

Coaching y mentoring: las carreras de mayor crecimiento en la actualidad.

Desde hace muchos años, **el coaching y el mentoring se han convertido en las opciones preferidas por millones de personas para dar saltos de calidad en sus vidas personales y profesionales.**

En las épocas de crisis es una de las actividades de crecimiento exponencial; y se augura que, en la transformación actual y la aceleración digital, sea uno de los sectores con mayor relevancia. Quienes nos dedicamos a esta actividad en forma profesional observamos una mayor demanda en épocas de incertidumbre.

Para el diario norteamericano *National Post*, “el coaching es la segunda profesión de más rápido crecimiento en el mundo, solo rivaliza con la tecnología de la información”. “El coaching se ha convertido en una profesión mucho más sofisticada basada en el conocimiento de cualquier otra disciplina”, indicó.

Observadores del sector de cinco continentes estiman que **seguirá en auge durante los próximos diez años, acompañando los procesos propios de entornos VICA (Volátil, Incierto, Complejo, Ambiguo)** que, según se prevé, caracterizarán esta nueva década marcada por la caída del mundo global, y el foco “glocal” (pensar global, actuar local), con el impacto de restricciones del comercio y de fronteras, por sólo mencionar algunas transformaciones que marcan una nueva era.

Tanto el coaching como el mentoring son herramientas para incentivar el desarrollo de las habilidades de las personas. Además de los encuadres tradicionales de las diferentes psicoterapias, estas disciplinas -que, bueno es recordar, no reemplazan ningún proceso propio de los profesionales de la salud mental-, pueden experimentar crecimiento si los profesionales del sector saben adaptarse a lo nuevo.

Uno de los puntos esenciales por los que funcionan el coaching y también el mentoreo es que **parten del momento presente de la persona, y la acompañan hacia el estado deseado:** sus metas, objetivos, inhibidores internos a superar y formas de acompañamiento pro-positivo que no se enfocan en el sufrimiento de revivir experiencias dolorosas del pasado, sino en potenciar sus fortalezas y oportunidades en vez de dedicarse todo el tiempo a revisar y profundizar la raíz de sus debilidades. En síntesis, no trabajan sobre el trauma, sino sobre el potencial que tiene ese ser humano.

Otra característica específica es que **el período de trabajo, tanto en forma individual como de equipos, están definidos con un comienzo y final**; con objetivos medibles y tangibles a ir conquistando paso a paso, y son más breves en términos de las intervenciones.

Específicamente en el mentoreo, **la disciplina se despega del coaching en lo que se refiere a su instrumentación**, ya que quien es mentor necesita haber atravesado experiencias profesionales que de alguna manera le permitan guiar y aconsejar al mentoreado (“mentee”). Lo más usual es el encuentro individual.

Por otro lado, en el coaching el acompañamiento se centra en activar los recursos internos que tiene cada individuo a través de metodologías de diversas corrientes.

Actualmente hay cinco grandes estilos de coaching prevalentes en el mundo, y una multitud de variaciones inspiradas en estos: **corriente Ontológica, norteamericana, europea, coaching con PNL (Programación Neuro Lingüística) y neurocoaching, son algunas de las más conocidas. Cada una tiene sus diferenciales.**

Algunas se caracterizan por promover resultados más rápidamente y quizás más aptas para el mundo empresarial y corporativo, ávido de velocidad y agilidad; otras, más reflexivas y filosóficas; aunque las une el eje de invitar a las personas a desplegar su potencial que muchas veces permanece oculto.

El mercado del coaching

Según información del John Maxwell Team, **los mercados estimaron que la industria del coaching recaudó más de 15 billones de dólares en 2019**, con un total de 7.5 billones de dólares solo en los Estados Unidos. El resto se distribuye en prácticamente todos los países del mundo.

De acuerdo con MarketData LLC, **la industria del coaching es el segundo sector de mayor crecimiento en el mundo**. En 2019, se estima que había 100.000 coaches a nivel mundial y un 92% de estos están activos, es decir, que se dedican total o parcialmente a esta actividad.

Hay empresas que se dedican a ofrecer certificaciones a las escuelas de coaching, mediante el pago de cuotas y aranceles dolarizados. Aunque no es necesaria una certificación para ejercer como coach, y las de mentores están recién desarrollándose en el mundo, en el caso de poseerla el mismo estudio

estimó que el ingreso anual promedio va desde los 27.000 a los 73.100 dólares anuales por persona. Algunos coaches especializados están generando por encima de los 100.000 dólares anuales de facturación.

¿Cuánto se cobra?

La plataforma de coaches y mentores NecesitoCoaching.com, lanzada por la desarrolladora tecnológica QRoom LLC de Estados Unidos, estableció que **los honorarios promedio a nivel global en países de habla hispana parten desde aproximadamente 80 dólares por encuentro de una hora para un coach o mentor de nivel inicial**, es decir, aquellos que tienen menos de tres años de experiencia comprobada; valor que trepa a los **200 dólares para niveles intermedios con más de cuatro años**; y a los **350 aproximadamente por encuentro para los que superan los diez años de trayectoria** y con dedicación exclusiva a esta actividad. En ese portal hay inscriptos más de 700 coaches y mentores a mayo 2020.

En los Estados Unidos la empresa Sherpa Coaching realizó un estudio que determinó que **el 14% de los coaches ejecutivos reportaron ingresos de 500 dólares por hora, 35% entre 150 a 299 por hora y el 43% entre 300 y 500**. En otro informe que realizó Harvard Business Review hace diez años, se indica que un coach ejecutivo del más alto nivel puede obtener una remuneración de al menos 500 dólares la hora.

Actualmente los promedios globales están más cercanos a los que indica NecesitoCoaching.com producto de las variaciones de las economías regionales. La mención a una plataforma y app tecnológica como esa no es aislada: **más del 66% de la entrega de coaching y mentoreo se realiza vía online**. Si bien hay procesos que requieren de lo vivencial en forma presencial, **especialmente en Europa y Estados Unidos es usual que los encuentros sean virtuales utilizando distintos tipos de plataformas, e, incluso, llamadas sólo de audio**. De hecho, en contratos con compañías que operan a nivel internacional, los profesionales del sector brindan sus servicios a distancia y en varios idiomas, según el del cliente.

Por el lado de los mentores, sus valores son parecidos a los de un coach en el caso de los de nivel premium. Se requiere ser altamente especializado, con mucha preparación en negocios y enfoque en resultados ágiles y concretos: éstas son las condiciones para intervenir la mayoría de las veces en el nivel empresarial. Incluso sus honorarios pueden ser más altos.

Por supuesto que **la diversidad de honorarios varía según el mercado de actuación, y esas cifras son globales**. En este sentido, se puede equiparar con la dispersión de cualquier otra actividad regulada, como, por ejemplo, profesionales de la psicología o psiquiatría, médicos de especialidades, abogados o contadores, donde hay algunos que cobran honorarios de 40 dólares, mientras que otros superan los 800 o 1000 dólares. Todo depende de la experiencia, posicionamiento, marca personal, trayectoria, y, sobre todo, de la reputación que posean. Y los que están en el “hall of fame” del sector fijan sus propios parámetros.

Dentro del coaching, **los mejores pagos son los que poseen probada experiencia y efectividad de intervenciones empresariales**, el llamado “coach ejecutivo”, donde proporciona soluciones que agregan valor real a los negocios.

Para destacarse en ese campo es necesario recibir una preparación que no se aprende en las escuelas tradicionales del sector, sino que lleva años. Consiste, básicamente, en integrar conocimientos de otras disciplinas y profesiones de base, puestas en formato de procesos de coaching para intervenciones organizacionales que produzcan resultados medibles y tangibles.

La efectividad de estos procesos

La mayoría de las empresas del mundo utilizan el coaching y, crecientemente, el mentoreo como herramientas de aprendizaje para sus ejecutivos y equipos.

Un informe publicado por el sitio *RoboCoach* señala que “investigaciones realizadas por MatrixGlobal en coaching para una compañía del Fortune 500 demostró que **el coaching produce un retorno del 529% de la inversión y múltiples beneficios intangibles importantes para la empresa**, impulsando el retorno de la inversión global a un nivel de 788%”. En palabras sencillas, la inversión es mucho menor al retorno que reciben las empresas en término de efectividad de la herramienta del coaching profesional aplicado a distintas industrias.

También indica **datos de la revista Fortune que “muestran que el coaching incrementa el rendimiento de los ejecutivos en un 88% en aquellas empresas que implementan la tecnología del coaching”**. En este caso, la mejora sería notable versus los sistemas de aprendizaje o intervenciones clásicas organizacionales; básicamente porque, tanto el coach como el mentor, ponen el eje total en la persona y en su desarrollo permanente, y lo conectan con un abordaje sistémico -por ejemplo, la empresa donde trabaja- para que pueda

obtener resultados que alineen los principios y valores personales con los de la organización y sus metas específicas según su rol.

Futuro inmediato

Las transformaciones vertiginosas del mundo, la aceleración digital y el paso del trabajo presencial al formato a distancia o home office son alentadores para la industria del coaching y mentoreo.

Los profesionales que ya tengan desarrollada su marca personal consistente y posicionada están en mejores condiciones frente a los que ejercen su tarea en forma casi anónima o sólo por referidos.

Para el portal de negocios *Dugudd-Hoy*, “se espera que para 2022, el sector del coaching de negocios crezca más rápido de lo que creció la economía del 2012 al 2017” en países del primer mundo. Y aún en contextos recesivos, las personas y empresas van a necesitar siempre de apoyo, orientación, guía y contención.

En términos prácticos, cualquier coach -al igual que un empresario tiene **dos trabajos: el ejercicio profesional y estudiar la economía y su industria permanentemente para no ver mermadas sus oportunidades laborales.**

El ofrecer sus servicios en línea, al igual que cursos y formaciones, ultra-especializarse en industrias abandonadas, y enfocarse en industrias duras (a las que la mayoría de los coaches les escapan por ser menos entretenidas o mucho más desafiantes) son tres alternativas ineludibles a considerar.

La tendencia del micro-learning también es compatible con la labor de coaches y mentores. Las personas tienen vidas cada vez más ocupadas, por lo que el conocimiento compartido en pequeñas cápsulas como unidades temáticas (no en el recorte de un curso largo mostrado por fragmentos) abre un espectro fabuloso para el marketing de contenidos.

Un mundo de oportunidades

Para finalizar, estos aspectos son decisivos en la conformación de su presencia en la industria si se desea ser un coach o mentor de tiempo completo:

-El principio rector es agregar valor y poder medirlo en forma tangible y concreta: **hasta ahora los coaches se basaban en posiciones de percepciones sobre la efectividad de su trabajo**. Desde ahora los clientes querrán que se mida su progreso en forma totalmente concreta. Para esto, muchos coaches ya utilizan herramientas propias de alta efectividad.

-Profesionalizarse permanentemente, sin importar la trayectoria que se tenga.

-Desarrollar su plan de negocios, inversión y estrategia, mínimo a cinco años. Esto implica que el coach y mentor necesita empezar a verse a sí mismo como un negocio, y no solamente un profesional independiente que no sigue ningún tipo de esquema para su actividad.

-**Crear y potenciar la marca personal, aportar a la industria del conocimiento e interactuar con tribus nuevas que puedan demandar sus servicios**. El marketing de contenidos será esencial para proyectar su labor al siguiente nivel.

-**Interactuar en círculos abiertos**, saliendo del microclima de las asociaciones profesionales que lo único que logran muchas veces es un efecto de estar mirándose el ombligo permanentemente. El mundo es mucho más amplio, retador y potencialmente interesante para nutrirse de experiencias y conseguir clientes.

-**Socializar el conocimiento en todo tipo de medios y recursos creados y los que vayan surgiendo**, como inteligencia artificial, realidad aumentada y realidad virtual, que se pueden integrar al desempeño profesional, y potenciarlo.

Todas estas acciones en paralelo servirán de base para lograr un efecto virtuoso de mayor relevancia en su segmento, además de colocarse a la vanguardia en innovación del sector del coaching y mentoring.

Fuente: <https://www.infobae.com/opinion/2020/05/19/la-industria-del-coaching-y-mentoring-seguira-creciendo-durante-los-proximos-diez-anos/>