

Razones para impulsar el coaching en las organizaciones mexicanas: un comparativo teórico

Belem Gabriela Hernández Jaimes¹, Martha Lilia Domínguez Patiño²

**¹Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
gabriela_hj@hotmail.com**

**²Facultad de Ciencias Químicas e Ingeniería, Centro de Investigación en Ingeniería y Ciencias Aplicadas, Universidad Autónoma del Estado de Morelos
martha_ldp@yahoo.com.mx**

Resumen

Este artículo presenta una descripción general actual, como resultado de una revisión bibliográfica, de las aportaciones y estudios realizados por expertos en relación con una estrategia que favorece la competitividad de una empresa: el coaching. Se indican argumentos que permiten visualizar las competencias laborales como una necesidad de desarrollo para mejorar la subsistencia que una organización requiere de sus colaboradores, con la finalidad de enfrentar las exigencias de su entorno y lograr objetivos exitosamente.

Por otra parte, se enfatiza el uso del coaching como una alternativa para: orientar, guiar y conducir el potencial del personal al desarrollo de sus capacidades y habilidades que maximicen su desempeño de trabajo. Y se busca caracterizar la efectividad de un programa de coaching dirigido a las empresas mexicanas, y reflexionar sobre sus posibles alcances y limitaciones.

El comparativo permitió observar los hallazgos del 2010 y 2014 de la “Global Consumer Awareness Study” (Estudio Global de la Conciencia del Consumidor) que fue comisionado por la International Coach Federation (Federación Internacional de Coaching) con el objetivo de mostrar el incremento del uso del coaching y señalar la efectividad que se consigue en otros países, y su vez acentuar a las organizaciones mexicanas que prioricen e implementen este método en sus estrategias organizacionales. Lo anterior asintió vislumbrar oportunidades para aplicarlo en empresas mexicanas del sector privado.

Palabras Clave

Coaching, México, Estrategia.