

## Juan A. Devecchi Mas publica LexiCoach

**De los Anclajes a los Valores, pasando por la Definición de Objetivos, la Sesión de Coaching, la Motivación, la Spiral Dynamics... LexiCoach define y explica de manera sencilla y completa las herramientas que utilizan los profesionales del Coaching.**

### ENTREVISTA A JUAN ANTONIO DEVECCHI MAS

Usted es especialista en Coaching Profesional, un anglicismo que está muy presente en el vocabulario español últimamente. Para los profanos en esta materia ¿qué es el coaching?

Pregúntele a un arquitecto que es la arquitectura, o a un médico qué es la medicina, o a un director de recursos humanos que son los recursos humanos... Tendrá tantas definiciones como respuestas, no porque sea complicado explicarlo, más bien digamos que es complejo. De hecho, hay libros enteros que intentan explicar qué es el coaching. Si doy una respuesta breve, impactante, fácil de memorizar, probablemente me tachen de superficial. Y si me alargo pareceré pedante. Voy a arriesgarme: el coaching es un proceso de reflexión y actuación sobre las capacidades y conocimientos de las personas que quieren desarrollarse personal y/o profesionalmente. Queda bien, ¿no?, pero me imagino que a la gente le gustaría saber más bien cómo se hace esto y aquí si que me alargaría demasiado!

Recientemente ha presentado su nuevo libro, LexiCoach en el Centro de Cultura "SA NOSTRA". ¿Qué objetivos o novedades aporta este libro?

En LexiCoach he puesto todas las técnicas que utilizo en la práctica del coaching. No digo que estén todas las que existen, sino las que utilizo. Los que me conocen saben que me gusta ir a lo práctico, a lo que funciona, que busco la mejor manera de obtener rápidamente los resultados deseados. Hay algo más de 60 entradas en LexiCoach pero insisto en que la elección es puramente subjetiva: están las técnicas y los conceptos que utilizo.

¿Cómo está estructurado?

Al ser una especie de diccionario, la estructura no es complicada: aparecen técnicas por orden alfabético. No quería hacer un manual, pero me di cuenta de que si no desarrollaba las explicaciones de las técnicas el libro sería imposible de leer para los profanos. Así que decidí desarrollar las diferentes entradas con ejemplos.

¿A quién va dirigido su libro?

Yo creo que todo el mundo puede leer LexiCoach. Naturalmente, su lectura será más fácil si se tienen conocimientos previos de Programación Neurolingüística, de coaching, etc.

¿Qué relación hay entre el coaching y la psicología tradicional?

Yo diría que la psicología es una de las fuentes de las que bebe el coaching. Durante cierto tiempo la psicología ha mirado con recelo el trabajo de los coaches, como si fueran competidores directos en el mismo nicho. Gracias a Dios hoy en día muchos psicólogos se interesan por el coaching como una herramienta más para su trabajo.

¿Hay que ser un poco psicólogo para ser un buen coach?

¿Hay que ser un poco psicólogo para ser un buen padre, o un buen profesor, o un buen entrenador de tenis, o un comercial, o...? Probablemente al hacerse esta pregunta nos estemos refiriendo a la predisposición a la “ayuda al prójimo”, y no a la profesión de psicólogo. Si me permite voy a simplificar las cosas, con el permiso de los psicólogos: Los psicólogos van del presente al pasado para entender el “¿porqué?” de las cosas; los coaches van del presente hacia el futuro y se ocupan del “¿para qué?”. Si se es consciente de esta diferencia entonces es más fácil entender la labor del coach y, sobre todo, su relación con el cliente: el cliente sabe cuánto tiempo le separa de su objetivo y cuánto le va a costar el conseguir dicho objetivo.

¿Qué habilidades y conocimientos debe tener cualquier directivo de una empresa?

¿A qué tipo de habilidades y conocimientos nos referimos? Me explico: ¿Qué habilidades y conocimientos debe tener cualquier futbolista de un equipo? Supongo que debe saber jugar al fútbol, tener una condición física adecuada, etc. El caso es que si todos los futbolistas fueran “iguales”, tuvieran estas mismas habilidades y conocimientos no saldríamos nunca del empate... o de la mediocridad. Si la pregunta está relacionada con el coaching, le diré que el coaching va más allá de las habilidades y conocimientos propios de la profesión, ya sea un directivo, un médico o un futbolista. Lo interesante del coaching es precisamente que se ocupa de desarrollar las capacidades de las personas, independientemente de su profesión, y les facilita el aprendizaje de un modo más rápido y duradero que las demás disciplinas o herramientas tradicionales.

¿Qué es la PNL?

En 1973 Richard Bandler (Ingeniero en Informática) y John Grinder (Lingüista y Psicólogo) decidieron unirse para estudiar porqué los tratamientos de los tres terapeutas de éxito en Estados Unidos (Virginia Satir, Milton Erickson y Fritz Perls) obtenían los resultados más sobresalientes del momento, aún cuando provenían de enfoques teóricos y psicoterapéuticos muy distintos. El estudio tenía como fin obtener un modelo común a los tres terapeutas que pudiera ser utilizado con éxito por cualquier terapeuta. Sus investigaciones les llevaron a la conclusión de que el procedimiento que empleaban con excelente resultado era la utilización de un patrón de comunicación muy particular. Así nació la PNL. Después el tema se fue desarrollando y aparecieron diferentes técnicas.

¿Qué aporta la PNL al comercial de ventas?

La PNL aporta herramientas de comunicación. Con ellas mejoramos la comunicación con nosotros mismos (nos aclaramos) y con los demás. Al entenderse mejor uno mismo aumenta su confianza, su autoestima, su sentido de la responsabilidad, puede establecer objetivos realistas, etc. Comunicar mejor con sus clientes permite al comercial atender mejor las necesidades del cliente,

anticipar incluso estas necesidades, crear un ambiente favorable, fidelizar al cliente, etc. ¡Pero cuidado, no estoy diciendo que gracias a la PNL el comercial venderá más! La PNL ayuda al comercial a crear un entorno lo más favorable posible. Punto. ¡Y me parece que no es poco!

¿Y al ejecutivo?

Uno de los mayores cambios que hemos vivido en estas últimas décadas es el referente a la comunicación. Digitalización, redes sociales de diferentes características, es sencillamente brutal lo que nos está tocando vivir en el ámbito de la comunicación. Todos estos cambios y toda esta diversidad apuntan sin embargo en una dirección muy clara: la comunicación es vital para las relaciones comerciales y laborales. Por mucho mareo que produzca tanto cambio y tanta diversidad, desconocer las técnicas de comunicación es condenarse al ostracismo.

Usted da clases a comerciales, ejecutivos, directivos de empresas, personas que desarrollan su trabajo desde hace años. ¿qué les enseña? ¿qué habilidades y conocimientos adoptan después de la formación?

Primero hay que entender que doy formaciones a quienes lo han solicitado. Este hecho es fundamental: las personas que vienen es porque quieren, y si quieren es porque “algo” les “preocupa”: un problema de autoridad, dificultades en la negociación, creencias limitantes, falta de motivación, diferentes tipos de estrés, miedo al cambio, etc. A través de las técnicas que presento en las formaciones doy enfoques diferentes que permiten a las personas replantear sus problemas desde otros puntos de vista. La mayor parte de los asistentes a las formaciones reconocen, con el paso del tiempo, que hay “un antes y un después” del curso, lo cual demuestra que algo ha cambiado. Si añadimos que me suelen dar las gracias, quiero pensar que este “algo” que ha cambiado es para bien.

---