

## PROPUESTA DE COLABORACIÓN ENTRE ASESICO, AECOP E ICF ESPAÑA

### OBJETIVO: LANZAR UN MENSAJE ÚNIFICADO AL MERCADO SOBRE QUÉ ES COACHING, Y QUÉ NO ES COACHING

**FECHA LÍMITE: 31 DE ENERO DE 2010**

Estimados Luis y Manuel, presidentes de ICF ESPAÑA y AECOP, representantes de los intereses de vuestros socios:

Desde ASESICO, y como os hemos comentado ya anteriormente a través de José Pedro García, del responsable de esta iniciativa en ASESICO, queremos lanzaros una propuesta que busca construir la profesión del coaching de una manera cada vez más firme y diferenciada. ¿Objetivos? Que nos de entidad propia y única, (y así el mercado pueda delimitar qué es el coaching; qué no lo es; quienes son coaches y ejercen como tales, según su metodología, y quienes no)

Consideramos que el coaching en España vive un momento único, que va a marcar la línea a seguir de nuestra profesión en los próximos años. Y de lo que hagamos ahora va a depender mucho si podemos forjar una identidad propia como coaches. Queremos, además, que ésta sea percibida por nuestros clientes, nuestros posibles clientes y usuarios finales en general; y por supuesto, por los medios de comunicación, y entidades y personas con influencia en nuestro crecimiento y asentamiento.

Todos conocemos lo que está sucediendo en la actualidad. La confusión del mercado es máxima. El coaching está de moda, y al calor de su éxito, múltiples profesionales de otras ramas (consultoría, formación, terapia, entrenamiento, etc.) se están poniendo la etiqueta de coaching, cuando lo que siguen haciendo es lo que han hecho siempre, pero con un nombre distinto, que además, genera confusión. Muchos profesionales hemos vivido la experiencia de que los posibles clientes nos demandaran servicios de coaching, para luego descubrir que en realidad, querían otras cosas. La clave: los posibles clientes no sabían qué significaba y que implicaba la palabra “coaching”

Creemos que, de cara a construir una profesión fuerte y diferenciada hoy, las principales asociaciones españolas, que son las 3 mencionadas, juegan un papel fundamental para que esto suceda.

Lanzamos esta convocatoria para que unifiquemos criterios, y podamos dar a nuestros interlocutores y clientes una idea clara de qué es, y que no es el coaching.

En definitiva, lo que proponemos en concreto es:

- Consensuar y redactar una definición de qué es el coaching, y qué no lo es
- Apoyar el crecimiento del coaching entre las asociaciones basándonos en lo que nos une y no en lo que nos separa
- Mandar al mercado un mensaje único que afiance la fortaleza de nuestra profesión
- Tener una fecha límite (31 de Enero de 2011) para que ese mensaje haya llegado a los interlocutores, medios de comunicación y clientes que designemos

- Para ello, proponemos trabajar conjuntamente en definir el target al que nos dirigimos, englobando todos los tipos de coaching que se realizan en España hoy, sin que se excluya ningún tipo, siempre y cuando este cumpla con los requisitos que se exigen desde las asociaciones para ser catalogado como coaching

Este objetivo que proponemos también tiene fecha límite: el 31 de Enero de 2011. Al fin y al cabo, desde las asociaciones, se supone que ya sabemos qué es coaching y qué no lo es, y se trata de hacerlo sencillo, no difícil: construir la definición desde aquello que compartimos.

### ***¿Qué gana el mundo del coaching con esta propuesta?***

- Posicionamos al coaching como una profesión diferente a otras, con sus propias reglas, metodologías y esencia.
- Creamos una profesión fuerte
- Frenamos el “intrusismo”, al definir qué es y qué no es coaching
- Alentamos a los coaches que se preparan para serlo, de una manera seria
- Potenciamos las certificaciones desde las asociaciones, y la importancia de estas
- Facilitamos a nuestros clientes que tomen una decisión acorde con sus necesidades
- Potenciamos una demanda seria y fuerte por parte del mercado: cuando uno sabe exactamente lo que es algo, es mucho más fácil saber si ese producto o servicio es lo que necesita o no, frente a productos o servicios que realmente no se sabe lo que son.
- Creamos expectativas reales con respecto a lo que el coaching genera
- Creamos unión entre las asociaciones, como baluartes del coaching de calidad, y nos apoyamos, dando una imagen de fortaleza y complementariedad
- Damos a nuestros socios de base una demanda que muchos de ellos suscribirán, y que les interesa, pues esta propuesta, EN DEFINITIVA, SE LANZA PARA BENEFICIARLES

### ***¿Cómo proponemos realizar esta iniciativa?***

1. Presentando formalmente la misma ante las juntas directivas de las 3 asociaciones, para su debate y aprobación
2. Poniendo la iniciativa desde el primer momento en conocimiento de todos los socios de las asociaciones, con una transparencia total, para que nuestros miembros sepan que está ocurriendo, y como trabajamos en pro del coaching. Esto implica facilitar las actas de reuniones y conversaciones a todos nuestros socios. De esta forma ellos estarán informados de las razones por las que finalmente acordemos trabajar juntos en esta línea, o qué ha hecho que no se logre
3. Colgando la propuesta en las web de las 3 asociaciones, para darla a conocer al gran público y difundiéndola a través de los canales habituales de cada asociación.
4. Teniendo una reunión primero a dos bandas, por parte de cada asociación, para contrastar opiniones. Posteriormente se realizaría una reunión entre las 3, para definir en concreto los pasos a seguir.

5. Mandando cada asociación a las otras, antes del 31 de Diciembre, una definición de qué es coaching, y qué no lo es, para aunar esfuerzos e ir redactando una común que abarque lo importante que tengamos en común
6. Definiendo después los canales a través de los cuales se va a hacer llegar este mensaje al mercado: web, conferencias, acciones conjuntas en Televisión, etc.
7. El objetivo final: que la iniciativa se haya realizado oficialmente antes del 31 de Enero.
8. La presentación de esta iniciativa proponemos que tenga como marco Expolearning, a finales del mes de Febrero, ya que las 3 asociaciones van a estar presentes en dicho evento.

### ***¿Qué juega a nuestro favor para que esta iniciativa tenga éxito?***

Sin duda ninguna, la principal ventaja con la que contamos es que somos coaches, y por definición, sabemos crear canales de comunicación, comprensión y escucha entre todas las partes implicadas.

El objetivo de nuestras asociaciones es potenciar el coaching de calidad, y los intereses de nuestros asociados, pues estamos a su servicio. Y si esto es así, la pregunta final es la siguiente:

### **¿Hacemos una labor necesaria, mandando al mercado un mensaje único de que es el coaching? ¿Beneficiamos así a nuestros asociados?**

Creo que hemos tenido la suerte de vivir una época que va a marcar un antes y un después en nuestra profesión. Y tenemos la responsabilidad de actuar como estadistas que buscan el bien común, muchas veces renunciando a opiniones u opciones personales. La grandeza de la misión está por encima de nosotros como individuos.

Desde ASESICO, y desde su junta directiva al completo, en representación de todos los coaches que son nuestros asociados, y que comparten tanto con vosotros, os lanzamos esta iniciativa, que creemos, con buena voluntad, puede prosperar y construir lo que todos queremos:

Una profesión fuerte, independiente y diferenciada, con personalidad propia, que contribuya al mundo.

¡Ahora es el momento, aprovechemos la oportunidad!

Quedamos a vuestra disposición.

Un fuerte abrazo

Pedro Zuazo

Presidente de ASESICO (Asociación Española de Coaching)