana que basa sus preceptos en el libro Ontología del Lenguaje de Rafael Echeverría, consideramos que se trata de un modelo diferente al que nos parece que es el más eficiente para el mundo de los negocios.



Comenzaremos por mencionar que el modelo de coaching que promovemos tiene como pilares los principios de no directividad de la escuela europeo humanista, herencia de figuras como Tim Gallwey, John Whitmore, Graham Alexander, Alan Fine, así como de sus pupilos modernos, algunos de ellos, trainers de nuestra escuela.

Por otro lado, retomamos la corriente norteamericana de Thomas Leonard, coach estadounidense, quien fundó la International Coach Federation y la International Association of Coaching.

Así, el proceso que los trainers y egresados de las certificaciones de Business Coaching School practican es esencialmente coaching no directivo. Podrían incorporarse herramientas complementarias de otras disciplinas si eso convierte aumenta la eficiencia del proceso de cara al cliente.

En nuestra metodología el coaching es el plato principal, no una guarnición para complementar.

¿Pero entonces qué es coaching?

Empezaremos por lo básico, el coaching es:

UNA FORMA SISTEMATIZADA DE AYUDA

Esto quiere decir que es una de varias formas de apoyo, se conocen al menos cuatro principales: consultoría, capacitación, mentoring, coaching (Ravier en Piza, L. 2017, pp. 224-233). Estas formas son modelos ideales que se pueden combinar e intercalar en una misma sesión de ayuda o se pueden ejecutar de forma “pura”.

Cuando mencionamos “sistematizada” nos referimos a que es necesario capacitarse para llevar a cabo esta particular forma de ayuda. No es posible hacer coaching únicamente desde la intuición, ni desde la observación y replicación de técnicas.

ayudar Conjugar

Del lat. *adiutāre*.

1. *tr.* Prestar cooperación.
2. *tr.* Auxiliar, socorrer.
3. *prml.* Hacer un esfuerzo, poner los medios para el logro de algo.
4. *prml.* Valerse de la cooperación o ayuda de alguien.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

Sobre la palabra “ayuda”, matizamos: algunos coaches de otras corrientes prefieren los términos soporte, acompañamiento y/o apoyo, por las implicaciones que tiene la palabra ayuda. Sin embargo, si nos atenemos a la definición de la Real Academia Española, en su primera acepción, no cabe duda de que es una colaboración, ya que el coaching no se puede llevar a cabo sin cliente ni sin coach. De la segunda, trataremos de alejarnos pues es justamente lo que el coaching no hace.

En cualquiera de los casos, no existe una palabra que defina la forma en la que el coaching ayuda, por lo que tendríamos que agregar a nuestro diccionario personal esta novedosa forma de aprender mientras la cultura del coaching se propaga.

BCS

Business Coaching School®
IAC Coaching Masteries™ Authorized Licensee



Certificación Experto en Coaching de Negocios

Tres programas para generar valor al sector empresarial

- **Certificación internacional Coaching Ejecutivo**
- **Certificación internacional Coaching de Equipos**
- **Certificación internacional Business Coaching**

www.businesscoachingschool.com

Modelo Clásico de Ayuda

Sin importar la definición personal que cada persona tenga sobre la palabra ayuda, que pueden ser tantas como individuos en el planeta, hemos llegado a la conclusión, a través de muchos ejercicios de indagación con nuestros clientes y alumnos, de que sí existe un modelo intuitivo estandarizado de cómo se ayuda.

Este se compone de tres fases y puede incluir una cuarta.

1. Prestar atención.

Se observa y escucha para entender el problema. Se genera empatía. Se busca confirmar lo entendido o acumular la información necesaria para realizar un diagnóstico. Esta es la etapa de indagación.



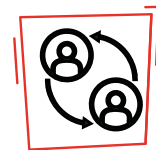
2. Hacer un diagnóstico.

Se procesa la información adquirida, se relaciona con las áreas de conocimiento y experiencia del ayudador. Se estructura y esquematiza para tener una mejor comprensión de la problemática o hipótesis, con lo cual se llega a una propuesta de solución.



3. Compartir la propuesta de solución.

Al entregar la propuesta de solución, la forma de hacerlo puede variar desde lo muy obvio (decir exactamente qué habrá de hacerse) hasta lo más discreto (inducir a que el cliente dé con la propuesta), pasando por las sugerencias, recomendaciones y/o la cocreación de la solución.



4. Implementar la solución.

Si el ayudado no puede implementar la solución por sí solo, requerirá la ayuda de alguien más con quien colaborará (se repartirá la tarea completa entre ellos) o bien, quien lo hará completamente por él (como un médico que realiza una cirugía).





¿Qué limitaciones tiene el MCA?

- Se da entre mínimo dos personas, de las cuales, uno es el experto. Entre más conocimiento, pericia o experiencia tenga este ayudador, mejor ayuda supone. →
- Si el que ayuda no sabe más o no tiene más ni mejor experiencia que quien requiere de la ayuda, su propuesta de solución será poco efectiva y posiblemente, desechada.
- Se asume que a quien necesita la ayuda le falta algo: no sabe, no tiene o no puede. →
- Se ve al ayudado como incompleto y el ayudador en un plano superior.
- El ayudador debe llenar ese hueco con su saber, recursos, experiencia y/o trabajo. →
- No se “enseña a pescar” sino que se da “lo pescado”.
- Se asume que es responsabilidad del ayudador lograr que el ayudado logre su cometido. →
- Quien requiere de la ayuda toma un rol principalmente pasivo en espera de que el experto le diga qué y cómo hacer.
- A pesar de la completa de la solución, por lo general, el ayudado termina haciendo lo que quiere. →
- Siempre existe una apropiación y reinterpretación de la propuesta de

Es decir, este modelo no funciona en todas las condiciones. Por ello, aunque el coaching sigue todas las etapas del Modelo Clásico de Ayuda, tiene una diferencia sustancial: quien lo lleva a cabo no es el ayudador, sino justamente quien requiere de la ayuda, como experto de sí mismo y de su situación. Esta es la gran diferencia con cualquier otra disciplina de ayuda.

Las cuatro formas de ayuda

Anteriormente se mencionó que existen cuatro modelos de ayuda, exploremos tres que tienen algo en común: se basan en el paradigma de la transferencia del conocimiento.

Modelo A o del consultor. Dar soluciones. Se transfiere diagnóstico. El ayudador requiere ser un experto en un área específica del conocimiento y usará el MCA para proporcionar una solución idónea ante una problemática dada. Se vuelve más necesario en la medida en que esta solución sea más urgente y, por lo tanto, no haya posibilidad para que el cliente aprenda mediante el ensayo y corrección. Ejemplos son: asesor en movilidad, médico especialista, estratega, etc.

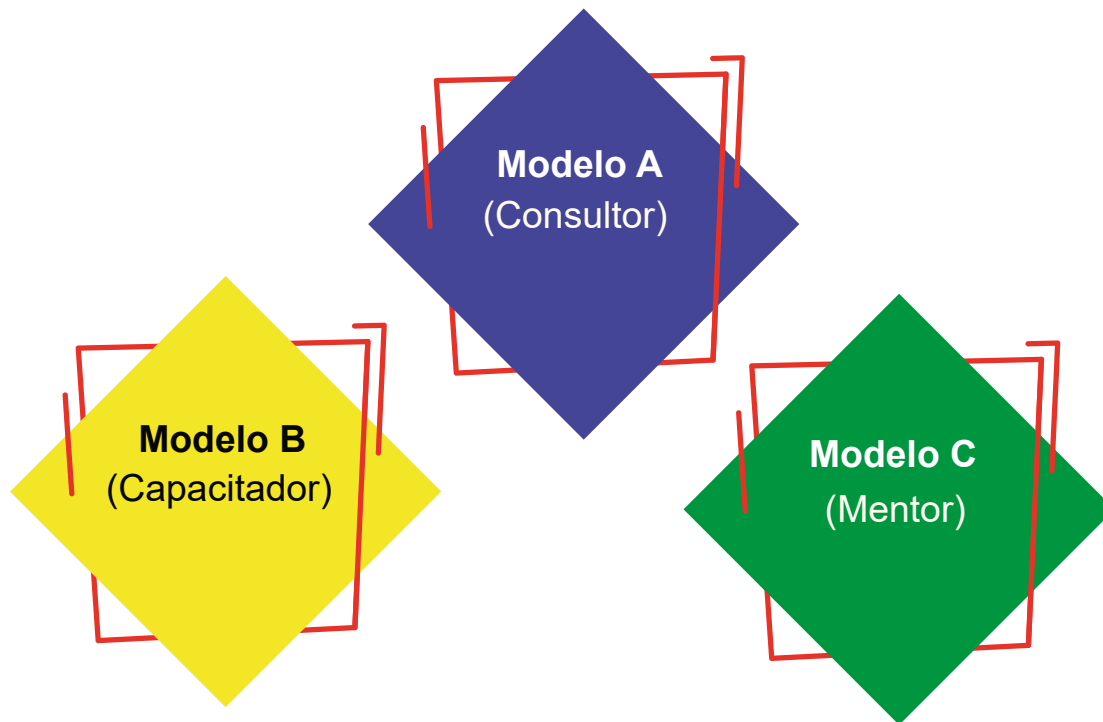
Modelo B o del capacitador. Dar conocimiento. Al igual que el modelo A, requiere ser un experto en la materia a tratar, sin embargo la diferencia principal es que su tarea no es dar la solución, sino enseñar. Para ello, hará uso de diversas técnicas y medios educacionales que pueden ir de la pedagogía a la andragogía. Dependiendo de la complejidad de los conocimientos a transferir, se requerirá el tiempo y sesiones de trabajo. Ejemplos son: profesor, entrenador, capacitador, entre otros.

Modelo C o del mentor. Dar experiencia. El mentor no dice qué es lo que se debe de hacer, sino que dice lo que él ha hecho o lo que haría en una situación similar. Dicho relato deberá ser apropiado y extrapolado a la situación personal de quien requiere la ayuda, retomando los elementos útiles y desechando los que se consideren no aplicables o atractivos. Ejemplos son: anciano de la tribu, sabio, miembro honorario, etc.

A person in a dark suit and white shirt is reading a newspaper. The newspaper has the word "Business" visible in large blue letters. There is a black rectangular box with white text overlaid on the newspaper. The background is a plain, light-colored wall.

Aprendizaje tácito y técnico

Conocimiento técnico o explícito



Estas primeras tres formas de ayuda se basan principalmente en el paradigma de la transferencia del conocimiento, esto es, el conocimiento técnico o explícito.

Según Arceo, se trata de aquel “Conocimiento que es articulado, codificado y comunicado en forma simbólica y/o lenguaje natural (Alavi y Leidner, 2001). Alegre Vidal (2004) lo define como aquél que puede ser expresado con palabras y números, y puede ser fácilmente comunicado y compartido bajo la forma de datos, fórmulas científicas, procedimientos codificados o principios universales.”.

En otras palabras, el conocimiento técnico es aquel que se puede enseñar a través de la transferencia de una mente a otra usando diferentes formas de soporte, desde la verbal, hasta un curso en línea (este eBook es un ejemplo de aprendizaje a través del conocimiento técnico).

Si la respuesta a tu problemática se puede encontrar en el motor de búsqueda de Google, en algún tutorial escrito o en video, en un entrenamiento, libro, grabación, clase, diagnóstico, servicio de asesoría o consultoría, consejo, recomendación o sugerencia, se trata de conocimiento técnico.

Conocimiento tácito o implícito

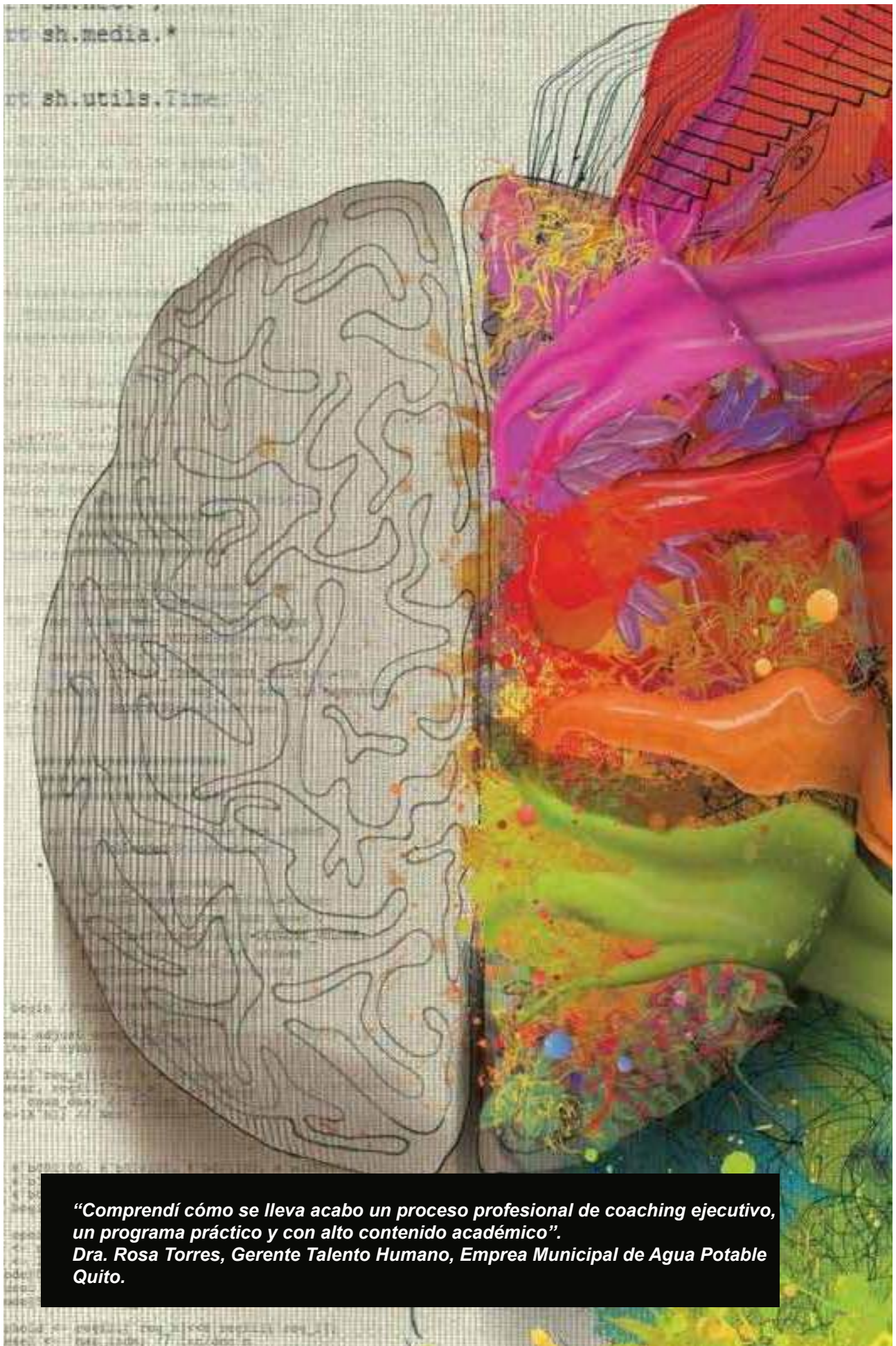
El otro tipo de conocimiento del que hemos sido poco conscientes históricamente es el tácito o implícito. Se trata del conocimiento no visible, muy personal, difícil de formalizar y de comunicar o compartir con otras personas; incluye elementos tales como los puntos de vista subjetivos o las intuiciones.

Así, se trata justamente de lo contrario del técnico pues este tipo de conocimiento no puede ser puesto en palabras y por lo tanto no se puede transferir, sino que debe surgir desde la persona y para ella misma.

El conocimiento tácito es el que se da cuando se aprende, por ejemplo, a andar en bicicleta. Todo el conocimiento técnico que se pueda brindar no es suficiente para que una persona pueda realizar esta tarea. Pasa lo mismo en casi cualquier actividad física o kinestésica, sea natación, fútbol, atletismo, malabarismo, prestidigitación, entre otras.

El conocimiento técnico sirve como apoyo, pero el tácito es fundamental para llevar a cabo correctamente la tarea e incluso es posible seguir estimulándolo al punto de ejecutar magistralmente.





“Comprendí cómo se lleva acabo un proceso profesional de coaching ejecutivo, un programa práctico y con alto contenido académico”.
Dra. Rosa Torres, Gerente Talento Humano, Empresa Municipal de Agua Potable Quito.

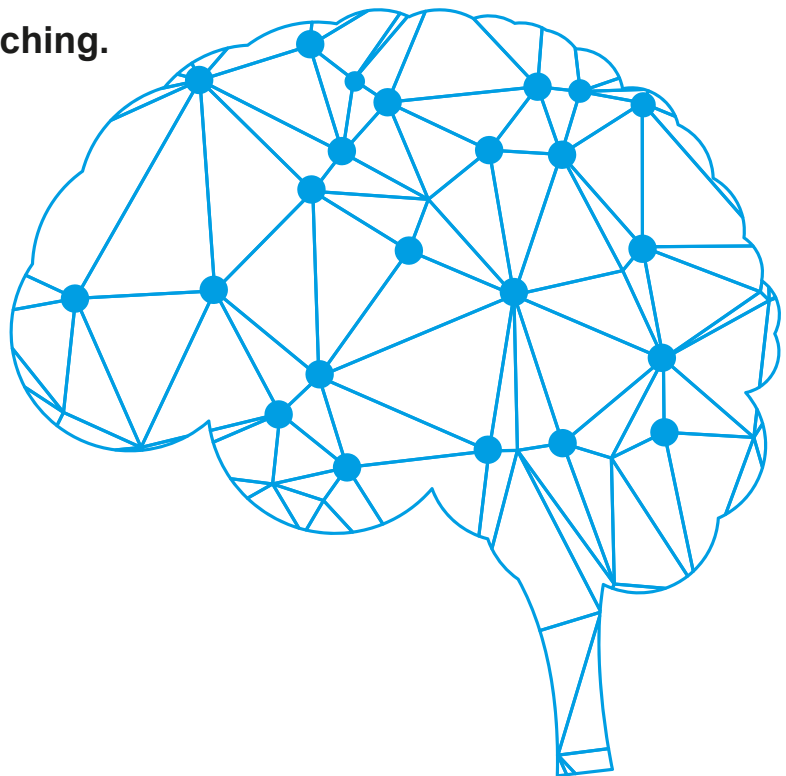
¿Por qué es importante el conocimiento tácito?

Este tipo de conocimiento es fundamental para cualquier actividad humana, porque incluso la asimilación del conocimiento transferido (técnico) requiere del componente tácito. Para el mundo de los negocios, el emprender es eminentemente tácito, ya que si fuera técnico, cualquier persona con un título de negocios sería un empresario exitoso. Sin embargo, ser un empresario ni ser líder se aprenden de la misma manera que se aprende, digamos, a hacer una macros o utilizar una paquetería de software

La mayoría de las decisiones de negocio o de liderazgo que una persona debe tomar son tácitas, y justamente cuando se trata de atender a través del conocimiento técnico, generalmente los resultados no son los esperados y quien termina siendo el culpable, es el experto que dijo qué había que hacer

Así, encontramos que hay una gran área desatendida en los negocios, ya que los emprendedores requieren constante y primordialmente del conocimiento tácito para la mejor toma de decisiones. Adicionalmente, todo aprendizaje basado en la transferencia requiere del conocimiento tácito para fijarlo, sin embargo, se puede generar conocimiento tácito sin la existencia del técnico.

Es aquí donde entra el coaching.



¿Cuándo una situación requiere del coaching?



Basados en la matriz de aprendizaje-urgencia de Ravier, que tiene los ejes “tipo de conocimiento” y “tiempo para aprender” encontramos las siguientes situaciones combinaciones y modelos ideales de ayuda.

El espacio del MIX se refiere a los esquemas de facilitación que utilizan más de una forma de ayuda y hasta las cuatro en diferentes proporciones y momentos. Como se observa, las condiciones ideales para el uso del coaching requiere en la problemática o situación de aprendizaje una combinación de alta necesidad de conocimiento tácito y tiempo suficiente para el aprendizaje mediante la prueba y la corrección. La clave para generar el conocimiento tácito en las personas (sin transferencias) reside en lo que se conoce como la no directividad.



A photograph of two men in business suits sitting at a table. The man on the left is wearing a dark blue suit and a red patterned tie. The man on the right is wearing a grey suit and a blue tie. They appear to be in a meeting, with papers and a laptop on the table. A black rectangular box with white text is overlaid in the center of the image.

¿Qué es realmente coaching?

La no directividad

“ La no directividad se define como la no transferencia de juicio, experiencia ni conocimiento por parte del coach al cliente sobre el tema que el segundo aborda en el proceso, y requiere cumplir las siguientes condiciones: ”

Tres condiciones

1 Estimular el desarrollo del conocimiento tácito del cliente.

2 Mantener el foco de interés del cliente.

3 Respetar los medios de expresión del cliente.

Qué sí

Indagar con curiosidad en las creencias del cliente. Devolver la responsabilidad una y otra vez.

Indagar con curiosidad en las creencias del cliente. Devolver la responsabilidad una y otra vez.

Respetar acuerdos de coaching, mantener la confidencialidad, adecuarse a las solicitudes de aprendizaje del cliente.

Qué no

Abstenerse de transferir experiencia, información ni juicio del coach al cliente sobre lo que éste ha mencionado en la sesión de coaching.

No cambiar el tema de la conversación ni modificar el enfoque al cliente hacia algo que "no ha visto". No limitar ni coartar su proceso creativo.

No imponer dinámicas ni ejercicios que el cliente no quiera hacer o a los que haya que persuadirle a realizar.

Siempre basados en los principios

Consciencia

Libertad

Responsabilidad



Directivo

Directivómetro v. 1.11

→ Doy al cliente el conocimiento para resolver su problemática o lo resuelvo por él

- Hago que el cliente realice actividades ajenas a su voluntad
- Hago evidente al cliente lo que creo que tiene que ver
 - Hago que el cliente se dé cuenta de algo que veo
 - Hago recomendaciones al cliente
 - Sugiero al cliente qué podría hacer
 - Comparto lo que yo o alguien más hemos hecho en situaciones similares
- Doy mi opinión al cliente
 - Comparto información de un tercero, hechos, tests, testimonios, etc
 - Pregunto o pido al cliente que hable de otro asunto que no ha mencionado
 - Parafraseo al cliente usando mi interpretación
 - Utilizo recursos, test, lecturas, etc.
 - Para conocer la interpretación del cliente
 - Completo las frases del cliente con lo que creo que dirá
 - Interrumpo la conversación para hacer una pregunta "muy buena"
 - Introduzco conceptos míos ajenos a los mencionados por el cliente
 - Me centro en lo que para mí es importante
 - Tengo una opinión sobre lo que pasa pero no la comparto
 - **No transfiero conocimiento, juicio ni experiencia al cliente**

No Directivo

Las metacompetencias del CND

Por lo tanto, el coaching que se diga no directivo, tendrá por base las siguientes metacompetencias (Ravier, L., 2016):

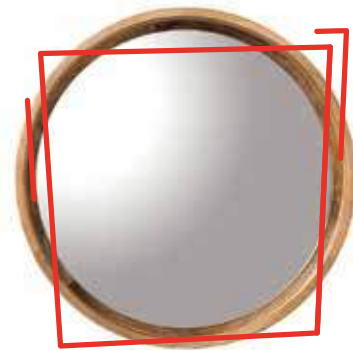
Prestar atención fenomenológica

Contrario a la escucha activa, la fenomenológica busca ver las cosas como son y no como se interpretan. Esto es, si el cliente se cruza de brazos, el coach no verá que “se cerró” sino que podría decirle “veo que te has cruzado de brazos, ¿esto significa algo?” El coach no recurrirá a sus conocimientos para interpretar lo que se dice, sino que usará las mismas palabras y conceptos del coachee y se enfocará en lo que este ha mencionado en las sesiones, y no en otra cosa.



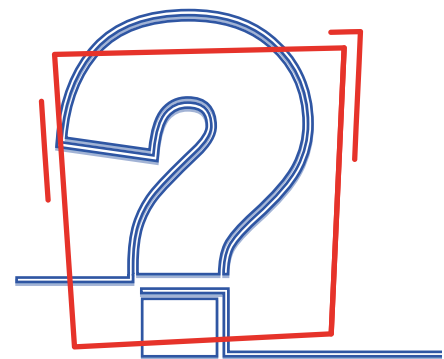
Espejar

Con base en la atención fenomenológica, el coach podrá ser un espejo fiel. De esta manera podrá sintetizar (decir en segundos lo que el coachee ha mencionado en los últimos minutos), recapitular (hacer una síntesis de un tema en particular) y hacer reflejo inmediato (repetir exactamente lo último que el coachee ha dicho al final de la oración).



Preguntar

En el coaching no directivo se dice que lo último que el coach hace, es preguntar, contrario a otras líneas que lo que más hacen es justo esto. La pregunta, para ser no directiva, habrá de ser lo más corta posible, usando los mismos conceptos del cliente (sin paráfrasis, sino textualmente) y enfocada en lo que el cliente ha dicho y no lo contrario.



La no directividad como esencia del coaching

El coaching trabaja principalmente con el conocimiento tácito.

En el coaching, el experto es el cliente.

Eso significa, que el coach ND no actúa desde una posición de superioridad ni sabiduría sobre el problema del coachee.

El aprendizaje en el coaching tiene como pilares la **libertad, la responsabilidad, consciencia.**

Por lo tanto, quien diagnostica y genera un plan de acción es el cliente mismo, no el coach.

Mientras más intervención tenga el coach como “experto”, menos la tendrá el cliente.

La no directividad es un regalo que consiste en confiar plenamente en el cliente y sus habilidades.

“

Mientras que el coach debe ser no directivo respecto al **contenido del tema**, si toma decisiones para la aplicación de las metacompetencias en la conversación de coaching, así como el modelo GROW. La combinación de estos, permiten el libre fluir de las ideas del cliente sin la transferencia de información, juicio ni experiencia por parte del coach sobre su tema abordado.

”

Modelo Clásico de Ayuda basado en Coaching no directivo

Previamente se mostró el Modelo Clásico de Ayuda en el que se muestran los pasos que tiene que seguir el ayudador experto. En el MCA basado en el coaching no directivo, tenemos las siguientes diferencias.

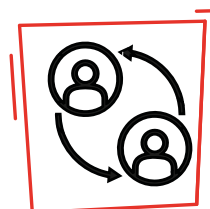
1. Atención. El coach presta atención fenomenológica para poder espejar y preguntar no directivamente. Cuando el coach pregunta, no es para saber ni enterarse, sino para que el cliente se escuche y explore sus creencias.



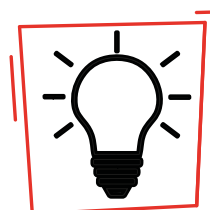
2. Diagnóstico. Quien genera el diagnóstico es el cliente mismo, al seguir el Modelo GROW (materia de otro tomo de esta serie) el cliente puede realizar este proceso intuitivo, de una manera sistematizada, aclarar sus ideas, expandir su conciencia, usar su creatividad para generar más y mejores opciones sobre las cuales tomar decisiones.



3. Compartir. propuesta de solución. Ante las nuevas opciones y aprendizajes que se generan dentro de la sesión de coaching, el cliente elige las mejores estrategias para seguir decantándose en un plan de acción.



4. Implementar la solución. El protagonista principal es el cliente, por lo que habrá de ser este quien lleve a cabo su plan de acción, en la sesión podrá explorar de quiénes se puede apoyar si es que lo requiere, pero no será el coach (el ayudador) quien lo haga por él.



¿Qué es realmente el coaching?

Entendemos que en su aspecto más básico, como comenzamos diciendo, el coaching es:

“

Es una forma sistematizada de
AYUDA *no directiva*

”

En una definición más completa referimos que el coaching es:

Un **proceso conversacional** para el **aprendizaje tácito** que permite **pensar más claramente, tener más y mejores opciones** para así **actuar mejor** y así **lograr resultados extraordinarios**.



Coaching: La cuarta forma de ayuda

Coaching: la cuarta forma de ayuda

Llegamos así a la conclusión de que el coaching ocupa un lugar en las disciplinas de ayuda que estaba sin dueño: la ayuda que no transfiere, que estimula el conocimiento tácito y que genera aprendizaje desde dentro la persona, no desde fuera.

Por lo tanto, el coaching no viene a suplantar la identidad de ninguna otra forma de ayuda, pues tiene la propia. A su vez, entendemos que prácticas de consultoría, mentoría, capacitación o MIX con algunas técnicas o trazos de coaching, no es coaching puro.

Entendemos a la no directividad para el aprendizaje tácito como el componente esencial del coaching, sin el cual, hablaríamos de cualquier otra forma de ayuda. Este es el límite que define al coaching como la cuarta forma definida de ayuda.

Por la cualidad del componente tácito inherente a la práctica emprendedora, empresarial y de liderazgo, se infiere que el coaching es el “eslabón perdido” para potenciar las capacidades de los emprendedores, directores y profesionistas en complemento con el conocimiento técnico.

Asimismo, sabemos que el coaching no funciona en todas las condiciones pues requiere atender el componente tácito del aprendizaje el tiempo que hay suficiente tiempo para aprender mediante el ensayo y la corrección, así como otros factores que exploraremos en ejemplares posteriores.

Reiteramos que el coach que enseña, que aconseja, que diagnostica, que motiva, que le resignifica experiencias a sus clientes o que le da nuevas y “mejores” propuestas de entender la realidad, no debe ser llamado coach, sino facilitador, pues actúa con base en la transferencia de conocimiento, juicio o experiencia.





Visualizar, crear, innovar



Sobre el Coach

Trainer de la certificación internacional en coaching ejecutivo de BCS.

Capacitador, coach ejecutivo y consultor en comunicación.

Tres títulos magna cum laude de comunicación por la Universidad de las Américas Puebla (México).

Coautor del libro “Coaching Humanista. Aplicaciones, fundamentos y herramientas de esencia no directiva”. Unión Editorial, 2017. Madrid.

Coach ejecutivo certificado con diversos procesos activos y concluidos en empresas del giro automotriz, financiero, departamental de lujo, funerario, salud, servicios, así como Pymes, emprendedores y artistas independientes.

Tutor y trainer de más de 100 aspirantes a coach ejecutivo. Coach adherido a la International Non Directive Coaching Society.

Primer Coach ejecutivo certificado en México por Business Coaching School

LUISPIZA



Referencias

Arceo, G. (2016) *El impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de información en la innovación: un estudio en las PYME del sector agroalimentario de Cataluña*. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/Conocimiento%20tacito.htm>

Piza, L. Ravier, L. et al. (2016) *Coaching Humanista. Fundamentos, aplicaciones y herramientas de esencia no directiva*. Madrid: Unión Editorial. Disponible en Amazon.

Ravier, L. (2016a) *Arte y ciencia del coaching*. Madrid: Unión Editorial. Disponible en Amazon.

Ravier, L. (2016b) *Coaching no directivo. Metodología y práctica*. Madrid: Unión Editorial. Disponible en Amazon.

Autoría

Mtro. Luis E. Piza Salazar
contacto@luispiza.com
www.luispiza.com

Business Coaching School®

Email: info@businesscoachingschool.com
Web: www.businesscoachingschool.com

www.businesscoachingschool.com