

Coaching empresarial, una ventaja competitiva para el nuevo administrador y gestor empresarial en la actualidad en San Juan del Río, Querétaro

PÉREZ-BRAVO, Julia*†, CORTES-ÁLVAREZ, Yolanda, ESTRELLA-VELÁZQUEZ, Rafael y GARNICA-GODOY, Juan Marcos

Recibido Enero 06, 2016; Aceptado Marzo 18, 2016

Resumen

La presente investigación fue realizada con el objetivo de conocer la percepción de los alumnos de los últimos semestres de las carreras de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial en dos instituciones de educación superior, respecto de considerar la herramienta de Coaching Empresarial empleada en las organizaciones como una ventaja competitiva y la necesidad de ser capacitados en la misma. El tipo de investigación utilizado fue cualitativo y documental, con un enfoque mixto ya que se basó en una recolección y análisis de datos para contestar las preguntas de investigación a través de una encuesta semi estructurada. Con este estudio se aportan los resultados sobre la percepción de los estudiantes respecto de la importancia que conlleva hoy en día contar con ventajas competitivas personales y organizacionales y que una de ellas es el coaching por lo que es necesario estar capacitado en esas áreas, al igual se aportan los resultados sobre que el tema de coaching debería formar parte del plan de estudios como materia o área terminal de las carreras en estudio o en su defecto, impartirlas como diplomados o conferencias.

Coaching empresarial, Ventaja competitiva, nuevo administrador, nuevo gestor empresarial, San Juan del Río, Querétaro

Abstract

This research was conducted in order to know the perception of students in the last semesters of racing Degree in Business Administration and Engineering Business Management in two institutions of higher education, compared to consider the tool Business Coaching employed in organizations as a competitive advantage and need to be trained in it. The research was used qualitative and documentary, with a mixed approach since it was based on a collection and analysis of data to answer the research questions through a semi structured survey. With this study the results on the perceptions of students about the importance of dealing with today have personal and organizational competitive advantages and one of them is coaching so you need to be trained in these areas, are provided as the results on the topic of coaching should be part of the curriculum as a subject or terminal area of study or careers in failing, impart as graduates or conferences are provided. This work stems from research conducted at institutions of higher level of San Juan del Rio, Querétaro; Autonomous University of Querétaro, México National Institute of Technology campus San Juan del Rio to study the perceptions of students in the last semesters regarding consider Business Coaching tool used in organizations as a competitive advantage.

Business Coaching, Competitive Advantage, new manager, new business manager, San Juan del Río, Querétaro

Citación: PÉREZ-BRAVO, Julia, CORTES-ÁLVAREZ, Yolanda, ESTRELLA-VELÁZQUEZ, Rafael y GARNICA-GODOY, Juan Marcos. Coaching empresarial, una ventaja competitiva para el nuevo administrador y gestor empresarial en la actualidad en San Juan del Río, Querétaro. Revista Administración y Finanzas. 2016, 3-6: 28-38.

*Correspondencia del Autor: (correo electrónico: Jpb448@hotmail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

En la actualidad es imprescindible contar con herramientas basadas en la combinación de la motivación y el logro de objetivos dentro de las organizaciones; los nuevos administradores y gestores empresariales como agentes de cambio dentro de las empresas deberán influir de manera positiva en el personal para que estos logren desarrollar sus habilidades así como alcanzar las metas fijadas, generando una ventaja competitiva sobre sus rivales.

Uno de los nuevos elementos utilizados dentro de las organizaciones es la manera en como una persona es capaz de realizar eficientemente sus actividades con la ayuda de un mentor o consejero que para esta investigación será llamado Coach Empresarial y que este acompañamiento será ejercido por los nuevos administradores y gestores empresariales.

Por lo anterior y con la finalidad de conocer la percepción de los estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial en San Juan del Río, Querétaro respecto de la importancia de capacitarse en Coaching Empresarial para lograr una ventaja competitiva personal para su desempeño y la de sus colaboradores en las organizaciones, se llevó a cabo la presente investigación en donde se contemplaron los tres últimos semestres de cada carrera en las instituciones mencionadas.

En el presente trabajo se expone en la primera parte la problemática en donde se describe y delimita el problema a resolver, en su segunda parte se plantea el objetivo de la investigación, el cual es conocer la percepción de los estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial en San Juan del Río, Querétaro respecto de la importancia de capacitarse en Coaching Empresarial para lograr una ventaja competitiva personal y la de sus colaboradores para su desempeño en las organizaciones, en una tercera se expone teoría relativa a las variables que enmarcan el presente trabajo, siendo la de Coaching empresarial y ventaja competitiva.

Previo a los resultados se expone la metodología utilizada para la presente investigación.

Problemática

Descripción del problema.

En un mundo globalizado y competitivo las organizaciones necesitan adaptarse y estar en constante evolución, para que de alguna manera logren tener una ventaja superior a la de su competencia, los nuevos administradores y los nuevos gestores empresariales tendrán como nueva tarea; proponer, formular y dirigir programas enfocados a desarrollar una ventaja competitiva en beneficio de las empresas.

El auge de implementación de cursos o talleres en los que a través de un Coach Personal se logran resultados significativos en el desarrollo personal de los individuos con éxito ha mostrado la falta y la necesidad de inclusión de esta técnica en la currícula de las instituciones en estudio, a efecto de dotar de estos conocimientos a los nuevos administradores y a los nuevos gestores empresariales quienes tendrán que llevar esta técnica a las empresas para que su personal se sienta motivado, logrando un desarrollo personal y profesional a su vez que se alcanzaran los objetivos fijados por cada departamento y se contribuirá al logro del objetivo general, esta técnica desarrollada en el acompañamiento directo de un mentor o consejero, se llamara para esta investigación Coaching Empresarial, misma técnica que es realmente efectiva, según afirman W. Gilley Jerry y Gilley Ann (2007).

Delimitación del problema.

La presente investigación se llevó a cabo en la Ciudad de San Juan del Río, Querétaro, México. En los semestres de 7º, 8º y 9º de la Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial, en las Instituciones de nivel superior; Universidad Autónoma de Querétaro e Instituto Tecnológico Nacional de México, Campus San Juan del Río, durante el presente año 2016, con el objetivo de estudiar y comprobar la percepción sobre la importancia de que los nuevos administradores y los nuevos gestores empresariales se capaciten en materia de coaching empresarial para lograr de esta manera una ventaja competitiva para ellos como profesionales puedan aplicar esta técnica en la empresa en que colaboren.

Objetivo de la investigación.

Conocer la percepción de los estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial en San Juan del Río, Querétaro respecto de la importancia de capacitarse en Coaching Empresarial para lograr una ventaja competitiva personal para su desempeño en las organizaciones.

Marco teórico

Coaching Empresarial.

Conceptualización de Coaching Empresarial.

En palabras de Whitmore (2016), el Coaching consiste en liberar el potencial de una persona para maximizar su propio rendimiento, afirmando que se trata de ayudar a aprender en lugar de enseñar. Esta definición se complementa con la dicho por Jim Selman, citado por Nevado (2015), quién enunció que el coaching es la relación profesional continuada que ayuda a obtener resultados extraordinarios en la vida, profesión, empresas o negocios de las personas. En otras palabras, se entiende que el coaching se basa en el desarrollo, aprendizaje y crecimiento personal, dando un enfoque a la obtención de resultados tangibles, finalmente se puede precisar que el coaching es el arte de preguntar, escuchar y reformular, además de cubrir aquellos espacios existentes entre lo que se es ahora y lo que se desea ser, como infirió Miedaner (2010). Para García-Allen, el Coaching es una metodología y proceso sistemático que consigue el máximo desarrollo profesional y personal de las personas y que influye en la transformación de éstas, generando cambios de perspectiva, aumentando la motivación, el compromiso y la responsabilidad.

También es importante mencionar la conceptualización de asociaciones y internacionales como la International Association of Coaching (IAC), quien afirma que el coaching es un proceso transformacional de consciencia personal, profesional, descubrimiento y crecimiento. Así mismo la International Coach Federation (ICF), sostiene que, el coaching consiste en una relación profesional continuada que ayuda a obtener resultados extraordinarios en la vida, profesión, empresa o negocios de las personas. Además, mediante el proceso de coaching, quien recibe esta enseñanza profundiza en su conocimiento, aumenta su rendimiento y mejora su calidad de vida.

Con base en lo anterior se puede definir entonces que el concepto Coaching Empresarial es un acompañamiento directo al personal con la finalidad de alcanzar sus metas u objetivos, de tal manera que los resultados obtenidos sean benéficos para la organización, logrando con esto una ventaja competitiva.

Tipos de Coaching.

En búsqueda de información se encuentran varios tipos de coaching, mencionándose entre ellos los planteados por diversos autores, encontrándose entre ellos los siguientes:

García-Allen afirma que los tipos de coaching a efecto de reducir el límite de actuación y en función del área de trabajo, se pueden clasificar en:

a) De acuerdo al contenido, dentro de los cuales se encuentran:

Coaching Personal, el cual persigue el bienestar de la persona en los diferentes ámbitos de la vida.

Coaching organizacional, mismo que puede ser empresarial, dirigido a organizaciones

Coaching empresarial: Se dirige a organizaciones o empresas en general en búsqueda de la productividad y la competitividad; y el ejecutivo, que está dirigido al desarrollo del liderazgo, habilidades de dirección y rendimiento.

Coaching deportivo, dirigido a la motivación y el desarrollo de todo el potencial del deportista.

b) De acuerdo al método que se emplea:

Coaching ontológico.

El cual está orientado a la optimización del lenguaje, los procesos y las herramientas lingüísticas utilizadas por la persona.

Coaching sistémico, orientado a analizar el impacto que tienen los actos de la persona en su entorno.

Coaching con Inteligencia Emocional.

Basado en las aportaciones de Daniel Goleman sobre Inteligencia Emocional.

Coaching coercitivo, Basado en seminarios de entrenamiento de alto impacto para lograr un cambio profundo en la persona.

Coaching PNL (Programación Neurolingüística), busca modificar ciertas conductas a través de la interpretación de la realidad.

Coaching cognitivo. Que busca la transmisión eficaz de conocimientos tomando en cuenta el entrenamiento de las funciones cognitivas.

Por su parte, Payeras (2009), sugiere las siguientes tipologías de Coaching:

Coaching de Proyecto.

Buscando centrar a los directivos en aportar valor a la organización desde el desarrollo de su proyecto funcional dentro de la empresa.

Coaching Personal.

Busca incidir en la personalidad del líder, gerente o directivo a efecto de que incida en el comportamiento de los colaboradores o del equipo y como consecuencia en los resultados.

Dolan (2012), aporta como clasificación de tipos de coaching los siguientes:

Coaching Empresarial.

Tiene el objetivo de ayudar a las empresas a crecer, creando y siguiendo un plan estratégico estructurado para la consecución de los objetivos acordados.

Coaching Vital.

Orientado para ayudar a definir y conseguir objetivos personales, se encuentra inspirado en disciplinas como la sociología, psicología y mentoring.

Coaching Familiar.

Centrado en crear vínculos familiares sólidos y analiza las maneras en que los sujetos pueden abordar de forma eficaz sus problemas.

Influencia del Coaching Empresarial en la actualidad.

Hoy en día el coaching ha traspasado fronteras y la mayoría de los profesionistas quieren aprovechar la oportunidad de desarrollarse en el mundo de los negocios como un coach personal o empresarial, para guiar el proceso en cuánto a la obtención provechosa de los objetivos empresariales establecidos.

De acuerdo con Méndez (2011), los administradores han determinado que el coaching es una herramienta importante en su formación, por lo que se ha comprobado que la cifra de coaches en la actualidad casi se duplica cada año.

Así mismo, Méndez (2011), menciona los estudios de la International Coach Federation (ICF) y Global Coaching Study, en donde se afirma que el coach como ventaja competitiva tiene grandes áreas de oportunidad, toda vez que el 86.4 % de los treinta mil coaches que existen en el mundo tienen menos de 10 años de experiencia.

Afirma Roldán (2013), que hoy en día el coaching debe formar parte de la normalidad académica, empresarial y social, a efecto de cambiar el “no puedo” por el “es posible”.

Ventaja competitiva.

Definición de Ventaja Competitiva.

Para hablar respecto a la ventaja competitiva, es necesario mencionar en primera instancia a uno de los autores más renombrados respecto a este concepto.

Michael Porter (1985), en su obra *Creating and Sustaining Superior Performance*, considera que la ventaja competitiva:

“(…) crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados (…)”.

Al respecto de la ventaja competitiva, Bravo (1995), afirmó que es una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición preferencial a los ojos del mercado, y un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes, consumidores o usuarios perciben como único.

Por su parte Hitt (2006), la define como la capacidad que tiene la empresa para ganar en una situación competitiva de manera constante y a largo plazo que llevan a un récord ganador frecuente. De igual manera se puede adaptar para los nuevos profesionista esta definición, diciendo que sería la capacidad que tienen para ganar en una situación competitiva y se complementaría mencionando que a través de otras competencias adquiridas a través del entrenamiento o capacitación en herramientas o técnicas que marquen la diferencia con sus competidores.

Para Porter (2009 la ventaja competitiva hace referencia a ofrecer una propuesta de valor única a partir de una cadena de valor adaptada, lo que implica un sistema de contrapartidas diferente al de los rivales y en el que existe un ajuste entre las numerosas actividades que pasan a fortalecerse unas con otras.

Principales beneficios de la ventaja competitiva.

A efecto de que esta ventaja competitiva se sostenga con el tiempo debe estar sustentada sobre un conjunto de recursos y capacidades que mantengan su vida útil De Castro. G. (2008).

Considerándose entonces de vital importancia la obtención de ventajas competitivas para los nuevos administradores y gestores empresariales ya que ellos serán el principal recurso de las organizaciones formando la estructura del equipo de trabajo. Quienes con su gestión colaboraran con el logro de los objetivos.

Se puede decir que todas las empresas buscan en su personal un valor agregado a favor de la organización cuyo objetivo es el de solucionar problemas en un escenario crítico. Si los nuevos administradores o gestores empresariales ubicados en puestos medios y de alta dirección, están dotados de una ventaja competitiva al aplicar la herramienta del coaching en su persona y en sus colaboradores podrán dar mejores resultados.

Metodología de investigación

Tipo, enfoque y herramienta de investigación.

Los tipos de investigación utilizados fueron la directa y documental, Rojas Soriano (1997), ya que la información se obtiene directamente de un acercamiento a la realidad social al aplicar la técnica de investigación denominada encuesta. Así mismo se aplicó la documental ya que se recurrió a fuentes documentales diversas como información relativa al tema.

A la presente, se le dio un enfoque mixto ya que se basó en una recolección y análisis de datos para contestar las preguntas de investigación a efecto de medir numéricamente los datos arrojados, pero solamente buscando conocer la percepción actual de los estudiantes encuestados en materia de coaching, sin pretensión de medir ni asociar las mediciones con números.

La herramienta de investigación fue una encuesta semiestructurada relativa a los datos generales de los estudiantes y su percepción sobre el coaching y la ventaja competitiva.

También se puede decir que la investigación realizada fue la aplicada ya que se tiene interés en utilizar los resultados en las propuestas a realizar en la currícula de las materias de los alumnos de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial para que sean considerados en sus programas de estudio.

Resultados

De los 105 estudiantes encuestados, el 51% fueron de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del Tecnológico Nacional de México Campus San Juan y el 49% de la Facultad de Contaduría y Administración Campus San Juan del Río de la Universidad Autónoma de Querétaro, 69% del género femenino y 31% masculino, con un promedio de edad de 23.22 años.

Institución

- UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUERETARO
- INSTITUTO TECNOLOGICO DE MEXICO

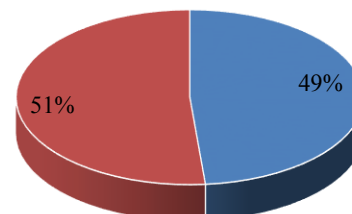


Gráfico 1 Instituciones encuestadas. Fuente: Elaboración propia

Género

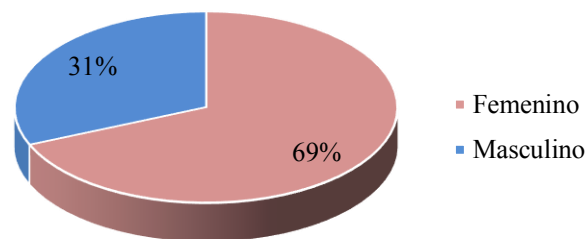


Gráfico 2 Género de los encuestados. Fuente: Elaboración propia

Edad

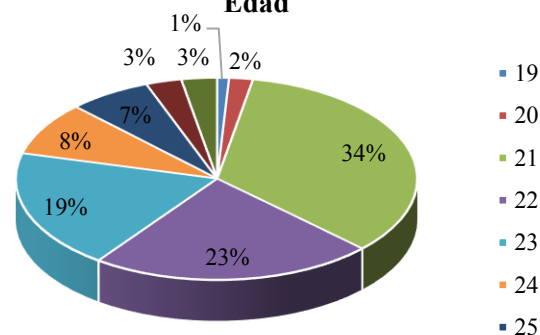


Gráfico 3 Edad de los encuestados. Fuente: Elaboración propia

De la aplicación de las preguntas se obtienen los siguientes resultados.

1.- Hoy en día se requiere contar con ventajas competitivas.

Resultado Total desacuerdo 0% total de acuerdo 83%



Gráfico 4 Resultados a pregunta C1. Fuente: Elaboración propia

2.- El coaching empresarial es una ventaja competitiva.

Resultado Total desacuerdo 1% total de acuerdo 50%.



Gráfico 5 Resultados a pregunta C2. Fuente: Elaboración propia

3.- Deberían los futuros profesionistas desarrollar este aspecto

Resultado Total desacuerdo 0% total de acuerdo 60%.



Gráfico 6 Resultados a pregunta C3. Fuente: Elaboración propia

4.- Los empleados tendrían un mayor desempeño si tuvieran un coach.

Resultado Total desacuerdo 0% total de acuerdo 50%.

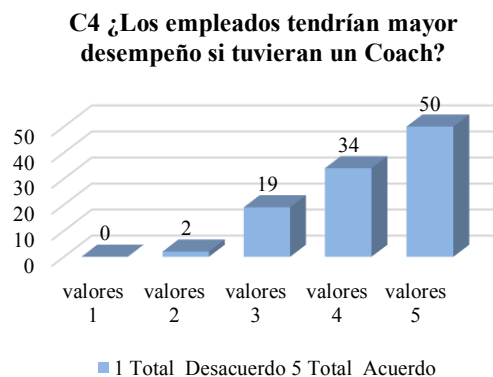


Gráfico 7 Resultados a pregunta C4. Fuente: Elaboración propia

5.- Las empresas que cuentan con más coaches son más eficientes

Resultado Total desacuerdo 1% total de acuerdo 38%.

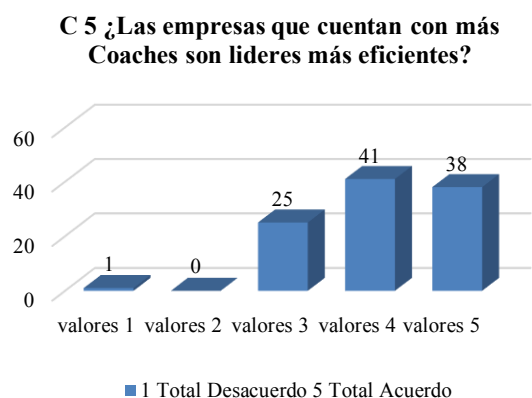


Gráfico 8 Resultados a pregunta C5. Fuente: *Elaboración propia*

6.- Le gustaría que su institución tuviera un área terminal en esa disciplina.

Resultado Total desacuerdo 0% total de acuerdo 45%

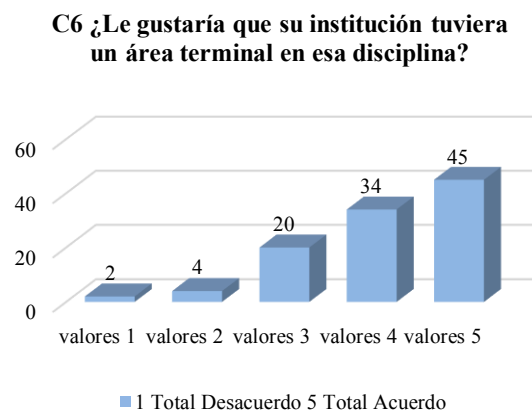


Gráfico 9 Resultados a pregunta C6. Fuente: *Elaboración propia*

7.- Hay alguna materia curricular en su carrera que aporte algo de coaching.

Resultado Total desacuerdo 4% total de acuerdo 31%.

C 7 ¿Hay alguna materia curricular en su carrera que le aporte algo de Coaching?

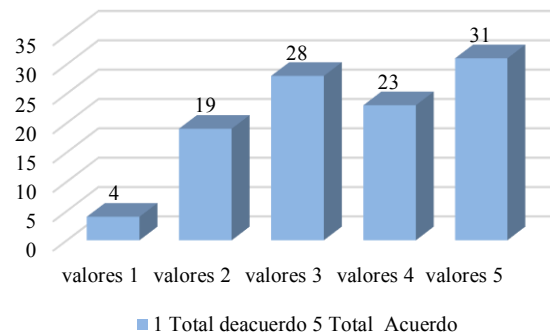


Gráfico 10 Resultados a pregunta C7. Fuente: *Elaboración propia*

8.- Esta técnica debería impartirse como diplomado.

Resultado Total desacuerdo 4% total de acuerdo 40%

C 8 ¿Debería impartirse como diplomado?

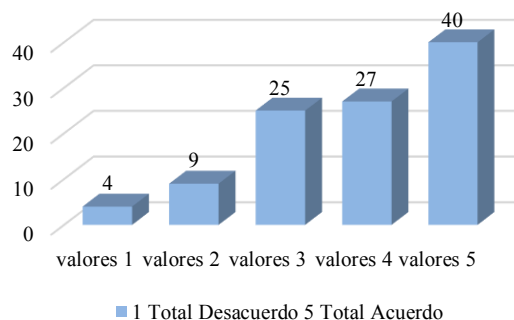


Gráfico 11 Resultados a pregunta C8. Fuente: *Elaboración propia*

9.- Esta técnica debería impartirse como conferencia.

Resultado Total desacuerdo 1% total de acuerdo 56%.

C 10 ¿Debería impartirse cómo conferencia?

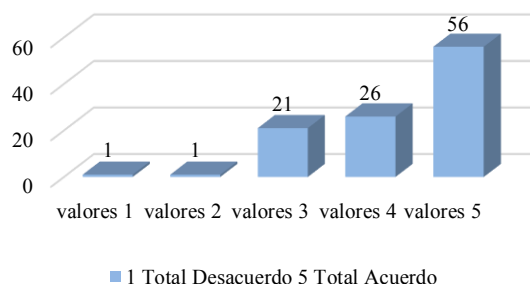


Gráfico 12 Resultados a pregunta C9. Fuente: Elaboración propia

10.- En su institución esta técnica debería impartirse como una materia.

Resultados Total desacuerdo 0% total de acuerdo 60%.

C10 En su institución esta técnica debería impartirse como una materia

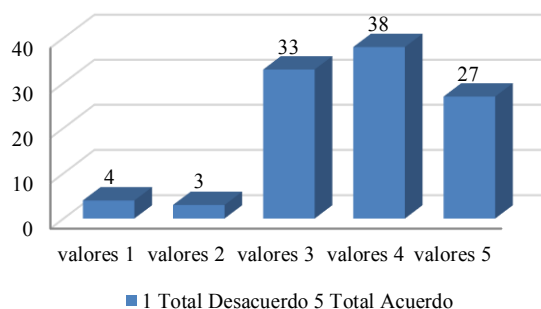


Gráfico 13 Resultados a pregunta C10. Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Con la elaboración del trabajo los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los alumnos de las dos instituciones de educación superior, se pudo determinar que los alumnos de ambas escuelas están de acuerdo en la importancia que conlleva hoy en día contar con ventajas competitivas (83%) y, que estar capacitado en técnicas o herramientas de coaching empresarial lo representa (50%), que deberían ser capacitados para un mejor desarrollo de ellos mismos o del personal a su cargo (60%) en beneficio de la organización la cual será más eficiente 38%

Ante estos resultados un (45%) de estos alumnos están de acuerdo que es de gran importancia llevar este tipo de materias dentro del plan de estudios de cada una de las Universidades con la finalidad de ir abarcando y conociendo este tema antes de culminar con sus estudios universitarios. Ya que un (31%) de ellos menciona no lleva ninguna materia relacionada con el Coaching Empresarial. El (40%) de los alumnos expresan estar interesados en que se les brinde un diplomado alusivo a este tema así el (56%) prefiere que esto sea mediante conferencias, e inclusive un 45% afirma gustarle la idea de que se instituya un área terminal de su carrera en esta técnica.

Cabe destacar que este es un tema que recientemente poco a poco ha sido incluido en conferencias y talleres para los estudiantes de diversas carreras, para los administradores y Gestores Empresariales esta herramienta es de mayor utilidad ya que son ellos quienes se encuentran involucrados directamente con todo lo referente a la organización, así como de la obtención de ventajas competitivas y con ello lograr los objetivos de la organización.

Referencias

Bravo J. (1997). La Ventaja Competitiva. Tercera Edición. Editorial Díaz de Santos: Madrid, España.

De Castro. G. (2008). Reputación empresarial y ventaja competitiva. Esic Editorial: Madrid, España., Pág. 84.

García-Allen, Jonathan, Psicólogo y entrenador personal Director de comunicación de Psicología y Mente, recuperado el 16 de septiembre de 2016, a través de <https://psicologiaymente.net/autores/jonathan-garcia-allen>

Hitt Michael A. (2006). Administración. Novena Edición. Editorial Pearson Educación: México.

Méndez J. (2011), Principios del Coaching. Segunda Edición.

Menéndez J. L. Principios del Coaching. Segunda Edición 2011. Editorial Bubok Publishing., Págs. 223.

Miedaner, Talane, (COACHING PARA EL ÉXITO, Conviértete en el entrenador de tu vida personal y profesional, recuperado en agosto de 2016, a través de <http://www.decidatriunfar.net/2012/07/coaching-para-el-exito.html>

Nevado-Holgado Alejo J. (2015) Inteligencia emocional, coaching y su importancia en el trabajo, recuperado en junio 2016, a través de <http://knowi.es/inteligencia-emoocional-trabajo/>

Porter. M. (2009). Ser Competitivo. Edición actualizada y aumentada. Editorial Deusto: Madrid.

Roldán M. (2013). Éxito Coach. Primera Edición.

Fuente:

<http://www.decidatriunfar.net/2012/07/coaching-para-el-exito.html#ixzz4MjF8PXZt>

W. J., Gilley Ann. The Manager as a Coach. Primera edición 2007. Editorial Greenwood Publishing Group, Inc

Whitmore J. Coaching: El método para mejorar el rendimiento de las personas. Actualizado en 2016., Editorial Grupo Planeta.