CAJA DE HERRAMIENTAS III: El contrato en el coaching Alain CARDON

Los niveles de contratos y clientes en el coaching.

Copyright 2008: texto traducido del sitio metasystème www.metasysteme.fr

Cliquer ici pour lire ce texte en Français

To read an English version of this article

Introducción

Le agradezemos de vuestra confianza porque más de 5000 personas (España y américa del sur) por año leen las cajas de herramientas 1,2,3 y 4. Otras tantas lo leen en Francia y tantas en inglés. Es para nosotros un gran éxito, muchas gracias.

Hay que saber que estas cajas de herramientas son la parte teoría de lo que se aprende en la formación: los fundamentos del coaching sistémico para alcázar la Maestría del coaching. En esta formación se práctica mas el sentido del coaching sistémico y eso es distinto para cada uno, porque es a la vez una forma de aprendizaje pero también de desaprendizaje.

Solo, una edición por año se hace en España.

Click aquí para más información sobre nuestra escuela de formación Metasysteme Coaching sistémico presencial en español

El contrato en el coaching

El coaching es una profesión específica. Se diferencia claramente del desarrollo personal, del asesoramiento, de la formación y de la terapia, etc.Por lo tanto, en su marco de referencia, los objetivos y los medios en relación con el ejercicio de su práctica deben ser claramente establecidos antes de empezar una relación de acompañamiento con un cliente. Como en las demás profesiones, se crea un primer acuerdo explícito y contractual. Este primer nivel de contrato laboral “de prestación” se utiliza tanto para posicionar el coach en la especificidad del proceso, como para definir los limites de la profesión con el fin de proteger a todos los que participan en la relación de coaching. Este nivel de contrato laboral que aclara el posicionamiento del coach es anterior a la relación con un determinado cliente, y en cualquier caso, mucho antes de que se lleve a cabo cualquier planteamiento real de coaching. Por supuesto, el estudio de las aplicaciones de un proceso contractual en muchas otras áreas (contratos de asociación, contratos de matrimonio, contratos de compra y venta, contratos de trabajo) puede revelar unos elementos claves de este concepto tan central en nuestras vidas personales y profesionales. Por analogía y a veces de manera metafórica, esto nos permite aclarar la explicación más evidente del concepto de contrato en la relación de coaching. En esta profesión como en general, la utilidad del contrato “de prestación” es múltiple. Presentamos a continuación algunos aspectos:

- Un contrato permite inscribir una relación en un entorno laboral, por ejemplo entre un prestador de servicios y un cliente. Mas allá de esta primera evidencia, un buen contrato permite establecer unas claras reglas en relación con los objetivos de la prestación, la medida de resultados, los medios que serán aplicados por cada una de las partes, el marco jurídico o deontológico de la relación, etc.

- En consecuencia, la dimensión relativamente formal de un contrato permite una cierta protección entre el prestador de servicios y su cliente. Un contrato regula la relación. Se plantea un contexto profesional específico. No solo define los objetivos sino que da a cada uno los límites que no deben sobrepasar. En el coaching, como en general, el contrato es un elemento de protección que permite evitar las desviaciones o confusiones por parte del coach o del cliente.

- También un contrato proporciona numerosas indicaciones referentes a la relación entre las distintas. Si cada socio da al proceso de negociación y a la finalización del contrato toda la atención adecuada, el socio podrá percibir numerosos indicadores del marco de referencia del otro socio. Así, cada uno conoce sus derechos y deberes.

Por supuesto, esto no es nuevo. En cualquier tipo de relación profesional y a veces personal, el mismo trabajo contractual de aclaración precedente

permite sentar las bases de un intercambio oficial, de una asociación, de una relación. En casi todas las especialidades, el concepto de contrato permite aclarar el marco de una relación y precisar los objetivos o el proyecto. También permite que cada una de las partes interesadas en un proyecto de colaboración asuma plenamente sus responsabilidades. Más allá de este primer nivel de contrato que establece el marco de una relación comercial con un cliente, el enfoque contractual se presenta de varias maneras *a lo largo de la práctica diaria del coach*. El proceso contractual está tan presente en la práctica diaria del coaching que forma parte de la gama de herramientas utilizadas diariamente por el coach. Por consiguiente, dicho concepto es fundamental para los coachs, los profesionales, los supervisores y por supuesto, para cualquier curso de formación inicial y continúa de esta profesión.

El propósito de este artículo es profundizar en el papel del concepto de contrato durante la relación de coaching. En efecto, más allá del contrato inicial o de prestación de servicio estudiado en estas páginas Web (véase el artículo sobre "el posicionamiento del coach"), ofrecemos presentar dicho concepto en sus diversas dimensiones como herramienta cotidiana en la relación del coaching.

LA DIMENSION HOLOGRAFICA DEL CONTRATO EN COACHING

Los contratos se utilizan para encuadrar cualquier actividad humana, personal o compartida. Como ya lo hemos mencionado anteriormente, los contratos no solo proporcionan una forma u ofrecen un receptáculo para un proyecto o para una empresa, sino que pueden ser especificados para cada uno de los diferentes niveles de complejidad de un mismo proyecto. Si estas variaciones de un contrato son a menudo menos formales, incluso llegando a parecer acuerdos más o menos explícitos, aún con ello, son el mejor vehículo para la puesta en marcha del proyecto común dentro del periodo previsto y merecen una atención especial en cualquier laboral profesional. Además cuando se comparan los contratos formales y no formales con los acuerdos diarios de una persona o un sistema, el análisis revela muy a menudo similitudes respecto a la persona o al sistema estudiado. Por lo tanto, los contratos y *otros tipos de acuerdos* ofrecen no solo un modo operativo para garantizar el éxito de un enfoque que se inscribe en el tiempo sino también proporcionan indicadores del modo de funcionamiento, de los puntos fuertes y las debilidades de las entidades que los conciben y que a continuación los desarrollan. De hecho, el enfoque contractual permite en primer lugar revelar el grado de éxito del cliente y en segundo lugar permite desarrollarlo. Estudiamos por ejemplo el contrato en la práctica cotidiana del coaching. Los profesionales del oficio utilizan "el proceso contractual" en varios niveles muy diferentes. Dichos niveles de contratos y de acuerdos menos formales encajan entre sí incluso, reforzándose mutuamente. Para practicar acompañamientos en coaching, es cuanto menos útil saber establecer contratos y acuerdos explícitos en los siguientes niveles:

- **De proceso**: para establecer las bases en la relación con un cliente en un número predeterminado de sesiones, a veces durante varios meses, para llegar a una conclusión exitosa. Este nivel de contrato es el más evidente.
- **De sesión:** para establecer de manera exitosa el marco de una sesión de trabajo que puede tardar unas horas teniendo en cuenta que cada sesión se termina a la hora exacta con resultados eficientes para el cliente.
- **De secuencia:** que permite supervisar el trabajo del cliente en un tema concreto, durante unos minutos al principio de la sesión, hasta la elaboración de un plan de acción y de una conclusión satisfactoria.
- **En el trabajo práctico**, que el cliente lleva a cabo entre las sesiones o secuencias de coaching para garantizar el éxito de sus planes de acción y de sus decisiones. Se trata de contratos de "delegación."
- **De intervenciones:** puntuales con unas frases, para intervenir en el diálogo del cliente de manera clara y respetuosa, de su proceso y del espacio personal de ascenso.
- **De cierre:** cerrar para abrir.

Todos estos diferentes niveles de la práctica del contrato encajan entre sí, unos durante varios meses o durante varios días y otros durante unos minutos, a lo largo del proceso de coaching. **Nota: si se utiliza la palabra de manera indiferenciada para discutir todos estos niveles de contratos, es útil hacer la distinción entre el contrato inicial que define el marco formal de la relación de coaching y los otros niveles respecto a los acuerdos más puntuales y operacionales, negociados entre el cliente y el coach. De manera formal, si el contrato es un proceso solo jurídico, el resto de los niveles de "contratos" que se mencionan en este artículo son más bien procesos que permiten al coach y al cliente ponerse de acuerdo en el mismo proceso.** En cada nivel de contrato o de acuerdo, el trabajo entre el coach y el cliente se inscribe en el marco de un proceso contractual. En cada nivel y a lo largo del desarrollo de la relación, de las sesiones, de las secuencias y de las interacciones con el cliente, el proceso contractual facilita la existencia de numerosos indicadores de funcionamiento y de no funcionamiento operacionales del cliente y del coach.

- ¿Cuál es su capacidad para establecer objetivos realistas, ambiciosos, concretos y mensurables?
- ¿Cuál es la capacidad del cliente para reunir, negociar y aplicar los medios que permitan alcanzar sus resultados?
- ¿Cuál es su capacidad para cumplir los plazos?
- ¿Cuál es la capacidad del cliente para medir sus resultados y tomarlos en cuenta para determinar sus próximas acciones?
- ¿Cuál es la capacidad del cliente y del coach para entenderse y ponerse de acuerdo a lo largo de la relación con el objetivo de la consecución del éxito del cliente?
- ¿Cuál es la capacidad del cliente y del coach para corregir sus errores con el fin de elaborar mejores contratos y obtener resultados aún más

eficientes?

Todas estas dimensiones activas y prácticas del proceso del cliente acompañado por su coach proporcionan muchos indicadores de las diferentes zonas potencialmente operacionales que se desean desarrollar. Al trabajar con el coach y enmarcado en numerosos niveles de contratos y de acuerdos, el cliente va desarrollando un verdadero modo operativo del proceso de rendimiento que se centra en el logro de resultados mensurables. Si el enfoque contractual se utiliza para acompañar a cada cliente durante el proceso de coaching, se ofrece también, como modelo, un modo operativo eficaz para garantizar el buen funcionamiento de todas las acciones, ya sean personales o profesionales. Por lo tanto, la práctica diaria del contrato en el coaching, se convierte en un aprendizaje sistemático de un modo de éxito operacional, que será útil para el cliente en todo lo que lleve a cabo en el futuro. De este modo, el enfoque contractual en la profesión de coach acompaña a los clientes en el aprendizaje de un proceso para la aplicación de su capacidad operativa de éxito. Para aclarar el papel central que puede desempeñar el enfoque contractual del coaching y el poder de una acción eficaz como modo operativo, a continuación presentaremos los diferentes niveles de contratos que se suele aplicar durante un proceso de coaching.

El contrato de proceso

El primer nivel de contrato de coaching es obvio y es él más formal, hasta jurídico. Es el contrato que se traduce de forma escrita y que se refiere a la relación entre el coach y el cliente. Este nivel de contrato es fundamental en la práctica del coaching ya que ayuda a definir el contexto profesional del coach., el objetivo general del cliente y el marco relacional y profesional que los une.Este nivel de contrato es el que más llama la atención del coach y del cliente ya que define entre otros:

- El posicionamiento del tipo de coaching o del servicio ofrecido por el coach (coaching de duración corta, individual, de equipo, por teléfono).
- Los objetivos generales del cliente. Se trata de sus objetivos conscientes y de sus motivaciones. Muy a menudo, estos objetivos evolucionan y a continuación, estas modificaciones se notifican en “subcontratos” elaborados durante las sesiones y las secuencias.
- El precio que permite posicionar al coach y al cliente en sus mercados en términos de importancia, de rendimiento, de experiencia y de notoriedad.
- El marco práctico del proceso: el cliente y el coach se comprometen a respetarlos. Se trata de los horarios, del modo y de los plazos de pago, de la preparación, del uso de herramientas complementarias de diagnóstico u otros expertos.
- Los medios de coaching: por ejemplo el lugar, los gastos de transporte, etc.
- El marco deontológico y posiblemente las preocupaciones éticas del coach y de la relación.
- Etc.

Si este contrato “tipo” del proceso de coaching suele reflejar la especialización de un coach, cada vez requerirá unas especificaciones en función de los objetivos, de los retos, de las demandas y del contexto particular de cada uno de sus clientes. Por lo tanto, para muchos coachs, incluso si los contratos “tipo” se asemejan, muy pocas veces resultan completamente idénticos. A continuación, proponemos profundizar en los otros niveles de aplicación de este concepto clave.

Otros niveles de contratos.

El contrato u acuerdo de sesión.
Durante una relación de coaching de varios meses, aparecen a menudo de manera imprevisible nuevas temáticas que concuerdan con el enfoque del cliente. Por lo tanto, para cada una de las sesiones es útil actualizar el contrato “tipo” por “mini-contratos” más operacionales a corto o medio plazo. Normalmente, estos ajustes reflejan el marco contextual y orientan de nuevo el trabajo de una manera más concreta o hasta entonces imprevisible.

Por lo tanto, una vez que el proceso de coaching comienza verdaderamente en su dimensión práctica, el proceso contractual se encuentra en un segunda posición, más inmediata, concreta y operativa. En cada sesión, es necesario definir el contrato o el acuerdo de sesión.

Después de hacer un balance de la evolución de los clientes entre las sesiones, cada acuerdo de sesión representa un paso preciso en la progresión del proceso general, una página que da a la aplicación del contrato “tipo”, una etapa limitada dentro del largo viaje.

- ¿Cuáles son los objetivos que el cliente desea alcanzar hoy?
- ¿Cuáles son los temas principales o los retos que el cliente quiere abordar en una cita por teléfono, o cara a cara, en una hora y media o en tres horas?

Este acuerdo sirve para preparar el “orden del día” de la sesión y para delimitar el trabajo que marca la evolución del cliente al ritmo de una sesión.

Por consecuencia y en un primer nivel, el acuerdo de la sesión debería presentar una cierta coherencia con el contrato “tipo” y se inscribe dentro de sus objetivos generales. Los acuerdos de las sesiones presentan el contrato de coaching en su dimensión operativa. Por lo tanto, deben de ser mucho más concretos y tratar las preocupaciones más inmediatas al menos a corto plazo. Si el contrato “tipo” trata del proceso de coaching en su conjunto, el acuerdo de sesión se centra en el programa de una sesión y posiblemente de una sesión hasta la siguiente.

Por supuesto, existen excepciones.
El diálogo que se centra en el establecimiento del acuerdo de sesión, a veces deja aparecer una originalidad o una apertura a nuevos horizontes. Deja subrepticiamente aparecer signos precursores de un cambio más fundamental respecto a objetivos emergentes o a motivaciones más profundas de parte del cliente. Por consecuencia, el acuerdo de sesión o el trabajo que permite, puede a veces servir para plantear el contrato “tipo” en el que supone que se inscribe. A veces el trabajo de una sesión específica sirve para plantear un contrato de coaching, e incluso a veces hasta para encontrar buenas razones para anularlos.

Por ejemplo, si hay alguna duda sobre la coherencia entre un tema propuesto por el cliente en una sesión y el marco general del proceso de coaching, se puede comenzar una negociación para definir la necesidad de hacer este trabajo. El coach puede preguntar al cliente:

- Si hay un cambio en sus objetivos generales.
- Si hay otros temas más coherentes con el contrato “tipo”.
- Si no se aleja de sus objetivos iniciales.
- Si es necesario volver a negociar el contrato “tipo” para centrarse en objetivos más precisos.

Es por ello necesario trabajar sobre el contrato de sesión ya que permite a veces al cliente operar cambios relativamente importantes en los objetivos que consideraba como centrales.

Más concretamente, al principio de la sesión es útil sugerir al cliente de hacer una lista de las temáticas que desea estudiar o de los objetivos que desea alcanzar durante la sesión y para posteriormente especificar un tiempo a cada uno de dichos temas u objetivos. No se trata de detenerse en los detalles de cada una de las temáticas propuestas por el cliente sino que se trata de tomar el tiempo necesario para definir el número y la calidad de las secuencias de trabajo en las diferentes sesiones.

Para algunos clientes, el establecimiento de este “mini contrato” o este acuerdo de sesión puede convertirse en un verdadero trabajo de reflexión y de elección entre las numerosas prioridades.

Nota: algunos coachs quieren absolutamente establecer un acuerdo de sesión, hasta de secuencia (véase a continuación) con el mismo rigor que si se tratara de un contrato legal. A veces es útil considerar un acuerdo relativamente flexible que permitirá la introducción de variaciones debidas a emergencias relativas a temas inesperados. Es útil considerar que el acuerdo de sesión se usa sobre todo para definir el trabajo del coach, del cliente y de sus objetivos con el fin de poder actuar “juntos” y en “armonía”.

El contrato o el acuerdo de secuencia.
Al estudiar de manera más precisa la práctica diaria del coach, el siguiente nivel es el “proceso contractual” en relación con el proyecto o con el objetivo tratado por el cliente en una sesión. Se trata entonces de acuerdos de secuencias.

Tema por tema, en periodos que van de 10 a 30 minutos, los acuerdos de secuencias facilitan el progreso del trabajo centrado en los objetivos del cliente. Una sesión de coaching de 2 horas puede incluir desde una sola secuencia de trabajo, hasta una decena, cada una centrada en un objetivo o tema diferente o incluso también en temas complementarios.

Habitualmente, un trabajo de secuencia comienza con una o varias preguntas que permitirán a los clientes definir los límites de la secuencia. La manera de formular estas preguntas es esencial, permitiendo al cliente entender los desafíos del coaching.

- “¿Cómo puedo ayudarlo en este tema”? O “¿Qué espera de mi?”: son 2 cuestiones que pueden proporcionar al cliente una ayuda, sin que se solicite demasiado al coach, tratándose de esta forma en un proceso autónomo por parte del cliente.
- “¿Así que…?” o “¿ le escucho…”: estas introducciones abiertas y no-directivas pueden evocar el comienzo de una secuencia de análisis o de desarrollo personal.
- ¿Sobre qué tema quiere usted trabajar? Propone al cliente realizar esfuerzos en lugar de centrarse en el logro de un resultado exitoso de manera más ligera.
- ¿Qué tema quiere usted tratar ahora? O ¿ De qué quiere usted hablar”? : estas introducciones pueden evocar una invitación a un relato o a una

conversación amistosa sin objetivos claros ni mensurables.

- ¿Qué objetivos quiere usted alcanzar en lo referente a este tema? Puede remitir a una proposición para iniciar una secuencia de coaching que se centre en resultados más concretos o mensurables. ¿Qué resultados quiere usted obtener?" es una cuestión similar que facilita al cliente el posicionarse más claramente hacia su objetivo.

A veces, el tiempo necesario para establecer un acuerdo de secuencia puede tomar una buena parte de la secuencia. Cabe destacar, que el hecho de aclarar el trabajo que desea el cliente es a veces la mayor parte del trabajo en sí.

Debido a esta aclaración las preguntas y otras intervenciones del coach pueden permitir que el cliente plantee su problema de otra manera consiguiendo descubrir nuevas opciones. Por lo tanto, las intervenciones del coach que aclaren este nivel de contrato pueden convertirse en la parte esencial del proceso diario dentro de un proceso de coaching.

En lo referente a este punto, es a menudo útil saber avanzar a pesar de tener un acuerdo no demasiado preciso, a pesar de tener descritos unos objetivos de manera imprecisa o resultados que no son cuantificables. El proceso de coaching, no lo olvidemos, confía en el camino del cliente y en la urgencia de obtener soluciones.

El contrato o acuerdo de intervención.

Este nivel de "contrato" o de acuerdo es el más pequeño y corto. Este punto, casi forma parte de las herramientas de comunicación del coach. Se refiere a la autorización para interrumpir al cliente, de hacerle una pregunta, de hacer una reformulación, de ofrecerle una percepción, de proporcionarle un "feedback", de efectuar una tarea o una aplicación entre las sesiones.

De hecho, antes de intervenir en el trabajo del cliente y dentro de su cuadro de referencia, se recomienda al coach obtener el permiso del cliente.

- ¿Le puedo interrumpir?
- ¿Puedo proponerle a usted que elija una aplicación práctica?
- ¿Le puedo hacer una pregunta?

Por supuesto, es útil obtener el "si" del cliente antes de llevarlo a cabo.

Recuerde que más allá de lo que podría parecer un exceso de formalismo, este nivel de mini-contrato o de acuerdo sirve inicialmente para ubicar la relación de coaching, pero sobre todo para mostrar al cliente (y recordar al coach) que el coach entra dentro del espacio privado de su cliente. Este espacio pertenece al cliente y para respetar su autonomía, el coach tiene que obtener la autorización previa y formal del cliente. Este proceso se asemeja a la cortesía básica que es llamar a la puerta y esperar una invitación antes de pasar a un espacio privado.

El contrato de seguimiento.

Al final de cada secuencia y en resumen, al final de una sesión, a menudo se cuestionan los contratos de seguimiento o de las aplicaciones prácticas. Se trata entonces, de trabajos prácticos, personales o profesionales que el cliente tiene que llevar a cabo entre las sesiones sin la presencia del coach. (homework en inglés).

De manera más formal que en los acuerdos que ya hemos mencionado, el cliente precisa lo que tiene la intención de utilizar en su entorno personal o profesional después del trabajo de coaching. Se compromete a aplicar las decisiones y garantiza el desarrollo de planes de acciones con objetivos, fechas y medidas de éxito.

Este nivel de contrato un poco más formal tiene como objetivo transformar en útiles y médibles las reflexiones efectuadas y las decisiones adoptadas en el curso de cada sesión con el coach. ¿Cuál es el plan de acción práctica? ¿Qué aplicación concreta va a aplicar el cliente después de la sesión, antes de la próxima, y respetando qué plazos?

A menudo, es este trabajo de contrato de "seguimiento" el que marca la diferencia esencial entre el trabajo de concienciarse en el desarrollo personal o en la terapia, y el trabajo de coaching. De manera habitual, el coaching se desarrola en una determinada variedad de acciones concretas que el cliente planifica con el coach antes de dar por terminada una secuencia.

A menudo, algunas cuestiones respecto a la aplicación de tales contratos de "seguimiento" constan de unas cláusulas especificas con el fin de que sean lo más operativos posibles.

- ¿Qué? Define los objetivos del cliente.
- ¿Cómo? Referente a los detalles prácticos
- ¿Para cuándo? Referente a los plazos intermedios y al final de la acción de empresa, proporcionándole una fecha de cierre del balance basada en la medida de los resultados.

- Los instrumentos de medida de los resultados de la acción.
- La lista de las ayudas y los apoyos que el cliente puede movilizar en su entorno o activar en su red así como las acciones necesarias para garantizar dicha movilización.
- Cuando se trata de contratos “triangulares” es obvio que es útil movilizar de manera concreta y mensurable cada una de las partes originarias del contrato “prescrito”.
- La fecha de celebración para festejar el éxito de la acción con todas las personas a las que les concierne.

Algunos de los elementos de esta lista, tratan de contratos un poco más formales, jurídicos y escritos. La lista no incluye cláusulas más extrañas u ocasionales. Sin embargo, subraya que lo esencial de un trabajo de coaching está basado a menudo en la planificación de una puesta en marcha, más que en la simple toma de conciencia o conceptualización de un reto o una solución a un problema.

Por ejemplo, en una secuencia de trabajo de 20 minutos, se puede constar fácilmente, que la concepción de un contrato de seguimiento puede tardar más de la mitad del tiempo de coaching. Subrayamos una vez más que este proceso de acompañamiento totalmente práctico define de manera específica el oficio de coach, respecto a otros procesos menos centrados en aplicaciones concretas.

El contrato de confrontación: la confrontación no son las emociones del coach quien lo lleva. La confrontación esta siempre relacionadas con hecho que no cumple el cliente relacionado con un contrato claro del mismo cliente (de seguimiento, de proceso, con el mismo, con un colaborador, una acción que se habia comprometido en hacer...). Siempre antes de confrontar, el coach pide el permiso al cliente y espera su respuesta. No nosbtante, permitir a su cliente que cambié de marco de referencia puede permitirlo entrar en su zona de no confort y eso no es un contrat de confrontación, pueden ser intervenciones emergentes que le haces cambiar de marco de referencia. el cliente lo puede tomar como una confrontación pero no es un como un contrato que no sea respectado o comprometido.

El acuerdo del plan de acción es la decisión del cliente. Si el coach no está sorprendido respecto a las decisiones de su cliente, tendrá que preguntarse mínimo 2 cosas: ¿he acompañado mi cliente hacia mi propio camino, el cliente sigue mi camino y no el suyo? y/o ¿Mi cliente tiene una rutina en su forma de tomar decisiones?
Para el coach sistémico es el momento de acompañar su cliente en la calidad de la decisión y gracias a la conciencia sistémica acompañar su cliente en salir de sus rutinas de toma de decisiones y porque si acompañarlo en obtener resultados extraordinarios. Una vez que el “para qué” es claro para el cliente, más allá de las respuestas clásicas de un proceso el coach acompaña su cliente en ver otro marco de referencia. Aquí ejemplos de preguntas claro existen una infinidad de preguntas:

Quien => ¿A quién se lo vas a decir?, ¿A quién es importante decírselo? ¿Quién puede ser un recurso, un freno?

Qué => ¿Qué puede cambiar en tu vida? ¿te parece sostenible? ¿te parece ecológico para Ti, tu familia, tu equipo?

Cómo => ¿Cómo vas a celebrar tu éxito y con quién? ¿Cómo serás vestido? ¿Qué tienes que hacer para no lograrlo? ¿Qué puedes hacer para que no sea un éxito? ¿Qué te dirán los otros? ¿Tu entorno? ¿Cuál es el primer paso que quieres hacer?

Cuanto => Imagina un resultado totalmente loco ¿Cuánto es? ¿Cuánto es lo máximo? ¿quieres hacer algo respecto a estas preguntas?

Cuando => ¿y si se logra con la mitad de tiempo, quieres cambiar algo? ¿si debe empezar mañana quieres cambiar algo?

Donde => ¿Dónde es el lugar feérico? ¿quieres cambiar algo?

El contrato de cierre: es la ultima sesión de coaching, normalmente esta sesión se ha preparado un poco antes, sobre todo si estamos en un contrato triangular (con los actores pertinentes). Ese contrato de cierre es un contrato para marcar el final del proceso y tambien para permitir a su cliente que abré otras puertas solo sin su coach. La verdadera autonomia.

El contrato triangular

En muchas situaciones, en las empresas, la relación de coaching es una relación prescrita: el cliente y el coach participan de manera activa en la relación de coaching definida antes por un tercera persona: el prescrito. Este tipo de contrato llamado “triangular” puede implicar a más de 3 personas. A menudo, puede incluir el coach, el cliente “objetivo”, su superior, el intermediario que negoció para conseguir el coach y así sucesivamente.

La complejidad de estos contratos “triangulares” ha suscitado mucho interés y demuestra el papel importante y creciente del coaching ya sea llevado a cabo, o seguido por el departamento de recursos humanos en muchas empresas. Los contratos triangulares son a menudo los responsables de los procesos de coaching relativamente largos, formales y a veces inspirados por las estrategias y políticas de las empresas.

Cabe notar, que a menudo a todas las terceras personas presentes en el origen de los contratos triangulares, se les solicita participar de manera contractual y activa en el éxito del coaching mediante acciones precisas. Demasiados contratos triangulares se presentan como una carga para el cliente “objetivo”, individual o colectivo en forma de delegación abusiva sin buscar la implicación de terceras personas o equipos, que mediante una serie de

acciones concretas de apoyo, las cuales serian mensurables y beneficiosas cuando se quiere garantizar el éxito del cliente “designado”.

La complejidad de los contratos triangulares requiere un estudio más profundo que merece un artículo propio y detallado.

En el coaching sistémico estás caja de herramientas hacen parte del saber hacer del coach, lo más potente es desarrollar su saber ser de coach sistémico.

De echo, la particularidad del coaching sistémico se enfoca en un marco de referencia o un principio totalmente inclusivo de realidad. Para ilustrar, el coach sistémico se percibe como un observador participativo íntimamente implicado en el contexto aportado por el cliente, en sus puestas, en sus objetivos y ambiciones, en sus esquemas de comportamiento, en sus procesos y sus resultados. En final el trabajo efectuado por el cliente y las puestas personales y profesionales del coach son totalmente imbricados, hacen partes activas del mismo conjunto. A partir de este contexto común o partido, el enfoque de coaching sistémico consiste en explorar y avanzar de común acuerdo con cliente con el fin de desarrollarse juntos, de modo casi unitario. De este marco de referencia sistémico aplicado sobre el coaching emana una postura particular y un modo específico de manejar todas las competencias y las herramientas de la profesión. Los resultados de este enfoque decuplican la capacidad de transformación del cliente como del coach.

El ciclo de formación al coaching sistémico, Escuela Metasysteme de Alain Cardon hologada ACSTH por la ICF, que proponemos permite este desarrollo, es más un entrenamiento a los fundamentos de la maestría de la profesión es un conjunto que se dirige tantos a los coachs y consultantes experimentados como a los principiantes:

- Para los que todavía no saben hacer o para los que no tienen todavía una holgura o una maestría comportamental en su práctica sistémica de las herramientas del coaching,
- Para los coaches expérimentados que sienten la necesidad de perfeccionar su saber ser tal, que se manifiesta en una postura efectiva de presencia atenta y sin intención.

Click aquí para más información sobre nuestra escuela de formación Metasysteme Coaching sistémico presencial en español