

Coaching para Compradores desde la mirada de las competencias de ICF

 Gema Sánchez López de Lerma, Miembro de ICF España y Coach Certificado ACC por ICF

Hoy traemos a Cuadernos de Coaching varias competencias de ICF. Éstas también se trabajan como objetivos de un Proceso de Coaching, para Profesionales de Compras.

Los profesionales de Compras se sitúan al comienzo de la cadena de valor. Sus acciones y decisiones tienen un gran impacto estratégico para la Empresa.

Dotarles de un aprendizaje a través del arte del Coaching, provoca que el valor añadido que obtengan, sea multiplicativo en el resto de la cadena de valor y mejoren exponencialmente los resultados de la Empresa.

Hay un primer grupo de Competencias Básicas, que ICF clasifica bajo 2



apartados: Establecer los cimientos y crear relaciones. Para mí se resume en LA CONFIANZA.

De la misma manera, uno de los principales retos para un Comprador es

crear una relación sólida con su cliente interno, proveedor y/o su equipo.

¿Cómo se trabaja en el Proceso?

Puestos en contexto, con una “foto” de su situación actual, se establece como objetivo, la relación ideal que quiere/necesita tener con sus grupos de interés: una relación de confianza.

Como en todas las áreas de la empresa, las relaciones entre sus integrantes se deben basar en ella. Para establecer una relación de confianza con ellos, el comprador **primero** revisa **la confianza en sí mismo**: cómo utiliza su intuición, si desarrolla su vulnerabilidad a no saber, a pedir ayuda, a correr riesgos y a equivocarse.

El día a día del comprador suele estar marcado por momentos de **tensión**,

A través del Proceso de Coaching se desarrolla el **control emocional**, no para dominar y controlar las emociones, sino para manifestarlas de una manera con la que sentirse a gusto e identificado. Afianza la confianza en uno mismo.

Para tener un Departamento de Compras eficiente, es necesario tener el apoyo de otros para conseguir sus fines. Se necesita desarrollar su **liderazgo transversal** mediante la escucha empática y comunicación directa.

ya sea por incidencias menores, por reuniones internas o con proveedores, por exigencias de Dirección, por verse atrapado en tareas del día a día, por miedo a convertirse en cuello de botella para su organización, etc.

A través del Proceso de Coaching, desarrolla el **control emocional** que estas situaciones requieren. Según Goleman *“La habilidad para hacer una pausa y no actuar por el primer impulso, se ha vuelto un aprendizaje crucial en nuestros días”*. No me refiero a dominar y controlar sus emociones, sino a manifestarlas de una manera con la que se sienta a gusto e identificado. Esto afianzará la confianza en sí mismo.

Solo una vez conseguida podrá extrapolarla a sus grupos de interés y desde ahí encontrar nuevas formas de trabajar, de relacionarse con ellos, diversas maneras de hacer, para obtener resultados diferentes.

Sabe qué tipo de relaciones quiere, las practica, y bajo ese foco actúa en su día a día.

“No puedes impedir una gran catástrofe, pero sí construir una organización que esté dispuesta a luchar, con una moral alta, que sepa comportarse, que confíe en sí misma, donde las personas tengan

confianza mutua... porque sin confianza, no lucharán”. Peter Drucker.

El siguiente grupo de Competencias Básicas, ICF las clasifica en el apartado: COMUNICAR CON EFECTIVIDAD.

Relacionado con esta agrupación, el segundo reto para los Profesionales de Compras, es saber comunicar para poder **“evangelizar”** sobre sus proyectos, sus propuestas, sus procesos, etc.

Hasta ahora al comprador no le parecía importante esta habilidad. Para tener un Departamento de Compras eficiente, es necesario tener el apoyo de otros para conseguir sus fines. No vale con una buena idea de ahorro o de mejora, si no consigue los apoyos necesarios para llevarla a cabo. Es necesario desarrollar su **liderazgo transversal**.

Escuchar activamente a sus grupos de interés y dar espacios para que ellos se expresen, realizar entonces preguntas poderosas, le dará esa información privilegiada que le distinguirá en la toma de decisiones, siendo rápido en las que dependan de él y viendo más allá de lo que le están contando. También decía Peter Drucker que

“Lo más importante de la Comunicación es lo que no se dice”.

El Coach acompaña en el desarrollo de una **comunicación directa**: utilizar un lenguaje apropiado y respetuoso, donde verifica si ha entendido bien, preguntar de forma abierta, practicar los silencios, utilizar el “para qué”, le aclarará el objetivo de su interlocutor, irá a futuro, *“¿Para qué me propones este negocio?, ¿Para qué quieres que revisemos estas condiciones?, ¿Para qué quieres visitarme?”*

En un Proceso de Coaching los Coaches pedimos **Feedback** al final de cada sesión a nuestros Coachees (clientes, en este caso los Compradores) para nuestro aprendizaje. Cuando un comprador se habitúa a dar su opinión en el marco del feedback, despierta empatía sin dejar de lado su posición negociadora.

“La comunicación funciona para los que trabajan en ella”. John Powell.

El último grupo de Competencias, ICF las clasifica como: FACILITAR EL APRENDIZAJE Y LOS RESULTADOS.

Yo lo relaciono con otro reto del Profesional de Compras: desarrollar un **aprendizaje continuo**. Aquí viene una

El Coaching desde la esencialidad del Ser

- **Coaching Esencial** para empresas, equipos, personal...
- **Mentoring y supervisión** para coaches que se quieran acreditar como ACC, PCC y MCC.
- **Programas de formación en Coaching Esencial** certificados por la ICF. Talleres y conferencias CCE.

www.essentialinstitute.org   


by **CRIS BOLÍVAR**
Essential Institute

ESPIRITUALIDAD, CONCIENCIA Y SABIDURÍA
PARA LA TRANSFORMACIÓN PERSONAL,
ORGANIZACIONAL Y SOCIAL


Master Certified Coach
International Coach Federation


Approved Coach Specific Training Hours
International Coach Federation


Continuing Coaching Education
International Coach Federation

de las consecuencias más potentes de un Proceso de Coaching. El Coach no le aconseja en lo que debe hacer, sino que le acompaña en los "caminos" que crea el Comprador para llegar a los objetivos que se haya propuesto (o que le haya propuesto la Empresa-Sponsor para el Proceso).

¿Qué cambia en su día a día?

Ese aprendizaje personal se queda para siempre en él y se demuestra en su nueva "forma de hacer".

El Comprador **emprende a diario nuevas acciones** por lo que obtendrá resultados diferentes. Esas nuevas acciones bien enfocadas les lleva a los resultados deseados.

El Coach le hace **tomar conciencia de sus éxitos**, sus pequeños logros. **Entrena una mirada positiva** sobre su trabajo, su labor en la empresa, su comunicación, sus negociaciones, su gestión del equipo de compras...

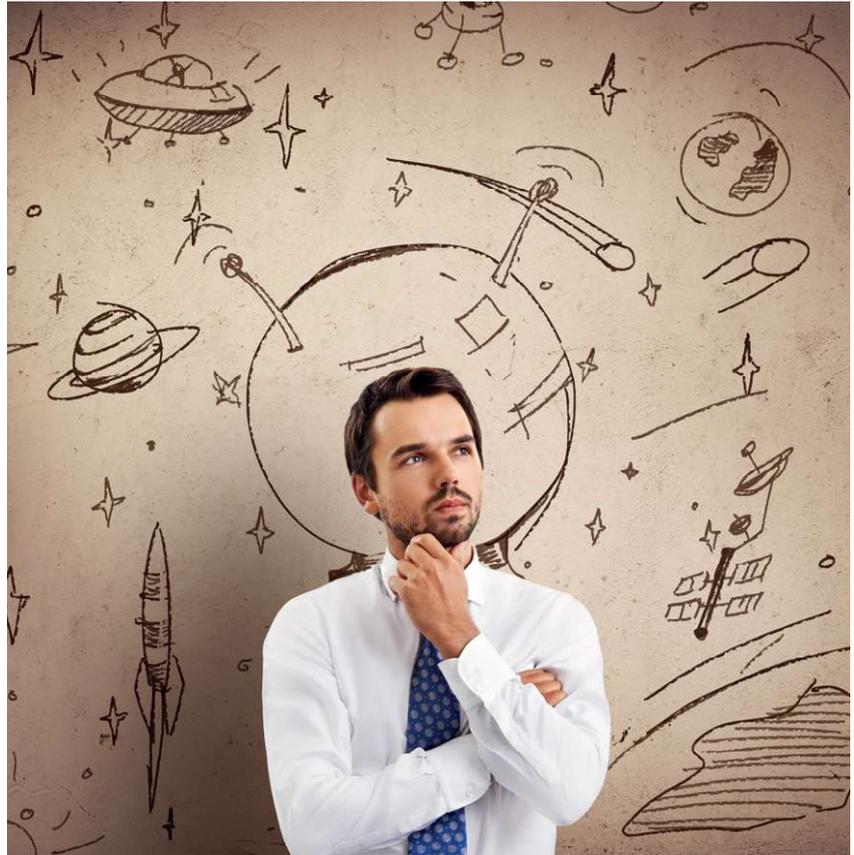
El comprador desarrolla su **propio estímulo de motivación** y tiene capacidad para **motivar** a otros. Está en una Actitud Proactiva altamente deseada y demandada por las empresas.

Deja de ser un Comprador operativo para convertirse en uno estratégico: con horizonte a corto, medio y largo plazo. Tiene un plan definido, medible con indicadores, con acciones específicas, con fechas y lo suficientemente desafiante o retador.

¡Está empoderado en su trabajo!

Siendo los profesionales de Compras los que gestionan una media del 70% de los gastos de la empresa, desarrollar competencias a través de un Proceso de Coaching como la Confianza, Control Emocional, Comunicación Efectiva, Escucha activa, Feedback, Liderazgo, Pensamiento estratégico, Proactividad, Motivación, etc. implica mejorar su gestión y la rentabilidad de la Empresa.

Las habilidades expuestas son los retos habituales a los que se enfrentan



los Compradores. Si en tu empresa es otro diferente, no hay problema, también se puede trabajar en él.

Para ir terminando, quiero mencionar el "Efecto Secundario" del Proceso de Coaching: sentirse mejor personal y profesionalmente. Esto es potente y altamente contagioso. Una persona que

se encuentra en ese estado es más capaz de conseguir lo que se proponga, o lo que le propongan. Y esto no es una opinión, es un hecho.

Concluyendo, cuando los Profesionales de Compras crean entornos de confianza con sus grupos de interés, se generan **nuevas formas de relacionarse no solo entre el resto de la empresa, sino que se extiende a sus clientes**. Como dije al inicio, lo que experimentan al principio de la cadena de suministro se transmite de manera exponencial en el resto de la cadena de valor.

Un coach certificado por ICF ha desarrollado, entre otras, las competencias que he descrito, para poder certificarse como tal. Esto nos permite establecer esa relación profesional de calidad con los equipos de compras, para que obtengan resultados extraordinarios en su vida, profesión y empresa. Para que lleguen más allá de lo que sus empresas esperan de ellos. 🍀

gema.sanchez@afincoach.com

El comprador desarrolla su **propio estímulo de motivación** y tiene capacidad para **motivar** a otros. Deja de ser un Comprador operativo para convertirse en uno **estratégico**.