



## LAS 10 CLAVES DE “COMO EL COACHING AYUDA A LA TRANSFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS POTENCIANDO EL COMPROMISO DE SUS LÍDERES”

**Joan Díaz**, Director de Operaciones y Desarrollo de Negocio de la Escuela Europea de Coaching.

**Laia Rodríguez**, Responsable de Formación de Roche Diagnostics. **Mercedes Estrada**, Gerente Comercial de Esteve, coachee y jefe directo de un coachee.

1. Un **coach** es un guía que facilita que el coachee tome decisiones y llegue donde quiera llegar. El coach acompaña al coachee para que descubra por sí mismo cómo conseguir sus objetivos.
2. El **coaching** es el arte de hacer preguntas para ayudar a otras personas a que, a través del aprendizaje, descubran nuevas creencias y facetas que les permitirán conseguir los objetivos que se hayan marcado.
3. El coaching se desarrolla en **varias fases**. La primera fase es la creación de contexto, y ésta es crucial para asegurar que el proceso de coaching consiga sus objetivos. En la creación de contexto el coach debe generar confianza al coachee para que sea sincero y abierto al compartir sus experiencias.
4. Las **competencias claves del coach** son: la escucha activa, el saber hacer preguntas más que dar respuestas, no juzgar, ayudar a generar visión, confiar en que se pueden cambiar comportamientos y paciencia.
5. El coaching es particularmente adecuado cuando una organización quiere potenciar el compromiso de uno o más individuos.
6. Los **factores claves del éxito por parte del coachee** son: tener compromiso por el desarrollo, interés en el autodiagnóstico y actitud crítica para la mejora continua.
7. Los **factores clave del éxito por parte de la empresa**: compromiso de los mandos, implicación en el proceso por parte de RRHH y el mando, que exista una comunicación clara del proceso y sus objetivos y establecer calendarios realistas.
8. Los **beneficios** que genera integrar el coaching en la cultura de la empresa: descubrir, desarrollar y retener talento interno, consecución de resultados, genera compromiso, fomenta un estilo de liderazgo efectivo, alineado con los valores de la empresa.
9. En el caso de Esteve, “al cambiar de un estilo ‘orden y mando’ a un estilo de líder-coach conseguimos, en un caso, conseguir unos objetivos de ventas que no se habían cumplido nunca. En el otro, eliminamos una alta rotación de los comerciales. Además, nuestra imagen de empresa ha mejorado y ahora conseguimos atraer talento”.
10. Otras **recomendaciones** para la implantación de un proyecto de integración de coaches en una compañía: empezar con procesos que sabemos que funcionarán porque dará credibilidad al proceso, buscar sistemas de evaluación de los resultados para entender el retorno de la inversión y utilizar herramientas cuantitativas de medida como los feedback 360

Resumen: Teresa Manobens y Olga Figuerola

Patrocinadores:



Colaboradores:

