

EL COACHING COMO PROCESO DE FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES JÓVENES A NIVEL MUNDIAL

The coaching as training process of young entrepreneurs worldwide.

María Hernández Valbuena ¹

RECEPCIÓN: Abril, 2016
APROBACIÓN: Junio, 2016

¹CEO – Coach Gestalt, Conferencista, Seminarista, Docente. Doctorado en Ciencias Humanas en la Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela. Magister en Ingeniería de Control y automatización de Procesos, de la Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. E- mail: enmanuela@gmail.com

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito analizar el Coaching como proceso de formación para los emprendedores jóvenes a nivel mundial. Esta validación se inicia para dar respuesta a una serie de interrogantes y necesidades actuales para el abordaje de la formación de competencias en cualquier ámbito del ser integral en lo técnico y emocional para este caso específico la formación de jóvenes emprendedores. La metodología siguió el tipo de investigación documental la cual permite establecer la teoría sobre el Coaching, el actor responsable que es el joven Coachee y el Coach. Se determinó que es una tendencia que se venía implementando de forma empírica y de generación en generación desde Sócrates hasta el día de hoy, que genera cambios casi inmediatos en el desarrollo de competencias de un hombre integral, en la búsqueda de mantenerlo íntegro en valores a pesar de los cambios y adaptaciones al vertiginoso movimiento informativo mundial, donde él debe tener más competencias blandas de manejo de personal y capacitación, para que finalmente pueda generar innovaciones con creatividad fresca, y el no bloquearse; cosa que hacían los filósofos, pensantes, escritores, poetas, diseñadores cuando estaban creando las dimensiones de las culturas, costumbres, valores, deberes y derechos con paradigmas y sobre todo cambiar el mundo con el emprendimiento como generación de relevo.

Palabras clave: Metodología, tendencia, empírica, competencia, creatividad.

ABSTRACT

The research was aimed to analyze the coaching as training process for young entrepreneurs worldwide. This validation is initiated in response to a series of questions and needs for addressing skills training in any area of be integrated in technical and emotional for this specific case the training of young entrepreneurs. The methodology followed the type of documentary research which allows to establish the theory of coaching, the responsible young actor who is Coachee and Coach, the methods of training of human talent that are used depending on the expressed need. It was determined that is a trend that had been implemented empirically and from generation to generation from Socrates to today , which generates almost immediate changes in skills development of an integrated man , seeking to keep intact in values despite the changes and adaptations to rapid global information movement , where he must have softer skills of personnel management and training , so that eventually could generate innovations with fresh creativity , and not be blocked ; which they did philosophers, thinkers, writers, poets, designers when they were creating the dimensions of cultures, customs, values , rights and duties with paradigms and especially change the world with entrepreneurship as relief generation.

Keywords : Methodology , trend, empirical , competition,creativity.

INTRODUCCIÓN

1. Posturas Preliminares

En la actualidad la mayoría de las personas cuando alcanzan la edad entre 18 y 25 años muchas veces los padres les ayudan a decidir qué hacer y al pasar los años se dan cuenta que eso no era lo que le gusta. Los jóvenes inician un ciclo de preguntas desde su consciente al inconsciente, donde tratan de llenar esos vacíos que tienen y sienten, por lo rápido que han vivido, o presiones con malas experiencias vividas, o donde realmente su vida actual es un caos donde no encuentra salida. Por lo que algunas veces se preguntan: ¿Se quién soy?, ¿Por qué estoy aquí?, ¿Se mi misión de vida?, ¿Realmente he logrado mis objetivos?, ¿Será que soy feliz?, ¿Será que mi formación ha sido la correcta?, ¿Para qué estoy viviendo?, ¿necesito una transformación o un cambio?, ¿será que seré un desempleado más?, ¿realmente necesito estudiar?, ¿trabajo o emprendo?, ¿quiero una familia? y con esas preguntas la mayoría de las personas caminan a diario, sin pensar que necesitan darle respuestas de manera organizada dentro de un proceso, con el cual lograrían desatar esa visión y propósito de vida, que finalmente es un emprendimiento.

Ese proceso donde las preguntas, generan respuesta en aspectos de la vida para poder sobrevivir, rentabilizar y potenciar al máximo sus capacidades, habilidades y destrezas, y así lograr los objetivos y metas propuestas en la vida de manera planificada. Por lo que el

Coaching como un proceso de formación, le permitiría al cliente que es el coachee, generar ese auto-proceso de Coaching con el apoyo del Coach, como una filosofía de vida y lograr cambios para adaptarse a ellos en diferentes contextos u organizaciones, dada la situación global de la humanidad y los escasos recursos que por la desvalorización se han malgastado lo que el universo ha provisto, con la poca formación del propósito de vida sin perjudicar el planeta, que directamente es perjudicar a los seres vivos como los seres humanos.

Así mismo los líderes en cualquier nivel indican que, la principal razón para invertir en desarrollo – Coaching es mejorar efectivamente los resultados. Por lo que Hoffman (2007:19), si algo puede ofrecer el Coaching o entrenamiento “son datos cuantificables y positivos en cuanto a mejoras en resultados y desempeño de quienes de manera voluntaria, motivada y positiva han participado en un proceso profesional de Coaching organizacional”.

El mismo autor Hoffman (2007:33), expresa “la idea en el proceso de trabajar con competencias es desarrollar individuos capaces de ubicar, diferenciar, valorar y utilizar eficientemente los diversos recursos de su entorno personal y exógeno inmediato para alcanzar metas eficazmente.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Analizar El Coaching Como Proceso De Formación De Emprendedores Jóvenes A Nivel Mundial

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar los conocimientos y criterios del Coaching
- Determinar el perfil del Coach para ejercer como Coach en el proceso de Coaching orientado a la formación.
- Describir los métodos aplicados por el Coach para el desarrollo y acompañamiento del Coachee a través del Coaching en la formación.

REVISION DE LITERATURA

3. Coaching

La vida del ser humano está en un constante cambio hasta la muerte y la formación del hombre integral, se ha vuelto más compleja, basada en los cambios universales, donde la adaptabilidad, las competencias y capacidades necesarias van requiriéndose más rápido, por lo que en su capacitación se deben incluir métodos y técnicas que le permitan seguir en sus metas y objetivos personales, familiares, organizacionales, para estar en armonía con el universo, por lo que la agilidad con el uso del Coaching es mantenidas ante las adversidades.

Según Amador (2010: 23) “por muy mal que vayan las cosas piensa que siempre pueden ir peor”; aprendiendo con el Coaching que

hay cosas peores, y cuando te paras en un lugar y observas la línea del tiempo por la que ya has pasado, te das cuenta que había algo más fuerte y que tu solo tenías una parte de ello; por lo que basándose en esa reflexión, cuando ya tienes el Coaching como filosofía de vida, pasa que siempre estás en contacto con tu ser indicándole preguntas para darte cuenta cuál es tu realidad, y cuál es la realidad del otro.

Así mismo, con esa formación en Coaching y liderazgo, fue descubriendo mayores habilidades y daba gracias por ellas, y el aprender a escuchar y no juzgar fue uno de sus grandes aprendizajes y que cada ser es único, y que lo más importante en la vida es poder respirar; aunque queda claro, que el sentido de la vida y tu propósito es único, porque es un ser único y especial.

En el marco de la presente investigación sobre Coaching como proceso de formación, para lograr transformaciones positivas y lograr un hombre íntegro donde lo tengan como parte de su filosofía de vida, para aumentar sus capacidades de adaptabilidad humana, para obtener sus metas y objetivos, donde se logran generar nuevos comportamientos, valoraciones a lo que el universo nos entrega, capacidad de visionar nuevos mundos, integrados con la motivación, el crecimiento personal-individual orientado al logro de los resultados.

Hoy en día dependiendo de la escuela o tendencia el término Coaching es definido por varios autores desde lo general hasta lo específico que es aplicado a un área de

conocimiento y una de las definiciones según López (2005:136) es “el proceso que ayuda a una persona a alcanzar una meta, guiado por un coach”. Así mismo, en el encarte escrito por la investigadora afirma que la Sociedad Francesa de Coaching lo define como: “el acompañamiento a una persona a partir de sus necesidades profesionales, para el desarrollo de su potencial y de su saber hacer”.

Popularmente se conoce el Coaching como una estrategia para el crecimiento y desarrollo de un miembro o de un equipo a través de su acompañamiento en el campo de juego. Sin embargo cuando hablamos de organizaciones las definiciones tienen variaciones. A continuación se presenta una variedad de definiciones que se han hecho sobre este concepto aplicado a las organizaciones.

Según Salazar y Molano (2000) el Coaching es un sistema que incluye dentro de su estructura teórica – práctica: conceptos, estructuras, procesos, herramientas de trabajo e instrumentos de medición y grupos de personas; por lo que es un estilo de liderazgo. También una forma diferente de seleccionar personal y de desarrollar el talento humano, debido a la manera como se planifican las estrategias necesarias para llevar a los equipos a ser ganadores.

Según Menéndez J (2003) el Coaching es una serie de técnicas y procesos que ayudan a realizar mejor todo aquello que se sabe hacer, potenciando todas las habilidades y

capacidades, y, al mismo tiempo, permite el aprendizaje de conceptos necesarios para llegar hasta donde se desee.

Salazar y Molano (2000) establecen que el Coaching es como un enfoque muy amplio que incluye liderazgo, plan de desarrollo profesional, aprendizaje organizacional y por tanto, el desarrollo de las potencialidades de los individuos que hacen parte de la organización y que interactúan con sus valores, misión y objetivos de esta forma se constituye en una estrategia.

Según Castro (2012: 37-43), “es una metodología de aprendizaje, una conversación entre un coach y un coachee realizada en un contexto productivo y orientado a resultados”. En pocas palabras promueve el darse cuenta en el aquí y el ahora de los efectos que las acciones están repercutiendo en los demás y el tipo de relaciones y convivencia que se genera en el sistema; por lo que no revisa el pasado, trabaja sobre las consecuencias que ese produce o afecta en el presente. Lo que acomete es mejorar los recursos, herramientas o aprendizajes del coachee para facultarlo en la acción.

La misma autora Castro (2012:37) indica que “el Coaching es un espacio privilegiado para aquellos que quieran cuestionarse con respecto a sus deseos personales, laborales, familiares o educativos, de sus pérdidas entre otros, y además, sobre sus motivaciones existenciales profundas”. Finalmente ayuda al

coachee a preguntarse y a responder el ¿para qué?.

4. Conocimientos y criterios que identifican al Coaching

4.1. Metas

Consiste en alcanzar objetivos y desarrollar personas. Se centra en la soluciones aportadas por el cliente. Las metas deben estar en consonancia con los cambios que desean alcanzar, deben ser claras y definibles. Se estable dos tipos de metas, las personales que se enfocan en los cambios del desempeño, así como, en el impacto productivo; y la segunda, las metas que junto al equipo de trabajo se establecen. Esta segunda se mide aparte de los números del negocio, el grado de compromiso que se está alcanzando producto del cambio personal que el cliente está realizando, si esto es a nivel laborar u organizacional. Según Hoffmann (2007).

4.2. Regulaciones

El Coaching es regulado mayormente por la ICF (International Coach Federation) y por otras asociaciones dependiendo de las corrientes de Coaching que estén activas en el mundo como grupos de investigación, donde los maestros crean sus escuelas y certifican basados en sus modelos. Por lo que investigaciones de la International Coach Federation (ICF) revelan que el conocimiento sobre Coaching aumenta en Latinoamérica a medida que los consumidores recurren a coaches empresariales o de vida para

alcanzar sus objetivos personales y profesionales.

En toda Latinoamérica, los individuos y las organizaciones están aprovechando el Coaching para mejorar su rendimiento laboral, ampliar sus oportunidades profesionales y mejorar estrategias de gestión empresarial, afirmó Damián Golvarg, presidente de ICF Global y coach principal certificado, quien agregó: “Los consumidores satisfechos están haciendo correr la voz acerca de los diferentes beneficios del Coaching”.

Cualquier certificación dependerá de la escuela que proviene cada Coach, su aplicabilidad y su acreditación internacional por el instituto o universidad. Lo importante es reconocer las corrientes sin desestimar las acciones por obtener un mundo mejor con apoyo y trabajo entre colegas.

4.3. Responsabilidad

En este sentido Hoffmann (2007) dice que el coach debe recordar que el objetivo de todo es enseñar al cliente a aprender, a hacer un acercamiento integral a su propio desempeño, emociones, que le permitan analizar, comparar, establecer causas y consecuencias, reflexionar sobre sus necesidades que lo lleven a darse cuenta, a descubrirse en todas sus facetas.

Aunque los Coach son los responsables de su proceso de aprendizaje, el coach profesional entiende que ellos van de menos a más y que es parte importante de su rol como facilitadores el crear un ambiente de

sinceridad, apoyo y confianza en el cual se puedan generar situaciones de crecimiento y autoconocimiento que permitan el desarrollo integral, sistémico y holístico.

4.4. Duración

La duración del Coaching está definida por procesos y objetivos siempre y cuando no exista dependencia entre ambos.

Se presenta por procesos y objetivos, mientras no se cree dependencia, cada proceso de Coaching es distinto pero el tiempo mínimo aconsejable para obtener resultados es de tres a seis meses, esto lo afirma Villa y Caperán (2010), cada sesiones tienen una duración de entre una a dos horas según requiera el tema y el programa en el que se encuentra.

Las sesiones de Coaching constan de diálogos entre coach y coachee de duración de entre 60 y 90 minutos, el número de sesiones depende de los objetivos que se quiere conseguir, donde el coach guía al cliente, por medio de preguntas estratégicamente planteadas hacia los objetivos y deseos, ayudándole a clarificar sus ideas y la búsqueda de recursos y soluciones.

Hoffmann (2007) al respecto de este aspecto de la duración señala que este no puede ser cosa de tres sesiones, se necesita tiempo, trabajo dedicado e inteligente para producir estos cambios en los ejecutivos o personal organizacional. El proceso no es sencillo, se trata de modificar viejos comportamientos, hábitos, creencias y solo se logra con

práctica constante mediante la experiencia que generan el convencimiento espontaneo del darse cuenta.

4.5. Modo de aplicación

El Coaching puede ser aplicado de manera presencial, telefónica y mail. El acompañamiento que hace el coach durante los meses de trabajo es muy importante para el proceso de cambio que experimenta el cliente. Las sesiones de Coaching suelen ser presenciales, aunque también pueden ser vía Skype (videoconferencia) y telefónicas. La duración de cada sesión es entre 60 y 90 minutos, y con una periodicidad de una semana o 15 días inicialmente, y espaciándose un poco más a medida que el proceso avanza.

4.6. Formación requerida

El coach recibe su formación en las escuelas acreditadas por ICF o universidades que entreguen la certificación de coach en la filosofía desarrollada. Como actividad, es una disciplina que permite identificar y descubrir los obstáculos que impiden a la persona cumplir con sus objetivos, así como descubrir nuevas metas que la sitúen en un estado de crecimiento, para mejorar el desarrollo de sus competencias. Las actividades de Coaching están actualmente siendo ofertadas en el mercado por una diversidad de profesionales, entre ellos los Psicólogos. Como única referencia para el buen hacer del coach esta la International Coach Federation. España (ICF-España), quien regula y certifica la capacitación profesional pero en España, y

así cada país tiene su sede. De igual forma universidades reconocidas entregan avales como la Universidad Gestalt de América, COTAN, Institut Gomá Barcelona, entre otros.

Actualmente hay varias organizaciones en España que basan su modelo de formación en Coaching en las definiciones, código deontológico y competencias de la ICF. Estas son la Augere Foundation, la escuela Europea de Coaching y el Instituto Internacional Ola coach. Sin duda, en el futuro irán surgiendo escuelas y formación en Coaching, pero para obtener la garantía de que cumplen con la calidad suficiente en cuanto a la filosofía, las técnicas, los principios y el conocimiento, tendrá que contar con el sello de la International Coach Federation (ICF) o una universidad reconocida.

4.7. Pericia

El coach debe ser un experto en Coaching, viene del latín peritía que significa habilidad, sabiduría y experiencia en una determinada materia. Quien cuenta con pericia recibe el nombre de perito: se trata de un especialista que suele ser consultado para la resolución de conflictos. Una pericia puede ser un estudio que desarrolla un perito sobre un asunto, que incluye la presentación de un informe.

Este informe pericial siempre incluye una descripción detallada del objeto, la persona o la situación en estudio, la relación de todas las operaciones practicadas durante la pericia con su resultado, la enumeración de los

medios científicos y técnicos que se utilizaron para emitir el informe y las conclusiones. En el Coaching, el coach se convierte en el perito, es decir en el experto que acompaña al, coachee, al equipo o grupos para el desarrollo de sus potenciales en el marco de objetivos personales. Combinando el proceso de Coaching con otras herramientas como; la inteligencia emocional, la microexpresión, neurosemántica, la hipnosis y/o la grafología.

El rol del coach es ayudar según Hoffmann (2007), al cliente a diagnosticar el desfase, los problemas o situaciones críticas que impactan negativamente sus resultados y buscar opciones diferentes de desempeño que generen los resultados esperados, utilizando las cuatro técnicas del coach profesional: observar, escuchar, preguntar y confrontar.

En el proceso de Coaching los resultados y el desempeño depende de diversos factores, tales como: las características o herramientas disponibles para la gestión, la actitud del cliente, el desempeño de los diferentes equipos de trabajo involucrados, factores externos a la compañía, la cultura y las normas de la organización, el conjunto de procesos a través de los cuales las personas interactúan para alcanzar los resultados parciales y las metas finales entre otros. En este sentido los aspectos tratados anteriormente con relación al conocimiento del Coaching, fundamentado en autores, son de importancia para los fundamentos teóricos de la presente investigación.

Por otra parte Menéndez y Worth (2003) indica que el Coaching normalmente trabaja con gente activa y con éxito que quiere destacarse y crear una vida extraordinaria. Avanza en los objetivos, se orienta al ¿para qué?. Adicionalmente está centrado directamente sobre el individuo, en el logro de objetivos del coachee quién hace la demanda, por lo que brinda un servicio personalizado donde la decisión e iniciativa es del cliente. El mismo autor indica que con el Coaching se logra el desarrollo de las habilidades propias del coachee basado en las motivaciones del mismo y sus capacidades potenciales

5. Perfil del Coach

El coach es el individuo que facilita el desarrollo ya sea profesional o personal de su coachee. Este planea el desarrollo profesional de quienes tiene a su cargo y los ayuda a ampliar la visión, descubrir patrones, contextos y preguntas, que uno no ha sido capaz de ver. El coach es un facilitador que se concentra en el potencial de la persona.

Entre algunas cualidades del coach se mencionan; ejemplar, carismático, honrado, integro, dispuesto al cambio, dedicado, paciente, interesado, perceptivo, atento, visionario, motivador, positivo, entusiasta, comprensivo, confiable, tolerante, seguro y observador (Cook, 2000; Salazar y Molano 2000; Lyons, 2001; Villalonga, 2003; Whitmore, 2003; Cardona, 2004)

El coach en su labor no busca al culpable, sino alcanza las metas de productividad

brindando Coaching a sus coachees para que logren un rendimiento óptimo, su actitud es contagiosa, ya que infunde energía positiva en cada encuentro. El coach efectivo confía en que sus coachees pueden realizar la labor asignada correctamente, utiliza comunicación efectiva, la cual es específica y concreta, fundamenta sus labores en metas claras y bien definidas, atrae respecto y lealtad, pues conoce su trabajo mejor que nadie, es consciente de aquellas cosas que no se expresan con las palabras sino con los gestos, trata a sus coachees como personas valiosas, de tal modo que aprende a conocerlos y tratarlos mejor, se asegura que sus coachees entienden lo que les explica, mantiene siempre una presencia fuerte.

Según otros autores como Villa y Caperán (2010). El coach o entrenador es un dinamizador y acompañante en el proceso de aprendizaje y perfeccionamiento de su cliente o de la persona a quien va dirigido el Coaching. Su trabajo radica en estimular y facilitar la autorreflexión del coachee a través de metodologías científicas, válidas y viables con el fin de que este diseñe y adquiera un compromiso frente a planes de desarrollo que se establezcan y que desemboquen en su mejoramiento personal y profesional.

Para Menendez y Worth (2003), el coach es aquella persona en la que se ven reflejados las debilidades de su cliente y ofrece una forma diferente de comprender su personalidad, sus acciones, actos y resultados. Para ellos todo coach debe tener

presentes estas cualidades y habilidades, si bien no todas por lo menos la mayoría.

Esa cualidades y habilidades son: Armonía, articular lo que está pasando, automanejo de las emociones, tormenta de ideas, creatividad, claridad, confidencialidad, crear confianza, desafío, escuchar, establecer y planear metas, estructura, fono de la cuestión, imparcialidad, interés, interrupciones con tacto, intuición, llevar a cabo la acción, metáforas, mantener la agenda del cliente, paciencia, mantenerse enfocado en el Coaching, pedir permiso, preguntas poderosas, reconocer los resultados, reencuadre, responsabilidad, silencio, solicitar información, uso del lenguaje del cliente, validación de los resultados del cliente, ver desde una posición de metas, visión, visualizar.

Teniendo en cuenta la revisión bibliográfica de coach se define entonces como el líder que se procura con su labor plantear el crecimiento personal y profesional de las personas que hacen parte del equipo, haciendo lo necesario para lograr el progreso de las potencialidades de sus coachee para el mayor provecho de las mismas y por ende en una mejor calidad de vida profesional y personal que se manifieste en un mejor trabajo en equipo y sea más provechoso para la organización.

Por su parte Cárdenes y Quesada (2007) señalan varias cualidades que ha de transmitir un coach durante el proceso de Coaching, entre las cuales se encuentra el conocimiento

de las herramientas de diagnóstico y análisis para enfocar su trabajo, compromiso personal que incluye el estimular, orientar y retar al coachee para que alcance los objetivos, generar nuevos puntos de vista; a través de la realización de entrevistas, confidencialidad, confianza y diálogo, transmitirle el protagonismo del proceso al coachee como participante principal de sus propios logros, silencio como estrategia de indagación y por último la estimulación constante.

Después de haber analizado diferentes autores, para el desarrollo de esta investigación se consideran los aportes de Villa y Caperán (2010) para identificar el perfil del gerente o Coach para ejercer el Coaching orientado al desarrollo del talento humano. En sus aportes estos dos autores conciben al coach como un producto final que se obtiene de una forma de pensar, hacer y comunicar a través de múltiples experiencias y su interés por el aprendizaje. El coach tiene un perfil basado en la formación, liderazgo, desarrollo de colaboradores, empatía, flexibilidad, asertividad, innovación, impacto e influencia y autocontrol. Este perfil está cimentado en los contenidos conceptuales, las herramientas y los objetivos del Coaching cuyo camino primordial es la mejora del rendimiento a través del desarrollo de las habilidades del individuo.

Los autores Villa y Caperán (2010) determinan unas competencias claves que debe tener todo coach que son:

5.1. Formación

Dentro de la formación que debe tener un coach se pueden mencionar: psicólogo, pedagogía, management, gestión de recursos humanos, teoría de aprendizaje de adultos, habilidades directivas. Tener experiencia profesional en el campo directivo o en la dirección de equipos de trabajo y consultoría en recursos humanos.

5.2. Liderazgo

El coach es orientador y un líder que es capaz de visualizar escenarios y estrategias, convirtiéndose en un conexo en la búsqueda continua de soluciones y mantenimiento de la cohesión.

5.3. Desarrollo de colaboradores

Esta competencia hace referencia a la fijación de objetivos claros y definidos, marcación de prioridades, proporción de feedback a su equipo de trabajo. Promoción de la autonomía y el desarrollo de su equipo, motivación y desarrollo de los mismos.

5.4. Empatía

El ponerse en el lugar del otro, anticipando reacciones que facilitan el feedback y así modificar comportamientos y entender las necesidades del otro es un excelente proceso empático que todo coach debe mantener.

5.5. Flexibilidad

El ser flexible le permite al coach no imponer, y tiene la capacidad para adaptarse y trabajar

con diferentes personas, entornos y problemáticas, variación de situaciones, personas, grupos, objetivos y estrategias para llegar a los resultados.

5.6. Asertividad

Es una competencia que debe desarrollar el coach para que pueda expresar sus sentimientos, sus opiniones, lo que cree y lo que necesita abriendo posibilidades de diálogo y confianza con los demás, sin ofender y crear presión.

5.7. Innovación

Los Coaches deben tener la facilidad para promover soluciones creativas, originales, audaces, eficaces y accesibles que lleven a resolver problemas a los que no se pensaba existía una solución.

5.8. Impacto e influencia

El coach debe ser o desarrollar las competencias de una persona persuasiva, convincente, que ejerce influencia y genera confianza en los demás para que estos logren alcanzar sus propios objetivos.

5.9. Autocontrol

El autocontrol y conocimiento de sí mismo capaz de ejercer control de sus respuestas físicas y psicológicas que lo lleven a un comportamiento eficaz.

5.10. Comunicación

Sin comunicación efectiva, eficaz y eficiente el proceso que llevará a cabo el coach será nulo, por lo que el estar comunicando constantemente con el coachee validando sus avances podrá seguir generando cambios y acompañamientos en ideas, situaciones, inquietudes y narrativas.

6. Métodos de Formación del Talento Humano

Existen variados métodos para el desarrollo de competencias en las personas y también técnicas para mejorar las habilidades personales dentro del trabajo o cualquier actividad que sea asignada, generada como mejora continua o emprendimiento. Chiavenato (2008), propone métodos como la rotación de puestos, asesorías y la asignación de comisiones, cursos y seminarios, ejercicios de simulación y la capacitación fuera de la empresa. A continuación se da una descripción de lo antes mencionado según el mismo autor:

6.1. Aprendizaje Práctico

Chiavenato (2008), afirma que es una técnica de capacitación donde la persona debe dedicarse, de tiempo completo, al análisis y la resolución de problemas de otros proyectos o departamentos. Por lo general es aplicado en conjunto con otras técnicas. En las organizaciones hay gran variedad de personas que realizan capacitaciones juntas para desarrollar proyectos que requieren cooperación.

6.2. Asignación de Proyectos

Este método es considerado como una oportunidad que se le da al empleado de participar en proyectos de trabajo, donde participa en la toma de decisiones, aprende al observar a otros e investiga problemas específicos de la organización. Estos proyectos son de naturaleza temporal y transitoria y actúan como fuerzas de tarea diseñadas para resolver un problema específico y proponer soluciones alternas y recomendaciones para su implantación. Para Chiavenato (2008), además de ello permiten que la persona tenga más contacto con otros miembros de la organización, amplíe su comprensión y goce de más oportunidades de crecimiento.

6.3. Ejercicios de simulación

La simulación se ha convertido en una técnica de capacitación y desarrollo. Los ejercicios de simulación incluyen estudios de casos, juegos de empresas, simulación de funciones (role playing), etc. En el análisis de los estudios de casos se utiliza la experiencia de otras organizaciones para que la persona describa y diagnostique problemas reales, analice las causas, plantee soluciones alternas, seleccione la que considera más adecuada y la implante. Los juegos de empresas y los ejercicios de dramatización colocan a la persona en el papel de autor de problemas administrativos o de participante en ellos. Los ejercicios de simulación permiten crear un ambiente similar al de las situaciones reales en las que trabaja la

persona, sin los elevados costos de situaciones indeseables.

6.4. Estudio de casos

Es un método de desarrollo que presenta a la persona una descripción escrita de un problema organizacional que debe analizar y resolver. Se trata de una técnica que permite diagnosticar un problema real y presentar alternativas para su solución, desarrolla habilidades para el análisis, la comunicación y la persuasión.

CONCLUSIÓN

Una vez culminada la investigación, se presenta en este apartado las siguientes conclusiones del estudio para el analizar el Coaching como proceso de formación, se pudo determinar que no es algo nuevo, y que más bien ahora se le está sacando el uso aplicado a otras áreas de conocimiento para poder generar cambios y adaptaciones al vertiginoso movimiento informativo mundial, donde el ser humano debe tener más competencias blandas de manejo de personal y capacitación, para que finalmente pueda generar innovaciones con creatividad fresca, y el no bloquearse; cosa que hacían los filósofos, pensantes, escritores, diseñadores cuando estaban creando las dimensiones de las culturas, costumbres, valores, deberes y derechos; finalmente logrando en los jóvenes entre 18 a 25 años iniciar o alcanzar sus objetivos porque todo es un emprendimiento.

Coaching no es el todo, pero en el todo de la vida puede aplicarse Coaching para descubrir

lo que el coachee desea alcanzar a través del acompañamiento y entrenamiento del coach. Para ello se debe tener planteadas unas metas, basadas en regulaciones por los organismos e instituciones de corrientes formadoras de coaches; con responsabilidad y ética ante todo, dado que se trabaja con el ser holístico e integral; con una sincera duración para que el cliente o coachee confíe en esa persona que le va a estar guiando y acompañando.

Las personas que se certifican y obtienen como profesión el Coaching es para entregar un servicio, en el cual la formación, liderazgo, desarrollo de colaboradores, empatía, flexibilidad, asertividad, innovación, impacto e influencia, autocontrol y comunicación es el día a día de ellos; siendo el acompañamiento y entrenamiento de los clientes que vendrían siendo los jóvenes entre 18 a 25 años, un estilo de vida porque debes pensar, comunicar y hacer con congruencia, debido a que eres el ejemplo de muchos en la calle.

El coach debe ser una persona que le guste aprender todos los días algo nuevo y sobre todo métodos aplicados por el para el desarrollo y acompañamiento del coachee a través del Coaching, debido a que son personas diferentes en todas las dimensiones y sobre todo en lo biológico, espiritual, psicológico, estético, por lo que los métodos que describen en esta investigación son los más usados, tales como: aprendizaje práctico, asignación de proyectos, ejercicios de simulación y estudio de casos.

BIBLIOGRAFÍA

- Amador, P. (2010) AutoCoaching para Despertar. Colección acción Empresarial. España.
- Bou, J. (2007) Coaching para Coaches. El desarrollo de habilidades en el aula. Editorial Club Universitario España.
- Cárdenes, J. y Quesada, S. (2007). Descubriendo mi Coach. Díaz de Santos. Colombia.
- Castro, M. (2012) Coaching Tanatológico. Editorial Trillas, S.A. México
- Cardona, P. (2002). Las claves del talento humano. La influencia del liderazgo en el desarrollo del capital humano. Editorial Trillas. México.
- Chiavenato, I. (2008) Gestión del Talento Humano. Mc Graw Hill. México.
- Crane, T. (2002). The Herat of Coaching. FTA Press. San Diego California.
- Cook, M (2000). Coaching Efectivo. Mc Graw Hill. Colombia.
- Ferrer, J. y Déniz, S. (2007). Descubriendo con Coaching. Ediciones Díaz de Santos. Caracas.
- Goldsmith, M; Lyons, L y Freas, A. (2001). El Coaching en el corazón de la estrategia. La última palabra en desarrollo de liderazgo. Pearson Educación. México.
- Hall, M; Duval, M; (2010) Meta Coaching. Volumen 1. Editorial Trillas. México.
- Hoffman, C. (2007). Principios de marketing y sus mejores prácticas. Editorial Thompson. México.
- Goma, H. (2015) Institut Goma, <http://www.institutgoma.com/liderate/Coaching/>
- Kolb, D (1984) Experiential Learning. Englewood Cliffs, NJ. Prentice Hall.
- Lyons, L. (2001). Coaching. La última palabra en desarrollo del liderazgo. Pearson Education. México.
- López, E. (2005). Coaching, ¿una palabra nueva para nombrar viejas prácticas o verdaderamente algo nuevo?. Revista: Capital Humano. N° 186. Directora de la Escuela Europea de Coaching.
- Martínez, J (2011). Coaching y Liderazgo. Contribuciones a la economía [Internet]. [citado 06 de junio 2011]. Disponible en <http://www.eumed.net/ce/2011a/jamg3.htm>.
- Menéndez, J y Worth, C. (2003) Abre el melón. Como te puede ayudar el Coaching a conseguir tus metas. Editorial Aguilar UK – España.
- Neufeld, B & Roper, D. (2003). Coaching, A Strategy for Developing Instructional

- Capacity. Promises practallites. Estados Unidos.
- Ravier, L. (2013). Arte y ciencia del Coaching: su historia, filosofía y ciencia. Ed. Dunken. Buenos Aires, Argentina.
- Salazar, T y Molano, M. (2000). Coaching en acción. Colombia: McGraw-Hill.
- Silvestre, J. y Menéndez, J.L. (2007). El pez que tenía sed. El País Literario.
- Smart, J.K. (2000). Coaching y Feedback. Eficaces Gestión 2000.
- The Executive Coaching Forum. (2012). The Executive Coaching Handbook. Estados Unidos.
- Tovar, M. (2012). El Coaching En La Escuela. Editorial Trillas, S.A.
- Villa, J y Caperán, J. (2010) Manual de Coaching. Como mejorar el rendimiento de las personas. Profit España.
- Villalonga, M y otros. (2003) Coaching Directivo. Desarrollando el liderazgo. Editorial Ariel. Barcelona, España.
- Withmore, J (2003). Coaching for performance. People skill for profesional. Nicolas Brealey Publisher.
- Whitworth, L. (1998). Coactive Coaching. Plo Alto California. Davies Black Publishing.
- Whitworth, L. y otros. (2009) Coaching CO-ACTIVO. Augere.
- Wolk, L. (2007) Coaching. El arte de soplar brasas. Gran Aldea Edutores Argentina.
- Yuste, F. (2010). Herramientas de Coaching Personal. Desclée De Brouwer.
- Zambrano, M. (2010). Coaching Con Acción (Guía Práctica). Editoriales Varias.