

**EL COACHING EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA FORTALECER
LAS ASESORIAS DE LOS PROMOTORES BRIGADISTAS 3 EN EL ÁREA DE
REGISTROS PÚBLICOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA.**

Edinson Sánchez Noguera – Diego Fernando Caldon Alvarado

Fundación universitaria de Popayán, Cauca Colombia

RESUMEN

En la actualidad el coaching es una práctica que despierta cada vez mayor interés en las organizaciones y está definida como una metodología que consigue el máximo desarrollo profesional y personal dando lugar a una profunda transformación, generando cambios de perspectiva, aumento del compromiso y responsabilidad, lo que se traduce en mejores resultados. Para los fines de la presente investigación se utilizó en un sector comercial como una línea base de acción implementando un modelo de coaching en los promotores que realizan los procesos de formalización descentralizados de comerciantes no formales dentro del

área de registros públicos de la cámara de comercio del cauca, se identificó las falencias, se utilizó un método de coaching y se logró una transformación de actitud que se reflejó en más registros, más matrículas y renovaciones basados en una nueva cultura de formalidad, también el mejoramiento de los procesos de formalización y relaciones interpersonales de los promotores o brigadistas.

PALABRAS CLAVES: COACHING, COACHING EMPRESARIAL, CAMARA DE COMERCIO, PROMOTORES DESCENTRALIZADOS,

ABSTRACT

At present, coaching is a practice that arouses increasing interest in organizations and is defined as a methodology that achieves the maximum professional and personal development of people resulting in a profound transformation, generating changes in perspective, increasing commitment and Responsibility, which translates into better results, For the purposes of the present investigation, it was used in a commercial sector as a baseline of action implementing a coaching model in the promoters who carry out the decentralized formalization processes of non-formal traders within the area of public records of the chamber of commerce of the Cauca, the shortcomings were identified, a coaching method was used and an attitude transformation was achieved that was reflected in more records, more enrollments and renovations based on a new culture of formality, also the improvement of

formalization processes and re interpersonal relationships of promoters or brigade members.

I. INTRODUCCIÓN

las cámaras de comercio cumplen una función muy importante y es la de integrar a todos los comerciantes del país en un solo sistema formal, para ellos se han implementado diferentes métodos para lograr este objetivo a nivel nacional, departamental y municipal, Desde el año 2008 según la cámara de comercio del cauca, se han venido realizando brigadas de formalización con recursos y aportes no reembolsables del banco interamericano de desarrollo y confecámaras, así como también con recursos económicos y en especie propios de la cámara de comercio del cauca, logrando el cumplimiento de los objetivos en materia de caracterización, sensibilización y formalización empresarial obteniendo excelentes resultados.

En el año 2014 la cámara de comercio del cauca da continuidad al programa de

formalización empresarial con recursos propios de la entidad el cual nos ha permitido llegar hasta los lugares más remotos del departamento del cauca, brindando cobertura a todos los municipios que hacen parte de la jurisdicción de la cámara de comercio del cauca, gracias al programa en los últimos 4 años se han sensibilizado 2869 empresarios que no habían cumplido con la obligación de registro mercantil y la renovación del mismo, de los cuales 1.108 se han renovado y 999 son nuevos formalizados.

Para la mayor efectividad de desarrollo de las brigadas de formalización se ha logrado identificar las falencias , trabajar en ellas y mejorarlas ,logrando proceso laborales eficientes teniendo en cuenta que las más habituales son el desánimo en la mala forma de prestar el servicio al cliente, utilizando métodos no pertinentes para brindar una información que convenza al que realiza cierta actividad económica de

manera informal, sumando el desgaste físico que presentan los promotores debido a los equipos pesados que deben transportar hasta cada uno de los puntos donde el comerciante informal recibe la información, con todo esto, se evidencio que teniendo una preparación adecuada antes de que empiecen las brigadas, se logrará que fomente una comunicación asertiva con los comerciantes u empresarios informales que permita generar más matrículas y renovaciones basados en una nueva cultura de formalidad, también el mejoramiento de los procesos de formalización y relaciones interpersonales de los promotores o brigadistas 3, para que de esta manera, tengan mejores herramientas y generar una mentalidad proactiva en su trabajo, creando un mejor sentido de pertenencia, asimismo, dinamizar de forma armónica la cultura organizacional , el clima organizacional y la calidad del servicio, en otras palabras, los comerciantes sientan más satisfacción y confianza debido al dominio de la

información, para que mejoren los indicadores de comerciantes formales y las renovaciones de registros mercantiles frente al año 2018 que tuvo un aumento del 1.7% frente a año 2017 con un total de 23.630 matrículas mercantiles nuevas y renovadas en el cauca ,teniendo en cuenta que en Colombia el nivel de informalidad en el mes de octubre del año (2019) registró que fue de 45.6% mostrando una disminución en la informalidad frente al año pasado de un 1.3% esta disminución se basa en la poca efectividad de los procesos.

2. MARCO TEÓRICO

Es importante tener en cuenta e identificar la necesidad de la complementación del coaching en el sector empresarial, en este caso en la cámara de comercio cauca , reconociendo que el coaching es una práctica que nos brinda herramientas que se aplican tanto a fines relativos del talento humano de una organización como al ámbito concreto laboral y personal de quien se somete al proceso haciendo posible la generación y transferencia de conocimiento con el fin de alcanzar la mejor versión de una empresa y de sus componentes.

Para Leonardo E. Ravier, Arte y Ciencia del Coaching: Su historia, filosofía y esencia, El año 1980 determino que el coaching se inició por esta época, pero en realidad lo que hizo fue difundirse como lo conocemos a la fecha. El coaching es una continuación de

una ideología que la psicología humanista ha intentado difundir.

Entonces vale aclarar que el coaching lleva alrededor de 30 años haciendo presencia y practica en todo el mundo, de esta manera, se consolido como una práctica metodológica que tiene su propia identidad.

Teniendo en cuenta esto; existen diferentes parámetros para su clasificación, el coaching se aplica según el número de personas con el que se trabaje. Existen dos tipos: Según a las personas que se dirija;

2.1 Coaching individual: es el coaching que se realiza a un cliente de manera unipersonal. Se trata de conseguir logros significativos en el apartado personal o profesional de la vida, ayudando a la persona a aprender, encontrado, por él mismo, sus propias soluciones. Coaching de equipos: al contrario que el anterior, se utiliza para mejores mejorar los resultados conjuntos de los equipos de trabajo. No se trata de ayudar

a una persona sino a un equipo completo y a su líder a mejorar la inteligencia colectiva que permita un mayor rendimiento. Por ello, es muy conveniente para empresas y deportes colectivos.

Según el contenido

Dependiendo del objetivo que posea el entrenamiento de coaching vemos que hay diferentes tipos:

2.1.1 Coaching personal: es el modelo de coaching tradicional que se ha utilizado desde sus inicios. También se denomina ‘Life Coaching’, y consiste en realizar cambios en la vida de las personas para conseguir diferentes metas en la vida personal.

2.1.2 Coaching empresarial: el coaching para empresas se utiliza con el objetivo de mejorar diferentes aspectos que conforman el día a día, y puede aportar grandes beneficios como mejores relaciones, mayor

liderazgo de los directos, mejoras del rendimiento y el trabajo en equipo.

Según Alfonso Suarez El coaching es la habilidad de observar, escuchar y hacer preguntas, y, por medio de una buena técnica, lograr que otros descubran sus propios recursos, emprenda acciones y sean capaces de continuar alcanzando objetivos por sí mismos.

También lo define como un proceso de ayuda, escucha activa y toma de conciencia que te llevará a descubrir y maximizar todo tu potencial creativo, teniendo en cuenta tus habilidades, circunstancias y recursos para que puedas plantearte mejores metas y alcanzar tus objetivos en un proceso empresarial o dentro de una organización en cambio para Sánchez & Boronat (2014: p. 224) hacen referencia, también, a la psicología como origen del coaching. Así pues, afirman que, según la psicología humanista, “el individuo percibe el mundo que le rodea de un modo singular y único; tal

percepción constituye su peculiar realidad y determina su comportamiento”. Asimismo, “el constructivismo, como corriente psicológica actual, ha propiciado su desarrollo. Mantiene que la persona (cognitiva, social y afectivamente) es el resultado de la construcción producida por la interacción entre el ambiente y el individuo”.

Actualmente las empresas enfrentan grandes desafíos los cuales se enfocan en múltiples variables como lo son talento y oportunidades laborales, tecnología, emprendedores, digitalización, automatización, inteligencia artificial, objetivos de desarrollo sostenibles todos términos imprescindibles en la evolución empresarial que hemos vivido a lo largo de este siglo XXI, sin embargo, ahora con el comienzo de un nuevo año, nos enfrentamos a nuevos retos y objetivos, sin embargo el mayor reto es capacidad de aprendizaje y la capacidad de emprendimiento de nuestro colaboradores en la organizaciones, ya que

sigue siendo el pilar de toda organización dando así cumplimiento a lo más importantes para el crecimiento profesional y empresarial

Ahora las empresas se han ido dinamizando al tema del coaching empresarial, ya que es un abanico tan amplio que permite abordar muchos temas y hacer eficaz muchos procesos y objetivos trazados y nos permiten prestar especial atención a otros desafíos que no se relacionan con el trabajo, pero sí con las personas.

En el ámbito organizacional El coaching empresarial es un proceso voluntario, activo e interpersonal de aprendizaje-entrenamiento individualizado que tiene como finalidad el desarrollo de nuevas y mejores competencias, sobre todo en el ámbito de las habilidades y las conductas, en el terreno laboral del management. El coach es alguien que conduce, que guía, que entrena a otro. Ese otro, denominado Coacheé, no aprende

desde el plano teórico sino desde el práctico, adoptando un papel activo y responsable.

Expertos aseguran que los nuevos procesos de coaching empresarial vienen marcados por la capacidad de adaptación y formación para afrontar la incertidumbre, Pilar Llácer plantea que para el 2030 se estima que el 85% de los trabajos que habrá aún no se han inventado y aparecerán en los próximos años, por lo que la experta recomienda a los profesionales “que ante la volatilidad del futuro del trabajo en el 2020 y siguientes, entiendan que se necesitan altas dosis de innovación y perder el miedo al cambio constante fortalecidos en su proceso voluntario de reinventarse a través de sus capacidades y Dotar de habilidades más que conocimientos y fomentar la actitud emprendedora.

Partiendo de esto nos encontramos con Stephen R Covey escritor reconocido por estar el bestseller internacional (obra con gran éxito de ventas) con su libro los 7

hábitos de la gente altamente efectiva, nombrado “libro de negocios más influyente del siglo XX” y uno de los diez libros de gestión empresarial enfocados en los coaching más relevantes de todos los tiempos afirmando “Los hábitos son como hebras. Si día tras día las trenzamos en una cuerda, pronto resultará irrompible”. Personalmente, no estoy de acuerdo con la última parte de esta sentencia. Sé que los hábitos no son irrompibles; es posible quebrarlos. Pueden aprenderse y olvidarse. Pero también sé que hacerlo no es fácil ni rápido. Supone un proceso y un compromiso tremendo”

Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva son los siguientes:

- El hábito de la proactividad nos da la libertad para poder escoger nuestra respuesta a los estímulos del medioambiente. Nos faculta para responder de acuerdo con nuestros principios y valores. En esencia, es lo

que nos hace humanos y nos permite afirmar que somos los arquitectos de nuestro propio destino.

- Comenzar con un fin en mente hace posible que nuestra vida tenga razón de ser, pues la creación de una visión de lo que queremos lograr permite que nuestras acciones estén dirigidas a lo que verdaderamente es significativo en nuestras vidas.
- Poner primero lo primero nos permite liberarnos de la tiranía de lo urgente para dedicar tiempo a las actividades que en verdad dan sentido a nuestras vidas. Es la disciplina de llevar a cabo lo importante, lo cual nos permite convertir en realidad la visión que forjamos en el hábito 2.
- Pensar en Ganar-Ganar nos permite desarrollar una mentalidad de abundancia material y espiritual, pues nos cuestiona la premisa de que

la vida es un “juego de suma cero” donde para que yo gane alguien tiene que perder.

- Buscar entender primero y ser entendido después es la esencia del respeto a los demás. La necesidad que tenemos de ser entendidos es uno de los sentimientos más intensos de todos los seres humanos. Este hábito es la clave de las relaciones humanas efectivas y posibilita llegar a acuerdos de tipo Ganar-Ganar.
- Sinergizar es el resultado de cultivar la habilidad y la actitud de valorar la diversidad. La síntesis de ideas divergentes produce ideas mejores y superiores a las ideas individuales. El logro del trabajo en equipo y la innovación son el resultado de este hábito.
- Afilar la sierra es usar la capacidad que tenemos para renovarnos física, mental y espiritualmente. Es lo que

nos permite establecer un equilibrio entre todas las dimensiones de nuestro ser, a fin de ser efectivos en los diferentes papeles (roles) que desempeñamos en nuestras vidas.

Según el método utilizado.

Si tenemos en cuenta las diferentes técnicas utilizadas en el coaching podemos conocer:

2.3 Coaching sistémico: se basa en la teoría de sistemas como herramienta para intervenir en las personas. De esta forma, considera a la persona dentro de un sistema y mide las consecuencias que tienen las acciones realizadas en su entorno.

2.3.1 Coaching coercitivo: se realiza a través de seminarios, considerados entrenamientos que sirven para lograr cambios profundos, por el gran impacto que producen sus técnicas en las personas.

2.3.2 Coaching ontológico: este tipo de coaching utiliza la filosofía del lenguaje y ayuda a la mejora de los individuos a partir de los cambios en las formas de expresión, el lenguaje y otro tipo de herramientas lingüísticas y corporales.

2.3.3 Coaching cognitivo: se centra en el entrenamiento de las propias funciones cognitivas, expresivas y receptoras, como la memoria, el aprendizaje y los pensamientos de las personas.

2.3.4 Coaching con inteligencia emocional: se centra en el control de las emociones personas y el autoconocimiento para conseguir un mayor bienestar personal.

2.3.5 Coaching PNL: este modelo combina el coaching con la programación neurolingüística. Y ayuda a cambiar ciertas creencias y conductas de la persona a través de la forma en que percibe la realidad que le rodea.

La PNL (Programación neurolingüística) es un sistema que prepara o programa, sistemáticamente la mente para lograr una comunicación eficaz, es decir, entender lo que pensamos con lo que hacemos, consiguiendo una congruencia a través de una estrategia que se enfoca al desarrollo humano. Teniendo en cuenta esto, el enfoque con el que se quiere trabajar es la PNL, ya que este nos permitirá mejorar y fortalecer muchas conductas adquiridas tanto culturales como sociales de los promotores brigadistas 3 del área de registros públicos de la cámara de comercio del cauca, que no les han permitido llevar a cabo de manera eficaz su desempeño en el campo.

Programación: Es un término que alude a los procesos de organización de los componentes de un sistema. Hace referencia a los programas mentales establecidos que rigen nuestro pensamiento y comportamiento, los cuales podemos programar de forma similar a como se

programaría un ordenador para que realice determinadas funciones que nos interesan.

Neuro: que viene del griego “Neurón” y dice que todo comportamiento es el resultado de un proceso neurológico. Toda acción o conducta está en función de la actividad neurológica puesta en marcha a partir de la información que nos llega a través de los sentidos. La interpretación que damos a dicha información, es la que nos va formando nuestra percepción del mundo que nos rodea.

Lingüística: que viene derivado del latín “Lingua” y nos indica que el proceso neurológico es representado, ordenado, secuenciado y transmitido a través de la comunicación basada en la palabra o el lenguaje. Reconoce la parte que ocupa el lenguaje como representación de nuestra organización mental y de nuestras estrategias operativas.

La Programación Neurolingüística es saber que se basa en cuatro aspectos fundamentales, los cuales se conocen como los “cuatro pilares”, según Steve Bavister y Amanda Vickers (2014).

Resultados: Para conseguir algo, hablamos de objetivos, en la PNL se utiliza el término de resultados. Si hay una concentración previa en lo que se quiere conseguir, habrá una guía que orientará todos los recursos disponibles de esa persona a la consecución de un objetivo.

Agudeza sensorial: La agudeza sensorial se refiere a la capacidad de observar o detectar pequeños detalles para ser conscientes de lo que ocurre a nuestro alrededor. La gente varía mucho a la hora de darse cuenta de lo que ve, escucha o siente. Hay personas que

se dedican a observar más su entorno, mientras que otras se fijan más en sus propias emociones y pensamientos.

Flexibilidad en el comportamiento:

Cuando empiezas a saber cuáles son tus resultados y utilizas tu agudeza sensorial para observar lo que está sucediendo, la información que obtienes te permite realizar ajustes en tu comportamiento, si es necesario. Si los actos que realizas no te llevan por la dirección que deseas, es evidente que deberías intentar tomar otro camino o probar algo diferente, pero a muchas personas les falta esa flexibilidad en el comportamiento y sencillamente insisten en hacer lo mismo una y otra vez.

Compenetración: La compenetración se podría considerar como aquel componente que une a la gente. La mayoría de las veces ocurre de manera natural, automáticamente, instintivamente. Algunas personas que conocemos parece que comparten nuestra perspectiva vital, mientras que hay otras

personas con las que no conectamos. Se ha de mejorar la capacidad de compenetración con otras personas para obtener relaciones más eficaces. (Divulgaciondinamica, 2017)

La PNL además de ser una herramienta muy poderosa al momento de comunicarnos, de influenciar y persuadir, es un modelo muy interesante que sirve para lograr cambios tanto personales como profesionales, de tal modo que, nos ayuda a concientizar de cómo funciona nuestra mente para que así podamos generar cambios positivos conductuales que nos ayuden a cumplir el logro de nuestros objetivos. La PNL es un método de autoconocimiento y crecimiento personal, que nos permite no solo identificar los problemas sino también como solucionarlos.

mejor solución a las situaciones que se presenten.

Los promotores a diferencia de los auxiliares de registro, deben visitar a los comerciantes puerta a puerta y brindar los servicios que ofrece la cámara de comercio del cauca; principalmente formalizaciones y renovaciones mercantiles. Invitando al comerciante a formalizar su establecimiento de negocio indicándole todo el portafolio positivo que se desprende al hacer que su actividad de comercio sea legal.

3. TRABAJO DE CAMPO

¿Cómo es el trabajo como los promotores?

Trabajar con los promotores es una tarea muy dinámica ya que, en el día a día muchas cosas pueden suceder y se debe estar presto a atender cualquier novedad que suceda fuera de la institución, para poder darle la

La comunicación con los promotores es algo indispensable dentro del grupo de trabajo, puesto que, ellos tiene contacto directo con el comerciante, tomando información que puede aportar de manera dinámica a las necesidades que la cámara de comercio del cauca trata

de ayudar a suplir a los comerciantes de la región, como por ejemplo la falta de conocimientos a la hora de crear comercio u empresa.

Cada uno de los promotores cumple una función muy importante y es la de llevar la cámara de comercio a todos y cada uno de los rincones de la región, por eso el servicio al cliente y un excelente conocimiento del protocolo son indispensables para la realización de estas actividades.

Es difícil tener un método estándar que permita que los promotores aprendan de la misma manera todo su protocolo, así mismo, pasa con la atención al cliente. En general los promotores son un buen grupo de trabajo sin embargo hay cosas que se podrían explotar mejor para que esto se vea reflejado de manera positiva en la organización.

QUE IDENTIFICA QUE DEBEN FORTALECER

? Como lo dije anteriormente, el servicio al cliente y la claridad en el protocolo son dos aspectos que se deben tener en cuenta.

Conoce el coaching empresarial?

Si claro que he escuchado algo de ellos aunque aún no lo he puesto en práctica.

Es importante que los promotores sean conscientes de que cada uno somos diferentes y por ende también tenemos diferentes formas de recibir la información, para esto debemos ser conscientes de los que realizamos y nuestras conductas.

Por esta razón se dio inicio a las actividades con un test de canales sensoriales es una herramienta que permitirá a cada uno de los

promotores brigadistas 3 de la cámara de comercio del cauca, conocer cuál es su tipo de aprendizaje para que de esta manera pueda identificarlo, tener conciencia de su canal sensorial y así mismo lograr mejores resultados en su aprendizaje.

Sergio Velasco, (1996): define “Los estilos de aprendizaje como el conjunto de características biológicas, sociales, motivacionales y ambientales que un individuo desarrolla a partir de una información nueva o difícil; para percibirla, procesarla, retenerla y acumularla, construir conceptos, categorías y solucionar que, en conjunto, establecen sus preferencias de aprendizaje y definen su potencial cognitivo”.

(Test de estilos de aprendizaje Lynn O’Brien 1990)

Aquí se evidencio, que de los cuatro (4) promotores brigadistas 3 demostraron tener en su mayoría, el tipo de aprendizaje:

Promotores Canal sensorial

1 Promotor: Visual

2 Promotor: Visual

3 Promotor: Auditivo

4 Promotor: visual

Teniendo como resultado que la mayoría de los promotores, son de inteligencia visual y es allí, donde enfocamos nuestra labor, puesto que, las personas visuales tienen una metodología diferente de aprender, en donde la observación es su mayor aliado, frente a los otros dos tipos de

inteligencia anteriormente nombrados.

De esta manera para conectar con los visuales se utilizaron imágenes tanto en las descripciones como los gráficos y se proyectaron de manera simple para que el aprendizaje fuera más efectivo.

Para conectar con el promotor auditivo, se utilizó el discurso (con historias) como recurso más eficaz y todo el apoyo del audio multimedia.

Aquí se puede identificar que el método que se está usando para brindar la información a los promotores no es el más pertinente, dado que, uno de ellos tiene una manera de aprender o retener la información diferente a los otros tres promotores evidenciando el bajo rendimiento frente a las metas establecidas.

Se realizó la retroalimentación sobre el test realizado con los promotores ante lo cual respondieron asombrados porque no conocían su canal sensorial. Luego de ser más conscientes de sobre cuál es la forma que mejor se acopla a la hora de retener información.

Teniendo en cuenta que cada de uno de ellos ya era consciente de la manera que mejor se ajusta a la hora de recibir la información, se prepararon una serie de imágenes didácticas con sonido, para que de esta manera entiendan y atiendan de manera más oportuna las inquietudes que se presenten en el día a día frente a los comerciantes y empresarios.

Luego se realizó la actividad **consigue ideas para llenar el vaso con agua** con el fin de lograr que los promotores tengan un ambiente

donde haya más confianza y compañerismo

Este ejercicio Consiste en cambiar el enfoque de situaciones en que se visualiza un vaso de agua medio vacío – pesimismo – por vaso medio lleno – optimismo, sí hay soluciones. De este ejercicio se pretende obtener como beneficio: que el equipo conozca cómo unificar esfuerzos para cumplir objetivos y cómo ayudarse mutuamente, crear un ambiente de colaboración grupal. Para esta actividad se usaran Hojas de máquina, lapiceros o lápices

Desarrollo: Se forma un grupo de 4 personas.

Cada participante, redacta una situación, puede ser personal, del ámbito cotidiano o que se presenta en el trabajo. Se trata de algo por lo cual se siente pesimista. La redacción

debe ser en ese tono. A continuación, uno de los participantes lee su historia. Cada uno del resto del grupo sugiere una alternativa de cambio, desde una perspectiva positiva.

Se repite el proceso con un siguiente participante, hasta que todos compartan su historia y el resto de los aporte desde el punto de vista del vaso medio lleno. No es necesario que obtenga resultados para cada planteamiento; lo que se pretende es cambiar el enfoque a un evento que quizá tenga mucho tiempo etiquetado como problema por cada uno de los participantes

Al inicio de esta actividad se evidenciaba que cada uno de los promotores era más disperso en la relación con sus demás compañeros. Después de la actividad se logró un cambio significativo en la perspectiva que tenía cada uno de ellos frente a

muchas situaciones, haciendo más conciencia del apoyo mutuo, de los diferentes puntos de vista y opiniones que pueden ayudar de manera armónica al grupo fortaleciéndolo como una sola unidad y equipo de trabajo.

Se prosiguió a realizar una actividad llamada los juegos de rol, los cuales pretenden hacer vivir experimentalmente una situación o acción en la que se pueden encontrar las personas participantes. Se trata de vivencias no sólo intelectualmente, sino también con los sentimientos y el cuerpo. Esta técnica es útil para manejar aspectos o temas difíciles en los que es necesario tomar diferentes posiciones para su mejor comprensión.

Proyectarse en los papales planteados, comprenderlos, percibir emociones. Desarrollar cohesión y

confianza en el grupo. Incrementar la confianza personal. Desarrollar la creatividad y mejorar soluciones de problemas o acciones planteadas. (Instituto tecnológico y de Estudios superiores Monterrey, 2010)

Esta técnica fue usada para fortalecer el liderazgo, compromiso, compañerismo y sentido de pertenencia de los colaboradores (promotores brigadistas 3 del área de registros públicos en la cámara de comercio del cauca).

Se realizó una actividad muy dinámica en la que todos los promotores pudieron participar. Se inició haciendo simples roles de gato y ratón, luego de cliente – asesor y finalmente promotor – comerciante, donde pudieron experimentar muchas posibles situaciones y vivencias que se presentarían en el día a día, haciendo conciencia de cada una de

ellas informándose más para hacer un mejor y completo uso de la información, combinándolo con un poco de los conocimientos adquiridos que los ayuden reconocer el posible tipo de canal sensorial del comerciante, para lograr un mayor porcentaje de efectividad, realizando las preguntas correctas que los lleven a identificar, procesar y elegir el tipo de estrategia que debe usar con el comerciante y que de este mismo modo se pueda realizar un trámite exitoso.

Se realizó también un ejercicio de **preguntas poderosas**: Dependiendo de las preguntas que nos hacemos, así mismo será la calidad de nuestras respuestas. Las preguntas poderosas están orientadas hacia el futuro, conducen a la acción, Están encaminadas hacia la meta y no hacia el problema, preguntan “Qué” en

lugar de “Por qué” y contienen supuestos positivos y útiles acerca de la situación.

Albert Einstein “Si yo tuviera una hora para resolver un problema y mi vida dependiera de la solución, yo gastaría los primeros 55 minutos para determinar la pregunta apropiada, para que una vez supiera la pregunta correcta, yo podrá resolver el problema en menos de 5 minutos.”

“Cuando a las personas se le formulan preguntas poderosas, se les brinda la oportunidad de revisar sus experiencias y sus recursos de forma diferente y de encontrar respuestas que no creía poseer” O’Connor, J. (2016).

Teniendo en cuenta esto, podemos definir que las preguntas poderosas nos brindan un portal nuevo de mejores posibilidades.

John Whitmore nos enseña que las preguntas poderosas producen cuatro efectos importantes que son:

1. Lleva a las personas a observar de un modo diferente.
2. La persona se concentra a un nivel más profundo, reflexiona.
3. El propósito de la respuesta es descriptivo, no pretende juzgar.
4. Establece un circuito de Feedback entre el Coacheé y su Coach.

La pregunta poderosa es aquella que nos permite obtener mejor información o mejor recopilación de datos

La pregunta que le estoy haciendo a mi compañero de trabajo a mi colaborador o a mi cliente, es realmente la adecuada? La mayoría de nosotros no nos hemos detenido a

pensar que tan poderosas son las preguntas que realizamos frecuentemente, por ejemplo: si se quiere tener buena información sobre un producto no es lo mismo preguntar; qué piensan sobre el producto a preguntar que siente al consumir el producto: esto abre la puerta a una gama más amplia de información que puede ser más valiosa y provechosa, por ello cada que vayamos refinando o mejorando la calidad de nuestras preguntas tendremos mejores resultados.

Se realizaron ejercicios en los que los promotores debían identificar la pregunta poderosa de entre las demás preguntas que se encontraban en las hojas, donde los promotores encontraron preguntas poderosas como por ejemplo

Lograr objetivos ¿Qué alternativas tienes para ese objetivo? ¿Qué has

intentado y que no te ha funcionado para este objetivo? ¿Dime entre 3 y 5 escenarios que pueden ocurrir para ese objetivo? ¿Cuáles son tus fortalezas para ese objetivo? ¿En quién te puedes apoyar para conseguir ese objetivo? ¿De todas las alternativas cuál prefieres que ocurra?

Resolver conflictos ¿Cuál es la solución? ¿Qué les hizo actuar así? ¿Qué necesito para lograrlo? ¿Qué me aporta esta experiencia?

Formato tomado de <https://es.slideshare.net/AsocProyectoHogar/24-ejercicios-para-emprender>.

Con este ejercicio queremos que los promotores sean más conscientes de lo que son, lo que quieren alcanzar y de qué manera hacerlo ya que la meta es lograr que ellos remuevan anhelos e impulsos que antes

tenían o sentían que los estimulaban para hacer las cosas que han ido perdiendo por la monotonía y el desvío de los objetivos tanto personales como profesionales.

cual totalizó 24.549 tramites. 919 tramites más que los registrados en el año 2018.

- Cómo se puede notar en los ejercicios anteriores, los beneficios que aportan son numerosos. Ya que cada uno de ellos se enfocó en sacar a relucir las habilidades y capacidades que tenía cada uno de los promotores brigadistas 3 participantes en las actividades.
- Se evidenciaron cambios en los procesos de servicios ágiles y modernos, programas de acompañamiento para que se formalicen, crezcan, puedan vender más, innoven y adquieran mejores habilidades gerenciales *también* se propusieron nuevas estrategias que les aportaron herramientas brindándoles mayor capacidad de respuesta.

4. CONCLUSIONES

- Con los nuevos procesos implementados de coaching se espera que para el año 2020 haya un incremento de matrículas y renovaciones mercantiles de 1000 trámites más que en año 2019, el

- Las relaciones entre compañeros de trabajo tuvieron una notable mejoría, debido a la confianza y el compromiso que cada uno de ellos tuvo consigo mismo, exteriorizándolo en mejores resultados tanto personales como laborales.
- En los resultados laborales más importantes para la organización fueron un mayor porcentaje de visitas efectivas realizadas en el año 2019.
- Gracias a las técnicas del coaching empresarial entendemos que son un conjunto de estrategias que van encaminadas al aumento y la potencialización de las habilidades de los miembros de la organización, ayudándolos a sacar lo mejor de sí, en el desarrollo de sus actividades diarias.
- Se recomienda dedicar un espacio para la reflexión y decidir cómo se van a aplicar los beneficios que cada de una de estas actividades les aportaron, qué cambios se deben hacer para poder mejorar y así mismo, implantarlos para que puedan ser aplicados.
- También es importante tener en cuenta que no se debe permitir volver a la misma rutina diaria que nos está perjudicando o no aportando de manera positiva en nuestra labor, por esta razón es importante que lo aprendido en estas actividades sean de continuo repaso hasta que puedan ser usados de manera natural.

sentimiento de inestabilidad y en gran parte una actitud de solo cumplimiento con su meta y no con la satisfacción de su proceso y de su función, también se puede decir que su intención en una carrera laboral dentro de esta organización no significa un mayor compromiso, por el contrario su trabajo actual solo lo toman como un desvare económico momentáneo , teniendo en cuenta que cada vez que se hace la contratación tiene la posibilidad de mejorar de cargo y de salario.

La mayoría de los participantes se intimidaron porque creían que debían ser los mejores en todos los métodos aplicados, uno se estreso y se enojó con el instructor. Los demás continuaron los ejercicios de forma básica sin mostrar algún interés en potencializar sus habilidades y menos nuevos retos profesionales, es decir que estudio muestra que el modelo coaching empresarial es más profundo ,con un valor cualitativamente alto y practico si él

5. DISCUSIÒN

Durante el trascurso de las practicas del modelo coaching implementada en los brigadista 3 de la cámara de comercio del cauca se evidencio que el mayor temor de ellos es la contratación lo cual provoca un

primero el brigadista tiene una formación académico a fin de su profesión universitaria, segundo que el brigadista se sienta comprometido y tranquilo con su contratación , tercero que tenga una disponibilidad al cambio y que sus estructuras culturales sean más globales.

En nuestro proceso también se evidencio que el coaching es considerado como simple técnicas que dinamizan el trabajo de una forma más amena, confundándose en ocasiones como simples metas a lograr para mejorar los indicadores del clima organizacional.

La cámara de comercio del cauca manifiesta su disposición en cuanto a dejar un rubro específico destinado para los procesos de capacitación en coaching.

6. BIBLIOGRAFIA Y ENLACES

- <https://www.elartedepresentar.com/2012/04/comunica-para-todos->

[los-sentidos-en-todas-tus-presentaciones/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A%20elartedepresentar%2FQXmU%20%28El%20Arte%20de%20Presentar%29](https://www.elartedepresentar.com/2012/04/comunica-para-todos-los-sentidos-en-todas-tus-presentaciones/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A%20elartedepresentar%2FQXmU%20%28El%20Arte%20de%20Presentar%29)

- <https://equilibrioydesarrollo.com/programacion-neurolinguistica-y-coaching/>
- <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/16452>
- https://books.google.com.co/books?id=I4R_BwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Informe de gestión o labores vigencia 2016 cámara de comercio del Cauca recuperado de https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/info_gestion_2016_def.pdf.
- Arte y ciencia del coaching: su historia, filosofía y esencia (2da

edición). Madrid, España. Unión editorial.

- <https://www.cccauca.org.co/search/node/informe%20de%20gestion%202018>
- <https://www.cccauca.org.co/actualidad/videos/informe-de-gestion-de-la-camara-de-comercio-del-cauca-ano-2019>
- <https://www.cccauca.org.co/actualidad/videos/informe-de-gestion-de-la-camara-de-comercio-del-cauca-ano-2017>