

CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL en COACHING

FUNDAMENTAL NEUROCOACHING SKILLS + NEUROCOACHING PROFESIONAL





TEORÍA DEL COACHING

1. Antecedentes Históricos

¿Padres del Coaching?

Son muy dispares las diferentes teorías respecto del origen del coaching y los supuestos padres de la criatura. Después de más de 30 años de desarrollo y crecimiento de la práctica en todo el mundo, siguen surgiendo personajes como fundadores o padres de esta metodología basada en procesos de aprendizaje y otros catalizadores del desarrollo humano.

Los fundamentos del coaching ontológico pueden distinguirse claramente en las enseñanzas y métodos de Werner Erhard, un hombre poco común, que desarrolló lo que se conoce como "Erhard Seminars Training". Este ejemplo no es aislado, son varias las personas a lo largo de la historia han desarrollado métodos similares a los que el coaching utiliza hoy en día.

La dificultad para establecer los orígenes del coaching, radica justamente en un sinfín de teorías del desarrollo humano. Esto ocurre porque el coaching, como axioma fundamental, se basa en la observación y subjetividad de la acción humana para el desarrollo, desde una perspectiva personal y privada, muchos de estos pensadores, tal como Werner Erhard (e incluso anteriores a él), han tenido esta visión del hombre.

¿Es este un panorama desalentador para el coaching?, de ninguna manera. El coaching, es una profesión capaz de ofrecer una conjunción teórico/práctica en pro del desarrollo del ser humano verdaderamente eficaz y sin precedentes en la historia del hombre. Esto lo consigue gracias a que, a lo largo de la historia, el ser humano ha acumulado conocimientos propios de si mismo, que le permite, al día de hoy, desarrollar una metodología que se conoce como coaching y que sin duda, ha venido para quedarse.

Por todo esto, el coaching no es producto de una teoría personal con copyright, por más que intentemos buscar genios creadores de la criatura. Tampoco fue el resultado de un grupo de personas que tuvieran la intención de crear una metodología catalizadora del potencial del ser humano. Y tampoco, contrariamente como muchos aun han sugerido, nos ha llegado del país los “Gurú del management”.

Debemos entender al coaching como el producto de una conjunción de conocimientos adquiridos a lo largo de la historia del pensamiento, en la relación estrecha con el desarrollo de potencial de los seres humanos.

- **Origen del término coach**

La historia apunta hacia los siglos XV y XVI, cuando empezó a hacerse muy popular la ciudad húngara de Kocs, situada a unos 70 kilómetros de Budapest (entre Viena y Pest). Kocs se convirtió en parada obligatoria para todos los viajes entre estas dos capitales. De esta manera se empezó a hacer muy común el uso de un carruaje caracterizado por ser el único provisto de un sistema de suspensión para dichos viajes. Además, destacaba por su comodidad frente a los carruajes tradicionales. Así como hablarse del kocsi szeker, o sea “carruaje de Kocs”, símbolo de la excelencia. De esta forma, el termino kocsi paso al alemán como kutsche, al italiano como cocchio y al español como coche. En serbocroata, se dice kocsikázik para designar la acción de dar un paseo en coche. Por lo tanto, la palabra coach (coche) es de origen húngaro. Designaba un vehículo tirado por animales para transportar persona, tal y como declara Luis del Ávila en 1548 (Guerra de Alemania):

“Se puso a dormir en un carro cubierto, al que Hungría llama coche”
De la ciudad de Kocs, se formó la palabra kocsi (pronunciada cochí). En una obra de Fonseca de 1569 “coche” aparece integrada en el léxico español según atestigua el diccionario de autoridades (1729, s.v). Es así como la palabra “coach”, derivado de “coche”, cumplía la función de transportar personas de un lugar a otro. Es decir, del lugar donde está a donde quieren llegar.

La única distinción, dentro de esta analogía, es que el coach no es quien carga el viaje, ni es responsable del rumbo y decisiones que el “conductor” (cliente/“coachee) tome a lo largo del proceso. Si bien esta analogía, propia del término coach desde sus orígenes incluso de la práctica misma del coaching, nos resulta reveladora, nos es suficiente para definir como se consolido nuestra profesión.

¿Qué Es el coaching?

Etimológicamente, el coach es quien conduce a alguien de un lugar a otro y, por extensión, el entrenador, especialmente en el ámbito deportivo, que conduce a un atleta o un equipo a desarrollar su potencial hasta su máximo rendimiento. Desde esa aceptación original, su uso se amplió de tal manera, que no es posible encontrar un sinónimo en su lengua ni un equivalente suficientemente representativo en otras, por eso el castellano la ha adoptado como préstamo.

Hacer coaching es acompañar a otro a vivir la aventura de transformarse en su propio héroe. Esa tarea incluye despertar su alma, lo que, a su vez, requiere que el coach haya sido primero capaz de encontrarse a sí mismo.

Coaching es la profesión, coach es el profesional y coachee es el cliente, es decir, quien pide apoyo para enfrentar el desafío de iniciar el viaje hacia el cambio que desea lograr. El coaching es un camino para superar limitaciones. Permite hacer consciente acciones, hábitos, valores, creencias, historias y juicios, a fin de facilitar procesos de cambio que permitan al cliente tomar acciones que lo lleven a ser una mejor persona. Es una oportunidad de trascender, de ir más allá. Es una manera poderosa de reinventarse a cada momento, de generar futuro, tanto a nivel personal como organizacional. Se trata de una modalidad de aprendizaje basada en un modelo de observación, acción y resultado que entiende que las acciones de cada persona realizan y los resultados que obtiene dependen del tipo de observador que es.

Siendo observadores diferentes logramos ver nuevas oportunidades de acción. Esas posibilidades que generamos cambiando nuestro modo de observar el mundo son las que definen nuestros logros, la calidad de nuestra vida y el tipo de personas que elegimos ser. Una de las habilidades más valiosas que tiene el coach es la capacidad de acompañar al cliente en el proceso de salir de sus posiciones habituales, generar espacios nuevos y sorprendentes que lo conduzcan a percibir a sí mismo y a su entorno de un modo diferente del que lo estaba haciendo hasta ese momento, de modo de abrir un mundo nuevo de posibilidades.

Tipos de coaching

Inicialmente el coaching se limitaba al campo deportivo, al referirse a la asistencia y acompañamiento en el desarrollo del deportista para lograr un plus en su rendimiento. Sin embargo, al encontrar patrones mentales que comparten ciertos rasgos de desenvolvimiento en los seres humanos, los cuales aparecen con cualquier tipo de actividad que se lleve a cabo, dichos principios se extendieron a otros campos de actividad dando sentido hoy al menos hay tantos tipos de coaching como contextos podamos tener, pudiendo tipificarlos no solo considerando su contexto sino también su basamento filosófico, la cantidad de coachees involucrados en el proceso y el contexto.

Tipos de coaching de acuerdo al basamento filosófico

Pragmático (hacer) y ontológico (ser)

Tipos de coaching de acuerdo a la cantidad de coachees involucrados

Individual y de equipo

Tipos de coaching de acuerdo al contexto

Organizacional, deportivo, de vida, ejecutivo o gerencial, sexual, de pareja, de familia, negocios, emprendimiento, marca personal, imagen, aplicado a las ventas, para jóvenes y adolescentes, para las adicciones, de alto rendimiento, entre otros...

Es importante comprender que el coaching se focaliza en el individuo y su relación con el contexto, trabajando sobre sus habilidades, competencias y oportunidades. Su historia personal, creencias y valores son la base fundamental de su manera de actuar y, por lo tanto, de su desempeño.

¿Qué es y qué hace un coach?

El coach acompaña al cliente obtener lo mejor de sí mismo, alcanzar lo que quiere alcanzar y ejercer los cambios que necesita. El coach trabaja en función de que las personas sean un observador distinto, acompañando al cliente hacia un nuevo modo de actuar, lo que determinara una nueva modalidad de ser y de enfrentarse con el mundo. Es precisamente ese cambio en la postura del observador lo que permitirá que aun la acción más pequeña, por el hecho de ser diferente de cuanto se hizo hasta el momento, provoque resultados inéditos.

Para generar el cambio en el coachee, el coach domina el arte de hacer preguntas poderosas, sabe indagar y escuchar. Esto le permite obtener información precisa y de alta calidad, conectar el lenguaje con la experiencia, desarmar “el dialogo interno” (conversaciones privadas), identificar limitaciones, recuperar recursos y encontrar opciones. En definitiva, le permite hacer las preguntas indicadas que desconcierten y reencuadren la dificultad expresada por el cliente, preguntas que le permitan recuperar datos del contexto. Además, la pregunta es el elemento fundamental de este proceso ya que, a partir de ella, el coach consigue que el cliente reestructure su visión de la realidad, profundizando en su persona y descubriendo valores que antes no habían sido percibidos.

El coach no tiene un rumbo prefijado, sino, que lo va descubriendo junto con el cliente. Esto no quiere decir que el coach no planifique el proceso, a lo que nos referimos es a que es tan fuerte y tan flexible como un bambú.

Retos a asumir por un coach

FEEDBACK: *el coach establece dirección y brinda frecuente realimentación, elige las tareas que desarrollan mejor las habilidades que ayudan a lograr el éxito. Esto último lo realizan anticipando falsas creencias que podrían frenar al cliente, provee los recursos necesarios, transformando creencias limitantes en potenciadoras.*

CLARIDAD: *el coach se asegura de la claridad en su comunicación, de otro modo las personas comienzan a fallar o a no hacer nada, o peor aún, comienzan asumir lo que debe hacerse, lo que siempre cuesta tiempo y dinero.*

SEGUIMIENTO: *Significa monitorear la labor del cliente, supervisar los compromisos adquiridos en cada sesión a lo largo del proceso de cambio, tiene presente que toda sesión debe culminar con un compromiso de cambio.*

CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA: *un coach permite que el cliente sepa que cree en el y en lo que hace. Señala los éxitos obtenidos. Revisa con ellos las causas de tales éxitos y otorga reconocimiento hacia la excelencia detrás de cada victoria.*

EMPATIA: el coach omprende el punto de vista del cliente. Realiza preguntas para involucrarse en lo que pasa. Mientras más preguntas se hagan, más se comprenderá lo que sucederá en el interior de los clientes sin asumir que ya sabe lo que piensan y sienten.

CONFIDENCIALIDAD: los mejores coaches son aquellos que logran mantener la boca cerrada. El mantener la confidencialidad de la información individual recolectada, es a base de la confianza y por ende, de su credibilidad como líder.

Beneficios del Coaching



Entre los múltiples beneficios que pueden obtener nuestros clientes, enumeramos algunos de ellos:

- Mejorar su **calidad de vida**
- Recuperar su **ilusión en el trabajo**
- Conectar con su **pasión**
- Alinear sus **objetivos profesionales y personales**
- Mejorar **tus relaciones con los demás**
- **Hacer crecer** sus empresas, haciendo crecer a sus empleados
- **Desarrollar al máximo su talento** y el de sus equipos
- Fidelizar a sus colaboradores y clientes
- Mejorar su **toma de decisiones**
- **Aumentar su confianza** para conseguir lo que desean

Para lograrlo acompañamos a nuestros clientes a:

- **Identificar y clarificar** lo que desean
- **Crear y desarrollar estrategias** que les ayuden a conseguir sus objetivos
- Mantenerse **enfocados** en lo que desean conseguir
- **Eliminar los miedos**, distracciones o bloqueos que puedan desviarles de su camino



Principios básicos del Coaching Profesional

Los 5 principios básicos a seguir por un Coach

1. SER UN ESPEJO PARA PROMOVER EL DESCUBRIMIENTO. A través de nuestra conversación y realizando preguntas poderosas podemos propiciar a que el otro se mire en dichas preguntas y tome conciencia de quién es y hacia dónde desea dirigirse.

En ese camino del auto-conocimiento, el coach actúa como espejo para reflejar el gran potencial de su coachee y cuál puede ser su mejor visión.

2. INTERESARSE POR EL OTRO Y FLUIR A SU RITMO. Nos interesamos por la otra persona sin enjuiciar ni sus decisiones ni sus expresiones. Fluimos con el otro para abrir nuevas posibilidades, trabajando las resistencias internas o externas. El coach ofrece reconocimiento y motivación durante todo el proceso.

3. EXPLORAR SU MAPA VITAL CON TOTAL LIBERTAD. Cada ser ha construido “su mundo”, “su realidad”, “su verdad”. Cada uno ha elegido cómo quiere vivir y cómo actuar. Nosotros acompañamos para que cada trace libremente su ruta y respetamos sus decisiones. Trabajamos a su lado para ampliar ese mapa vital, para descubrir nuevos territorios en la medida que la otra persona desee y se comprometa con el cambio.

4. TRANSFORMAR LA COMUNICACIÓN E IDENTIFICAR LO IMPORTANTE. Identificamos las resistencias y ayudamos a la otra persona a que enfoque en lo que verdaderamente le importa. Le acompañamos para que no pierda el norte. Nuestra comunicación irá encaminada a trazar sus objetivos y su plan de acción. Invitaremos a compartir de manera positiva qué observa, qué siente y qué piensa sobre todo el proceso de coaching.

5. ENTUSIASMARNOS CON EL CAMBIO Y PROMOVER EL DESARROLLO PERSONAL.

El entusiasmo y la confianza serán lazos de conexión durante todo el proceso entre nosotros y el coachee. Abriremos alternativas y nuevas opciones, potenciaremos la creatividad del otro para romper con la norma e ir más lejos. Por ello, le transmitiremos entusiasmo para pedirle más a la vida. El avance se hace trabajando y moviéndose hacia el cambio.



Código deontológico de World Coaching School

Juramento y compromiso de Ética Profesional en Coaching Aplicado

Como coach respetaré mis obligaciones éticas y legales ante mis clientes, mis colegas y el público en general. Me comprometo a acatar el código deontológico de World Coaching School y aplicar estas normas en mi práctica sin excepción alguna.

Al no acatar por completo el código, acepto que WCS según su criterio me responsabilice de ello, acepto sanciones como la pérdida de mi titularidad como miembro de WCS y/o mis acreditaciones de WCS y cualquier de las escuelas afiliadas.

Sección 1: Conducta profesional de un coach

Como coach:

1. No realizaré declaraciones públicas engañosas o falsas sobre los servicios que ofrezco como coach, ni realizaré declaraciones falsas por escrito en ningún documento con relación a la profesión de coaching, mis acreditaciones e información relevante asociada con mis credenciales profesionales.
2. Informaré fielmente sobre mis pericia, experiencia, certificados y acreditaciones de WCS, relativos al coaching
3. Reconoceré y respetaré los esfuerzos y las contribuciones de los demás y no los asumiré como propios.
4. Me esforzaré, en todo momento, en identificar las cuestiones personales que puedan interferir con mi práctica de coaching o mis relaciones de coaching profesionales. Siempre que los hechos y las circunstancias lo requieran, buscaré sin demora ayuda profesional y decidiré la acción que deberé emprender, incluido si resulta apropiado suspender o concluir mis servicios de coaching.
5. Me comportaré de acuerdo con el código deontológico de WCS en las actividades de formación, tutoría y supervisión.



6. Recabaré, conservaré, guardaré y desecharé todos los registros creados durante mi actividad de coaching de modo tal que no afecte a la confidencialidad, la seguridad y la privacidad y sea conforme a la legislación y los acuerdos aplicables.

Sección 2: Conflictos de intereses.

Como coach:

7. Evitaré conflictos o posibles conflictos de intereses y en caso de que existan me retiraré de la relación en el caso de que surjan tales conflictos.
8. Sólo aceptaré dinero como remuneración de mis servicios, excluyendo del acuerdo cualquier otro tipo de remuneración o intercambio material no proporcional al servicio prestado.

Sección 3: Comportamiento profesional con los clientes.

9. No realizaré declaraciones engañosas o falsas sobre los resultados que mi cliente.
10. Elaboraré contratos claros con mis clientes. Respetaré los acuerdos establecidos con mi cliente sin excepción
11. Seré responsable de definir los límites pertinentes, claros y respetuosos con las diferencias culturales, que se aplicarán a las relaciones físicas que pueda mantener con mis clientes.
12. No mantendré relaciones sexuales con ninguno de mis clientes o patrocinadores.
13. Respetaré el derecho de mi cliente a concluir la relación de coaching cuando lo desee durante el proceso, según las cláusulas estipuladas en el acuerdo o contrato. Estaré atento a los indicios que muestren que mi cliente ha dejado de beneficiarse de nuestra relación de coaching.
14. Si creo que mi cliente puede recibir un mejor servicio de otro coach u otros recursos, le animaré para que realice el cambio pertinente.
15. Aconsejaré a mi cliente que busque los servicios de otros profesionales cuando lo considere necesario u oportuno.



Sección 4: Confidencialidad y privacidad.

Como coach:

16. Mantendré los niveles de confidencialidad más exigentes con la información de mi cliente.
17. Elaboraré un acuerdo claro sobre el intercambio de la información de coaching entre el coach, el cliente y la empresa cuando haga coaching organizacional.
18. Cuando me dedique a la formación de estudiantes de coaching, explicaré claramente las políticas de confidencialidad a los estudiantes.

Aprobado por la Comisión de ética y deontología, el 06 de enero de 2010.

Aprobado por la Junta directiva de WCS, el 18 de enero del 2010.



Errores comunes en el coaching

Normalmente un **coach** se encuentra con una serie de **errores** que pueden resultar ser los más comunes que puede cometer todo coach en un proceso de **coaching**. Estos son los errores más comunes que suele cometer un coach:

- **Pretender dirigir:** Un coach no tiene que decidir si este o el otro objetivo es lo mejor para el cliente. Este debe sugerir, señalar, orientar, etc. pero no se debe determinar. Sería una equivocación que tratara de resolver problemas del coachee para el que está haciendo coaching, o que determinara cuáles son los objetivos que se ha de marcar el coachee.
- **Comparar a un coachee con otro:** El coaching tiene como base un principio que nos dice que cada persona es diferente y se le debe tratar de una manera individual. El coach no ha de empeñarse en que al interesado le resulte válido un modelo que ha sido exitoso para otros porque cada persona es diferente.
- **Convertirse en un juez:** No se deben echar broncas, hacer juicios, dar sermones, etc. Esto sería desnaturalizar la labor de coaching y, además, provocaría desconfianza y rechazo por parte del coachee.
- **No asumir él mismo las directrices que propone:** La mejor manera de enseñar a otros es mostrarlo con la propia conducta. De esta forma se comunica coherencia, credibilidad y honestidad. No es preciso que el coach sea una persona perfecta en todas las habilidades, pero sí que manifieste con hechos que cree firmemente en lo que propone.
- **Interrumpir reiteradamente:** Esto podría impedir que el coachee nos revele una de las informaciones más importantes. El coach debe realizar las preguntas después de que el coachee haya dicho todo lo que tenga que decir, es más, hasta forzar un silencio puede ser muy productivo para que el coachee continúe hablando para romper la tensión de esa situación y en ese momento revelarnos una clave crucial para su cambio.
- **La falta de discreción:** Esto es lo que se suele llamar secreto profesional o confidencialidad. El coach no debe revelar la información que se tratan en las sesiones y debe cumplir los estándares éticos de **coaching** respecto a la privacidad de coachee.
- **Crear dependencias desmedidas:** Lo recomendable es que el coaching se realice durante un tiempo determinado para unos objetivos específicos. De esta forma se garantiza que la relación que se establece es estrictamente profesional.

EJERCICIO PRÁCTICO Y COMPROMISO

Cómo Coaches, se nos presenta un gran desafío: desarrollar aquellas habilidades que nos permitan “ser conscientes” de las decisiones que tomaremos a continuación. Las mismas habilidades que deberán desarrollar nuestros clientes para liderar sus vidas.

Imagina y visualiza que vas a iniciar una sesión. Te invito a parar, respirar y reflexionar:

- ¿Qué pensamientos están presentes en tu mente en este momento?
- ¿Qué sensaciones pueden estarte incomodando o distrayendo?
- ¿Qué emoción o sentimiento estás experimentando?
- ¿De qué te has de desprender o renunciar antes de empezar la sesión?
- ¿Cuáles son las características del cliente ideal que estás imaginando?
- ¿Qué te permitirá garantizar resultados excepcionales en la primera sesión con tu cliente?
- ¿Cuál es el primer paso a seguir para dar inicio a la sesión?
- ¿Cómo y cuándo cerrarás la sesión inicial del proceso que apenas comienzas?

Las respuestas a tus preguntas serán parte importante del inicio del próximo manual.

Recomendaciones para Coaches que comienzan su formación:

1. Aprovecha cualquier interacción para practicar tus competencias (no para hacerle coaching a otros).
2. No practiques tus competencias solamente cuando vayas a iniciar una sesión de coaching supervisado.
3. Practica la escucha activa cada vez que vayas a iniciar una conversación con otra persona.
4. Escucha y escucha, no desfallezcas en el camino.
5. Formarse como Coach Profesional implica un entrenamiento que requiere constancia, perseverancia, fortaleza, honestidad, respeto y mucha amabilidad.
6. Se trata de tener nuestras oportunidades de mejora cada vez más presentes y conscientes, hasta que lo podamos integrar totalmente en nuestra vida, como forma de estar con nosotros mismos y en las interacciones con las demás personas.

