

NUEVOS PROFESIONALES, NUEVAS PROFESIONES



ELISA AGUDO

¿QUÉ ES REALMENTE EL COACHING Y LA EMPRESA EMOCIONAL?

Elisa, ¿cómo acaba dedicándose al coaching una ejecutiva que ha ocupado varios puestos de dirección en grandes empresas?

Para mí esta profesión llegó en forma de vocación tardía. Desde **siempre** **tuve puesto el foco en las personas**, desde el aspecto comercial, pero también desde el ángulo de la economía, la consultoría, la formación, el emprendimiento... todo lo que he hecho anteriormente me ha conducido hasta aquí y, precisamente por ello, apporto mi experiencia en ventas y gestión a las empresas con las que colaboro.

¿Qué es un coach empresarial? ¿Qué le ofreces a las empresas que no les ofrezca un consultor? ¿Nos puedes poner un ejemplo con algún caso?

Más que de 'coach', a mí me gusta más hablar de '**entrenador empresarial**', porque uso el coaching como una disciplina más, junto con mi know-how en las otras disciplinas que he conocido durante años. Además, como la palabra se ha puesto de moda, el concepto se está desvirtuando y en algunos contextos empieza a ser un obstáculo.

Considero que el entrenador empresarial es una evolución de los consultores y asesores tradicionales: Un consultor es experto en uno o varios temas y asesora al cliente, bien porque sabe más que él de esa materia concreta, o porque aglutina sus conocimientos y experiencias de otros clientes para ofrecérselas como valor añadido. Yo en principio no tengo por qué conocer cada sector ni problemática, cada cliente ya es el experto de su empresa o de su vida, y yo **soy la experta en personas y en herramientas de desarrollo**, lo que me permite adaptarme al objetivo que se desea lograr.

Adicionalmente a estos recursos aprendidos o entrenados que menciono, de donde yo obtengo el material primordial para que mis clientes avancen es desde dentro de su propio potencial invitándoles a establecer planes de acción concretos y a ponerse en marcha con motivación intrínseca. **Eso provoca que al final del proceso el cliente sea autosuficiente con sus propios aprendizajes.**

"Veámoslo más fácilmente con un ejemplo: una multinacional del entorno asegurador que me contrató para motivar al equipo comercial"

Un consultor habría evaluado competencias, analizado procedimientos, cambiado estructuras, sugerido estrategias, establecido planes de formación y en general utilizado métodos para la cohesión de equipos, diseñando finalmente un informe con modificaciones a implementar y saliendo en ese punto del proceso. Por mi parte, como entrenadora, estudié los objetivos que buscaba la Dirección, profundicé en los valores corporativos, traté de comprender las motivaciones y limitaciones de cada uno de los miembros del equipo, así como su alineación con el plan empresarial, les acompañé

mientras descubrían sus tesoros interiores y por último les asistí en su toma de decisiones.

Se tradujo en que de los 11 miembros del departamento, una de las personas decidió salir de la compañía, otra optó por cambiar de división, otras 2 pidieron formación específica para mejorar su perfil y los otros 7 empezaron a funcionar mejor como equipo, con más efervescencia en su trabajo y más unión entre ellos.

La figura del coach me parece terriblemente atractiva. Ir más allá del mero asesoramiento o formación, tener la capacidad de cambiar la forma de ver las cosas de la gente, ayudándoles a autoconvencerse para dar pasos que por sí solos no darían...

¿Cómo convencerías a aquellos que nos leen y que no creen en esta vía de desarrollo, para que se lo planteen? ¿Qué recursos tienes en tu mano para generar el cambio?

Convencerles... yo no querría convencerles, más bien les plantearía una pregunta: **"¿Hay algo que quieras cambiar, en tu vida o en tu trabajo?"**

Cualquier reflexión que les lleve a un **QUÉ** implicará que hay trabajo por hacer; de explorar los posibles **CÓMO** es de lo que se encarga un entrenador. Y si la respuesta ha sido NO, yo les recomendaría que disfrutasen al máximo, dejarasen de leer y se olvidasen de nosotros!

Para investigar esas posibles opciones de cambio, algunos de los recursos los pongo yo: escucha activa, empatía, objetividad, observación sin juicio, técnicas para la toma de decisiones, para la comunicación asertiva, o para la venta proactiva...

Y hay otros recursos que entrenamos en común, como la toma de consciencia, la gestión de la incertidumbre, o la inteligencia emocional. Pero como decía antes, los recursos más importantes son los del propio cliente: todas aquellas **capacidades** que (aún) no ha sabido poner en valor, las **emociones** de las que (de momento) no entiende el mensaje, las **aptitudes** que (todavía) no ha podido desarrollar completamente... todo ello compone una riqueza personal que ya está ahí y que yo simplemente le ayudo a desplegar.

¿Cuáles son las diferencias entre las necesidades de las pymes, grandes empresas y profesionales freelance? ¿La naturaleza de sus problemáticas y peticiones son muy dispares?

Las problemáticas de las grandes empresas son fundamentalmente cuestiones de **liderazgo**; a las PYMES les preocupan más algunos temas relacionados con la **comunicación**; a las empresas familiares, la sucesión y la indefinición de roles; a los autónomos, la gestión del tiempo y la [productividad](#).

Como diferencias relevantes yo resaltaría: su tipo de clientes, la importancia que le conceden a su estrategia, y los medios con los que cuentan. **Capítulo aparte serían las empresas familiares**, en las que estoy especializada porque es de donde provengo y en las que más conflictos se generan, porque la mezcla de sistemas suele generar mucha confusión.

Pero más que su disparidad de necesidades, me parecen más llamativas sus semejanzas, pues básicamente todos los clientes mencionan sentirse presionados por la falta de equilibrio personal-laboral. Y para mí lo más destacable es la percepción de que cada vez están más perdidos, como desconectados de su propia esencia, así que buscan sentirse más realizados, incluso abandonando sus puestos y reinventándose, a veces patrocinados por sus propias empresas: sin duda el paradigma empresarial está cambiando para priorizar más a la persona y eso se nota, aun inmersos en una crisis económica.

Háblame de tu trabajo orientado a las que llamas "empresas emocionales y organizaciones conscientes", ¿en qué consiste? Todo ese entrenamiento lo desarrollas en grupos, ¿cuál es el formato: conferencias, seminarios, workshops,...

Mi trabajo consiste en poner corazón en tu empresa. Y no importa si se trata de la gran multinacional para la que trabajas, una PYME que gestionas, o tu gesta vital. Por eso me gusta hablar de emociones y de consciencia.

Afortunadamente, el contexto empresarial se está abriendo a otras posibilidades y en las cúpulas ya han captado que **para ser buenos líderes primero deben ser personas completas**, las mejores versiones de sí mismos.

Por eso en los últimos años me he centrado en eventos grupales, tanto en empresas como para colectivos diversos, porque suelen ser los directivos o los responsables los que reclaman un apoyo para sus corporaciones. En ocasiones **trabajo primero con la cabeza de la pirámide, con el fin de prepararle para impulsar al resto de la organización.**

En otros casos, comienzo con seminarios para los colaboradores con necesidades más inminentes. Pero siempre se finaliza con un workshop conjunto, adaptando el formato a lo que el cliente requiera: *jornadas motivacionales, conferencias dinámicas, actividades outdoor, retiros intensivos, entrenamientos de alto rendimiento, charlas interactivas...*

...según avanza el tiempo surgen nuevas formas de aprovechar este entusiasmo individual para contagiarlo a todo el grupo. Me encanta el contacto y la comunicación con el público y por otro lado siento que, aunque en el 1 to 1 se puede profundizar más, en un formato multitudinario se aprovechan muchas sinergias y los mensajes calan más rápida e integralmente.

¿Qué papel juega la productividad personal en tu portafolio? ¿Existe interés explícito dentro del mundo corporativo? ¿Se trata de un interés en el sentido tradicional de conseguir hacer más con menos, o se empieza a buscar un cambio más profundo? ¿Qué ideas preconcebidas te encuentras y cómo intentas cambiarlas?

Muchos clientes me solicitan apoyo en la gestión del tiempo directa e indirectamente, la productividad despierta realmente muchísimo interés. En un mundo de tanta interconexión, cada vez es más frecuente que nos puedan las prisas, que (como decía Mafalda) lo urgente no nos deje atender lo importante. Y eso es más grave cuanto más arriba estás en una organización.

Estoy de acuerdo contigo en que se está convirtiendo en un interés más profundo, más efectividad no tanto para llegar más lejos, sino para encontrar el equilibrio vital.

Los axiomas retadores que me presentan los clientes suelen ser principios de los que están convencidos, por eso les cuesta salir de ahí. Cosas como

“No se puede ser emprendedor y tener vida privada”, o “No puedo permitirme que mis empleados pierdan el tiempo en las redes sociales”, o “Si quiero llegar a ser jefe tengo que echar más horas que nadie”. Pienso que en España aún nos queda mucho camino para distinguir las actividades que son una pérdida de tiempo de las que producen una inversión, o para aprender a diferenciar la productividad del presencialismo.

Una vez más, el modo de trabajar con todo ello es escuchando las creencias que les están bloqueando y sacando a relucir sus verdaderas prioridades... y después enseñándoles a aplicar modelos de productividad como los que tú promueves.

Hemos hablado de cómo se ayuda a una empresa o a una persona a desarrollarse. Pero, ¿cómo se forma un coach? ¿Puedes contar al lector el camino para convertirse en un coach? ¿Hace falta desarrollar habilidades o aptitudes específicas? Y una vez titulado, ¿cómo desarrollo eso llamado formación continua?

La falta de formación específica supone la lacra principal del momento en el que nos encontramos, por eso yo **recomendaría a cualquier posible cliente que se informe bien sobre la trayectoria y titulaciones del coach, pero sobre todo que compruebe sus horas de vuelo.** Existen numerosas escuelas y ahora también universidades, pero lo más importante son las horas de práctica real con personas, no los libros ni los certificados.

Respecto a las habilidades, unas pocas probablemente vendrán “de serie” (como en mi caso el interés por la psique humana), otras pueden haber sido entrenadas en anteriores profesiones (por ejemplo, aprendí a escuchar con atención en mi etapa de comercial) y todas las demás habilidades, amén de las particularidades del método, serán las que se enseñen y se practiquen en clase.

Mi camino pasó por cursar un master y dos especialidades, pero ante todo llegué aquí debido a una pulsión por conocerme mejor. Tengo una mente curiosa y eso me incita a querer indagar técnicas y disciplinas muy variopintas, para probar en primera persona cuáles me funcionan mejor y con cuáles me sentiría cómoda trabajando con mis clientes. Para mí la formación continua consiste en incorporar todo aquello que me aporte

integración y amplitud: PNL, Problem Solving, Constelaciones familiares y organizacionales, Eneagrama, EFT, Mindfulness, Feng-shui, o hasta Cocina creativa... una nunca sabe dónde puede encontrar la inspiración! 😊