

RESUMEN EJECUTIVO:
**2014 ICF Global Consumer
Awareness Study**



CONTENIDO

- 3 Introducción
- 4 Metodología
- 7 Conciencia de la Profesión del Coaching
- 12 Participación en Coaching
- 17 La Experiencia del Coaching
- 24 Perspectivas del Coaching
- 28 Resumen de Puntos Clave
- 30 Temas Emergentes

Introducción

Este es un resumen de los hallazgos del *2014 ICF Global Consumer Awareness Study (Estudio Global de la Conciencia del Consumidor ICF 2014)*. El estudio fue comisionado por la International Coach Federation (Federación Internacional de Coaching – ICF) con el objetivo de obtener un estudio robusto de conciencia global de la profesión de coaching entre personas de 25 años y más. El estudio 2014 fue emprendido por la Unidad Internacional de Encuestas de PwC.

Fundada en 1995, la ICF está dedicada a la promoción de la profesión de Coaching estableciendo altos estándares, proporcionando certificación independiente y construyendo una red global de coaches credencializados. La ICF es una organización global, con una membresía que comprende más de 25,000 profesionales del coaching personal y de negocios ubicados en más de 100 países.

La ICF define el coaching como una asociación con los clientes en un proceso creativo que invita a la reflexión y que los inspira a maximizar su potencial personal y profesional.

Para el estudio 2014, un total de 18,810 respuestas fueron recibidas en 25 países. El estudio 2014 actualiza y extiende el *2010 ICF Global Consumer Awareness Study (Estudio Global de la Conciencia del Consumidor ICF 2010)*, estudio comparativo conducido por la ICF. El estudio 2014 fue diseñado para permitir comparaciones con el estudio 2010.

La presentación de hallazgos del estudio 2014 es el siguiente:

- Metodología
- Conciencia de la Profesión del Coaching
- Participación en Coaching
- La Experiencia del Coaching
- Perspectivas del Coaching
- Elementos Clave del Resumen
- Temas Emergentes

SECCIÓN 1: Metodología



Metodología

A mitad del 2010, la ICF comisionó su primer estudio global de conciencia del consumidor sobre la profesión del coaching. El estudio 2010 fue conducido en los 20 principales países de la ICF, determinados por la tabla de posiciones de membresías de la ICF. Esos países representan aproximadamente el 90% de la masa crítica de grupos de membresía. En total, 15,000 respuestas fueron logradas (750 de cada país) y todos los encuestados fueron de 25 años o mayores. Para el estudio 2014, la cobertura geográfica fue extendida a los 25 principales países según fue determinado por la tabla de posiciones de membresías de la ICF, representando el 89% del total de membresías. Los 25 países incluidos en el estudio 2014 se enlistan en la gráfica 1. La estadística global mostrada en este reporte se refiere a esos 25 países.

También se muestra en la gráfica 1 el traslape entre los países incluidos en el estudio de 2010 y de 2014. Así, 17 de los 25 países en 2014 también participaron en el estudio 2010. Estos 17 países proveen la base para las comparaciones o cambios en el tiempo de los principales indicadores, tal como conciencia de la profesión global del coaching.

Comparado con el estudio 2010, el estudio 2014 incluye ocho países adicionales. Estos países adicionales reflejan los cambios que ocurrieron en la tabla de posiciones de membresías de la ICF. Tres países que fueron incluidos en el estudio 2010 se omitieron del estudio 2014 debido a la emergencia de otras naciones que entraron a formar parte de los principales 25 países.

Para cada país participante, el tamaño de la muestra objetivo se fijó en 750 encuestados. Como resultado, la muestra se incrementó de 15,000 en el estudio 2010 a 18,810 en el estudio 2014¹. Dentro de cada uno de los 25 países, se implementó una metodología de pánel de consumidores para alcanzar una base de respuesta robusta y representativa de la población nacional.

GRAFÍCA 1: Participación en la investigación



¹ La flexibilidad en las cuotas o proporciones, fue manejada en un pequeño número de casos para alcanzar un número suficiente en los grupos de mayor edad. Por lo tanto, los tamaños de muestra alcanzada oscilaron entre 750 y 769.

La recolección de datos fue en línea, abarcando un periodo de siete semanas, del 28 de octubre al 18 de diciembre de 2013. El cuestionario se emitió en un total de 16 idiomas. El foco principal del presente reporte son los resultados globales de la encuesta en los 25 países participantes. Los contrastes geográficos serán elaborados en una serie de tablas adicionales por país. ²

Sin embargo, es útil reflexionar los patrones geográficos en amplios términos regionales, lo cual es relevante por dos razones. Primero, cuatro países concentran casi dos de cada tres miembros de la ICF (Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Australia). Colectivamente, se referirá a ellos como los “Cuatro Grandes” en este reporte.

Segundo, fuera de los Cuatro Grandes, es útil distinguir entre los 13 países Europeos incluidos en el estudio (excluyendo el Reino Unido) y los restantes ocho países repartidos en Latinoamérica, Africa y Asia. La razón de esto es porque la composición de edades de la población varía considerablemente entre los grupos geográficos.

Tanto en Europa continental como en los Cuatro Grandes, el número de personas de 55 años y más representaron una proporción sustancialmente mayor en las muestras base, comparativamente con las muestras del resto de los grupos de los otros países (Tabla 1). Como veremos en este reporte, tanto la conciencia como la participación en el coaching profesional están fuertemente relacionadas con la edad.

La flexibilidad en las cuotas o proporciones, fue manejada en un pequeño número de casos para alcanzar un número suficiente en los grupos de mayor edad. Por lo tanto, los tamaños de muestra alcanzada oscilaron entre 750 y 769.

TABLA 1: Composición de edad de la muestra por región amplia

	Cuatro Grandes	Europa Continental (excluyendo Reino Unido)	Resto de países	Global
	%	%	%	%
25-34	20	19	27	22
35-44	19	20	24	21
45-54	21	21	23	22
55 y más	40	40	26	35
Base	3,009	9,770	6,031	18,810
Clave				
Cuatro Grandes	Australia, Canadá, Reino Unido, Estados Unidos			
Europa Continental (excluyendo Reino Unido)	Belgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Polonia, Rusia, España, Suecia, Suiza, Turquía			
Remaining countries	Argentina, Brazil, China, India, Japón, México, Singapur, Sud- Africa			

² Disponible en Coachfederation.org/consumerstudy2014.

SECCIÓN 2:

Conciencia de la Profesión de Coaching



Conciencia

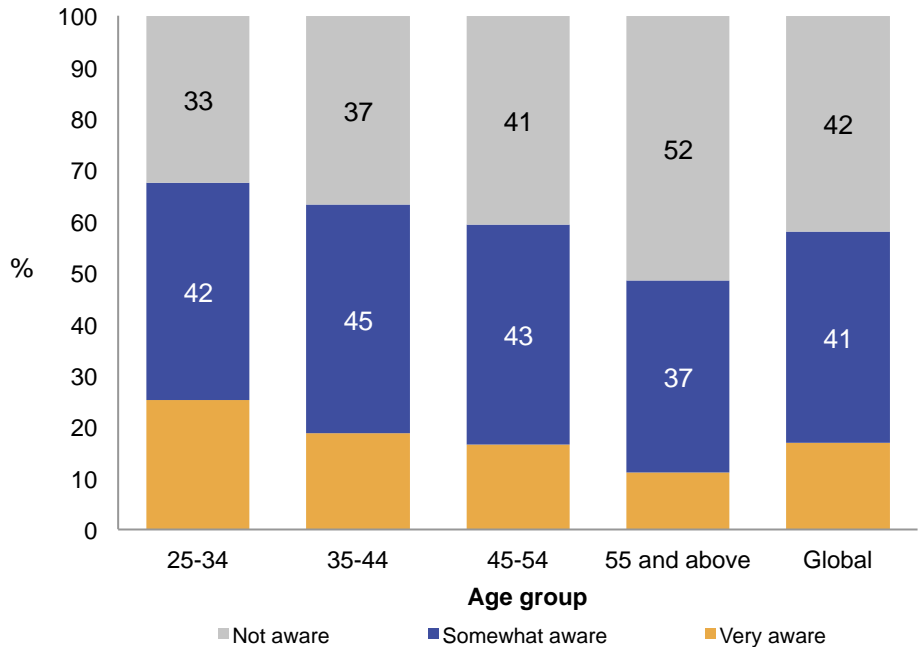
Diferencias Demográficas

Es inmediatamente evidente desde la dimensión demográfica el contraste en conciencia del coaching de negocios y/o el coaching de vida por grupo de edad. De aquellos en edades entre 25-34 años, dos de cada tres (67%) dijeron que estaban concientes del coaching, uno de cada cuatro (25%) dijeron que estaban muy concientes del coaching, y un 42% mencionó que estaban algo concientes (grafica 2). En contraste, entre aquellos en edades de 55 y más, menos de la mitad (48%) expresaron algún nivel de conciencia.

Entre los 25 países incluidos en el estudio, el nivel general de conciencia de coaching fue de 58%, comprendiendo 17% que dijeron que estaban muy concientes y 41% algo concientes. A nivel global, los niveles de conciencia difícilmente difieren entre hombres (59%) y mujeres (58%).

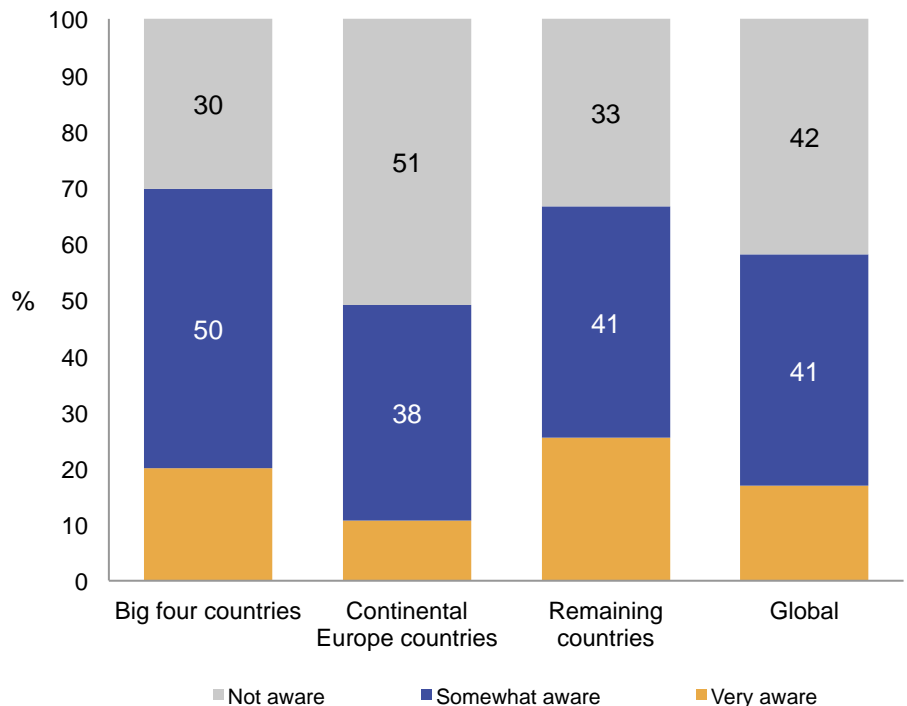
Comparado con el promedio global, los encuestados en los Cuatro Grandes países fueron significativamente más propensos a expresar conciencia de coaching (70% general), superior a los niveles de conciencia en los países de Europa Continental (49%) y ligeramente superior al 66% reportado por el resto de países (gráfica 3).

GRÁFICA 2: Conciencia por grupo de edad



Base: All respondents (18,810)

GRÁFICA 3: Conciencia Por Grupo De Países



Base: All respondents (18,810)

En cuanto a sus perfiles muy similares en edad, los contrastes agudos entre los Cuatro Grandes y los países de Europa Continental indican que las variaciones en niveles de conciencia no son impulsados solamente por factores demográficos.

En ese sentido, es interesante observar que a lo largo de los periodos de recolección de información de 2010 a 2013, la conciencia incrementó en los países de Europa Continental donde era posible hacer comparativos. En general, la conciencia incrementó 9 puntos porcentuales en países de Europa Continental, incluidos 4 puntos porcentuales de incremento entre quienes dijeron que estaban “muy concientes” y un incremento de 5 puntos porcentuales en la proporción de los que dijeron que estaban “algo concientes” (gráfica 4).

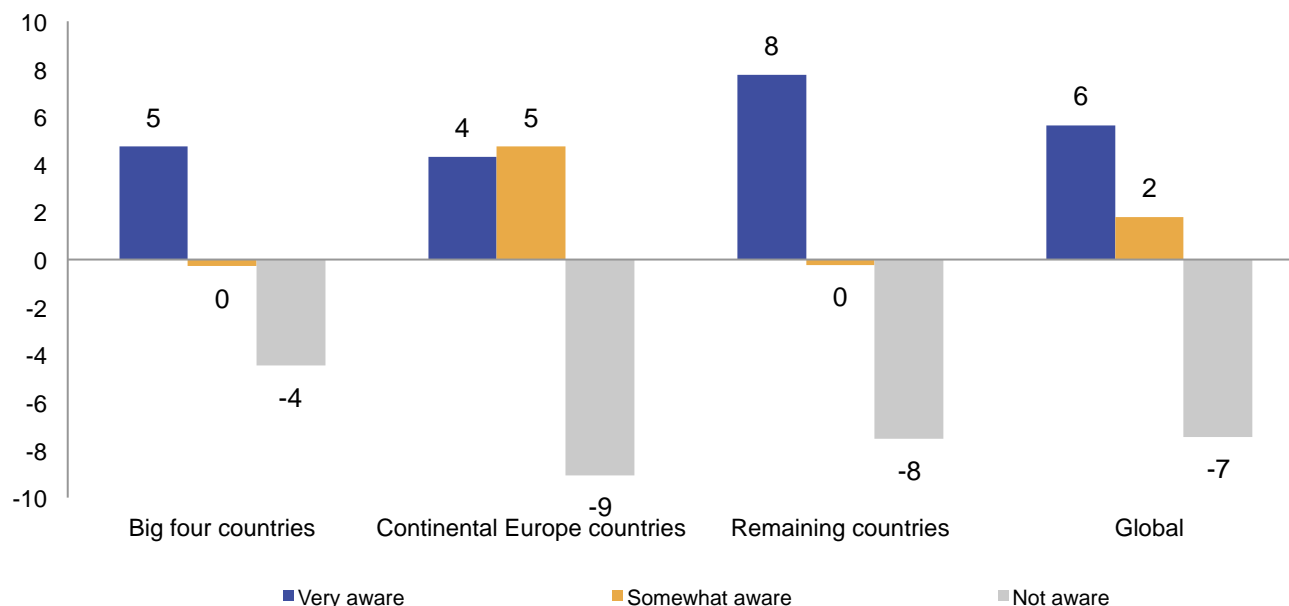
La conciencia también incrementó en los Cuatro Grandes países, principalmente debido a un incremento en la proporción de quienes dijeron estar “muy concientes” (incremento de 5 puntos porcentuales, de 15% en 2010 a 20% en 2013).

El incremento en conciencia del coaching en los Cuatro Grandes y Europa Continental puede ser visto en el contexto de un clima de dificultad que enfrentan sus economías en años recientes, especialmente Europa, donde el crecimiento económico estaba por debajo de 2% cada año, desde 2010 y hasta 2013.

No es posible solamente desde los hallazgos del estudio, decir por qué ha incrementado la conciencia. El rango de factores potenciales incluye la labor de divulgación para promover la profesión y estimular la conciencia. Asimismo, en tiempos de cambio, puede incrementar el interés por áreas abordadas en el coaching, como crecimiento personal y construcción de autoestima y confianza, que ayudan a las personas que se encuentran buscando hacer transiciones en sus vidas. ⁽³⁾

También es concebible que haya una creciente superposición entre las especialidades de coaching, tales como Coaching de Liderazgo y Coaching Ejecutivo, y las necesidades de las organizaciones buscando adaptarse a las difíciles circunstancias económicas de los años recientes.

GRÁFICA 4: Cambio en la conciencia por grupo amplio de países, 2010 a 2013, puntos porcentuales de diferencia



Base: All countries included in both 2010 and 2014 studies (12,801).

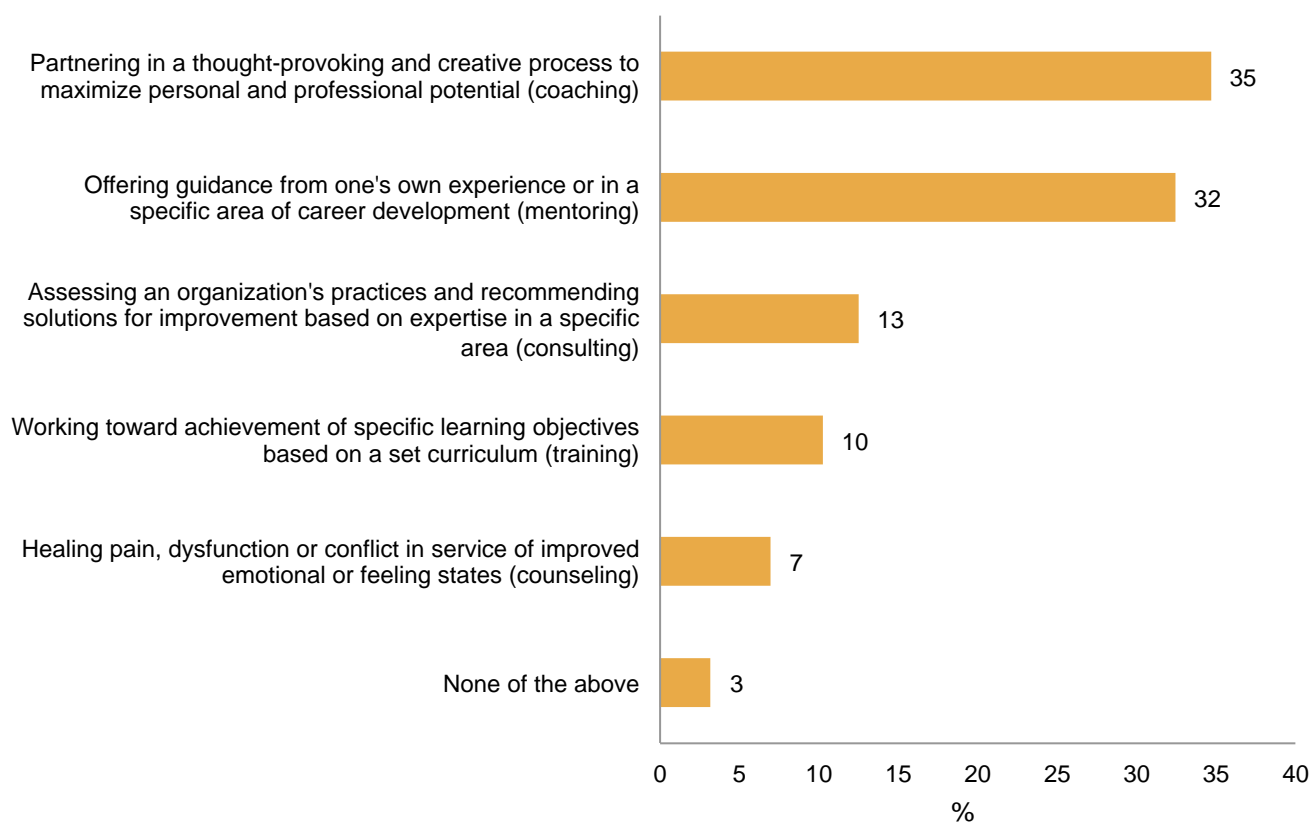
³ El 2012 ICF Global Coaching Study provee estadísticas sobre las principales áreas atendidas por coaches en sus interacciones con clientes.

La conciencia también incrementó en el resto de países fuera de los Cuatro Grandes y Europa Continental, en un margen de ocho puntos porcentuales entre aquellos que dijeron que estaban muy conscientes del coaching. Esto puede reflejar que este grupo de países incluye naciones emergentes donde el coaching ha crecido junto con el desarrollo de una economía más amplia (Por ej. en Latinoamérica y Sudáfrica). En promedio, estos países tienen perfiles de edad más jóvenes que los Cuatro Grandes y Europa Continental y, como se nota arriba, la conciencia tiende a ser más alta en grupos más jóvenes ⁽⁴⁾. Sin embargo, es poco probable que el perfil demográfico de cuenta de todo el cambio positivo en la conciencia del coaching.

A aquellos que dijeron que estaban muy o algo conscientes del coaching, se les dio una lista de frases con definiciones de diversas profesiones de ayuda y se les pidió que indicaran cuáles de ellas describían *mejor* su visión del coaching ⁽⁵⁾.

Se presenta un resumen de resultados en la gráfica 5. Como se puede observar, la definición de coaching de la ICF fue la más frecuentemente elegida (35%).

GRÁFICA 5: Visión del coaching: Encuestados que dijeron estar Algo o Muy conscientes



Base: Respondents indicating "somewhat aware" or "very aware" of coaching (10,917).

⁴ Hay excepciones dentro del grupo amplio, notablemente Japón, donde 50% de los encuestados están en el grupo de edad de 55 años y más.
⁵ No se les proporcionó a los encuestados los nombres de los otros servicios.

A las personas que respondieron a la encuesta también se les pidió que indicaran si conocían a la International Coach Federation (ICF). En total, uno de cada cinco (20%) expresó algún nivel de conocimiento, un 4% dijo estar muy conciente de la ICF, y un 16% expresó estar algo conciente de la ICF.

Reflejando el patrón general de nivel de conciencia; aquellos participantes en edades 25 a 34 fueron los más propensos a decir que estaban concientes de la ICF (27%), mientras que aquellos participantes en el grupo de edad de 55 o más, fueron los menos propensos a expresar conciencia de la ICF (14%).

En cuanto a los grupos de países, un 13% de los encuestados de los Cuatro Grandes países mencionaron estar concientes de la ICF. La proporción fue similar entre los participantes de Europa Continental (14%), y más alta en los países restantes (35%). El perfil más elevado de la ICF en los países fuera de los Cuatro Grandes y Europa Continental, puede estar reflejando un crecimiento más rápido en el número de coaches en las regiones emergentes de América Latina, África y Asia, lo cual se ve reflejado en tendencias de membresía de la ICF y también en los hallazgos del *2012 ICF Global Coaching Study (Estudio Global de Coaching ICF 2012)*.

Dado el rol de la ICF como la voz global para la industria del coaching, quizá no es sorprendente que el que se conozca o se tenga conciencia de la ICF, esté fuertemente vinculado a que se conozca el coaching. Entre aquellos con algún conocimiento o conciencia sobre el coaching, casi un participante de cada tres (33%) dijo también estar conciente de la ICF. Para la parte restante de éste reporte, la conciencia del coaching debe ser entendida abarcando aquellos que expresan estar concientes del coaching y/o de la ICF.

SECCIÓN 3: Participación en Coaching



Participación en Coaching

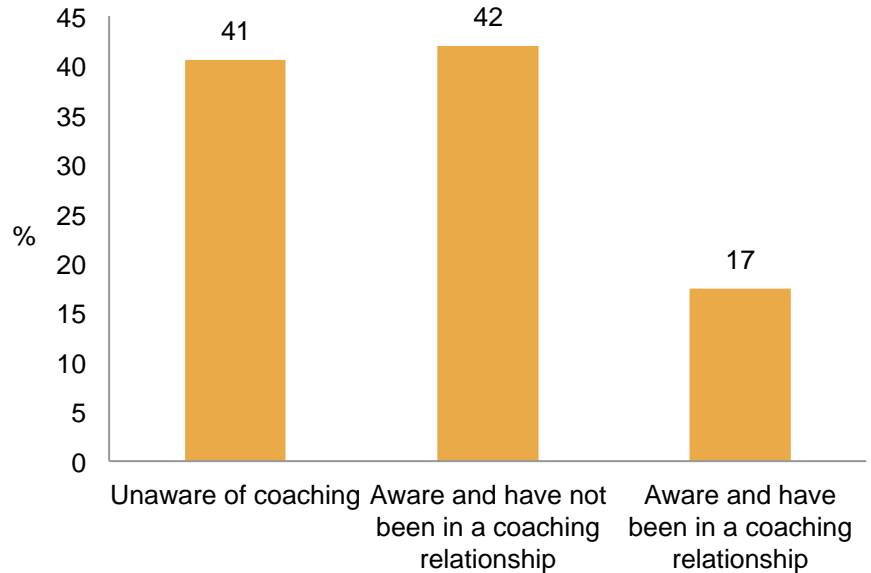
Participantes del Coaching

El patrón general de participación en una relación de coaching, se resume en la gráfica 6. En total, un 17% dijo haber previamente estado en una relación de coaching.

Cuando se comparó con los hallazgos del 2010, la proporción que dijo estar concientes del coaching pero que a la fecha no habían participado en una relación de coaching, incrementó en siete puntos porcentuales, que van desde +1 punto porcentual para los Cuatro Grandes, hasta +9 puntos porcentuales en los países restantes (Gráfica 7).

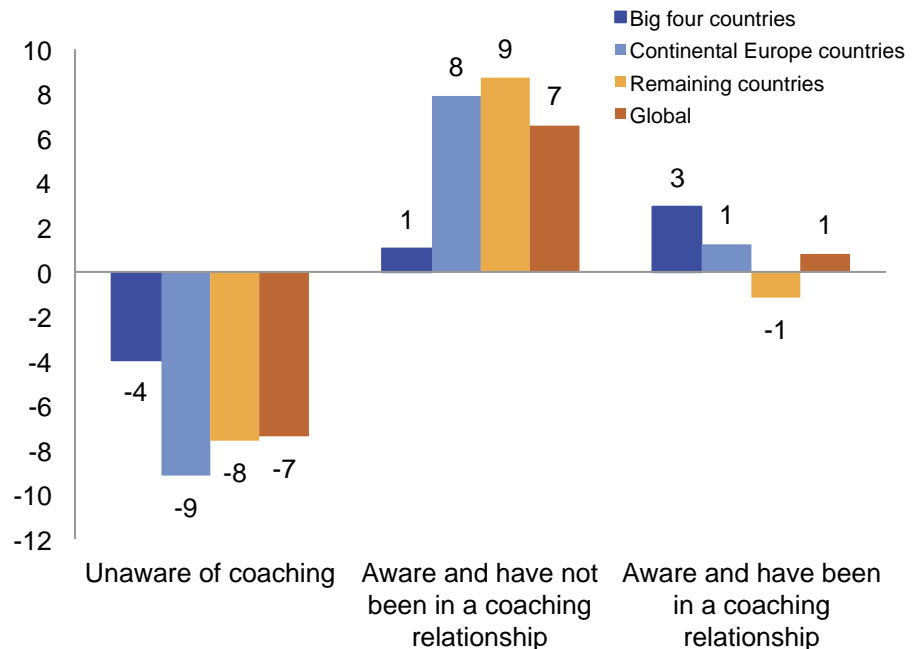
La proporción que dijo haber recibido y/o dado coaching, incrementó en un promedio de +2 puntos porcentuales en Europa Continental y los Cuatro Grandes. En los países restantes, no se observó un cambio en la proporción de quienes manifestaron haber estado en una relación de coaching. En general, en Europa continental y el resto de los países, el incremento en la conciencia del coaching entre 2010 y 2013 solo parcialmente se convirtió en un incremento en la participación en coaching.

GRÁFICA 6: Participación en el coaching



Base: All respondents (18,810).

GRÁFICA 7: Participación en el coaching, 2010 a 2013, puntos porcentuales de diferencia



Base: All countries included in both 2010 and 2014 studies (12,801).

Consideración del coaching

A aquellos encuestados que no habían participado en una relación de coaching a la fecha, se les pidió que indicaran si considerarían participar en una relación profesional de coaching de negocios y/o coaching de vida⁶. El origen principal de la variación en las respuestas, fue entre aquellos que dijeron estar concientes del coaching, comparado con aquellos que dijeron no estar concientes del coaching. Entre aquellos que no estaban concientes del coaching, menos de uno en cinco (19%) dijo que consideraría estar en una relación de coaching, como la persona que recibe el coaching (Tabla 2). En contraste, entre aquellos que estaban concientes del coaching, un 47% dijo que consideraría estar en una relación de coaching, como la persona que recibe el coaching. Este contraste resalta la importancia de construir mayor conciencia al buscar estimular la progresión hacia una relación de coaching.

El segundo punto a señalar de la Tabla 2 es que la disposición por participar en una relación de coaching varía por grupo de edad. Entre aquellos que no tenían conciencia del coaching, el 30% de aquellos en edad entre 25-34 dijeron que considerarían una relación de coaching, porcentaje que desciende hasta 11% en aquellos en edad 55+.

De manera similar, un 34% de aquellos en edad 55+ que tenían conciencia del coaching, dijeron que considerarían estar en una relación de coaching como la persona que recibe el coaching, comparado con un 54% de aquellos en otros grupos de edad.

Por lo tanto, los contrastes en edad no simplemente reflejan diferencias en la conciencia del coaching. Cuando se les preguntó porque *no* considerarían participar en una relación de coaching, más de la mitad (54%) de aquellos en edad 55+ dijeron que se encontraban en un momento en sus vidas en que el coaching no era importante (Tabla 3).

TABLA 2: Consideraría participar en una relación de coaching, como la persona que recibe el coaching. Porcentaje que dijo “sí” por conciencia y grupo de edad.

	Unaware	Aware	Global
	%	%	%
25-34	30	55	44
35-44	26	55	42
45-54	21	52	37
55 and above	11	34	21
Global	19	47	33
Base: Have not participated in a coaching relationship	7,634	7,899	15,533

TABLA 3: Por qué no considerarías participar en coaching, por grupo de edad

	25-34	35-44	45-54	55 and above	Global
	%	%	%	%	%
Cannot afford coaching	34	32	30	16	24
Do not need coaching	35	31	30	23	28
At a time in life where coaching is not important	28	29	33	54	42
Do not believe there is evidence that coaching works	19	18	19	11	15
Other	4	5	5	9	7
Base: Would not consider participation in a coaching relationship	926	983	1,139	3,042	6,090

⁶ Cuando se les preguntó si considerarían el coaching, a aquellos que previamente habían dicho que no conocían la existencia del coaching, se les dio la definición de ICF sobre coaching.

Los grupos de edades menores fueron más propensos a enfocarse en factores como la ausencia en la percepción de la necesidad del coaching, variando desde un 35% entre aquellos en edades de 25-34, a un 30% entre aquellos en edades 45-54. De manera similar, personas en los grupos de edad menores eran más propensos a identificar la asequibilidad como una restricción a su participación en coaching. Dicho factor fue citado por un 34% de aquellos en el grupo de edad entre 25-34, comparado con un 16% de aquellos en edad 55+.

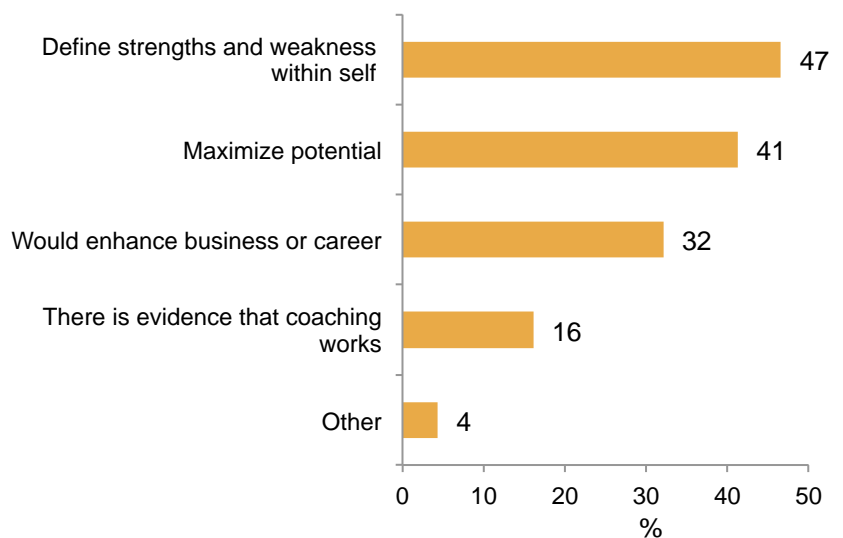
El factor demográfico es también claramente evidente en las variaciones regionales en relación con el momento de vida, donde observamos que participantes en las regiones con poblaciones de perfil con mayor edad son más propensos a decir que no consideraría participar en coaching, dado su momento de vida. Por lo tanto, a través de los Cuatro Grandes países, un 50% de todos aquellos quienes manifestaron que no consideraría participar, dijeron que se encontraban en un momento en su vida en el cual el coaching no era importante (Tabla 4). La proporción fue de 42% en los países de Europa continental. En los países restantes con su perfil de poblaciones de menor edad, la proporción que citó el momento de vida fue solamente un 34%. En contraste, la asequibilidad fue citada con menor frecuencia como una restricción en los Cuatro Grandes países (26%) y Europa continental (21%), en comparación con el grupo de los países restantes (33%).

A los encuestados que no estaban concientes del coaching y que dijeron que consideraría participar en una relación de coaching, se les preguntó el motivo de querer participar. Las respuestas se muestran en la Gráfica 8 y brindan algún indicativo sobre los factores que pueden desencadenar mayor participación en una relación de coaching. Casi la mitad (47%) dijo que le gustaría definir sus fortalezas y debilidades, seguido de un deseo por maximizar su potencial (41%).

TABLA 4: Por qué no considerarían participar en coaching, por región

	Big Four Countries	Continental Europe Countries	Remaining Countries	Global
	%	%	%	%
Cannot afford coaching	26	21	33	24
Do not need coaching	25	30	23	28
At a time in life where coaching is not important	50	42	34	42
Do not believe there is evidence that coaching works	16	14	15	15
Other	8	7	5	7
Base: Would not consider participation in a coaching relationship	1,399	3,689	1,002	6,090

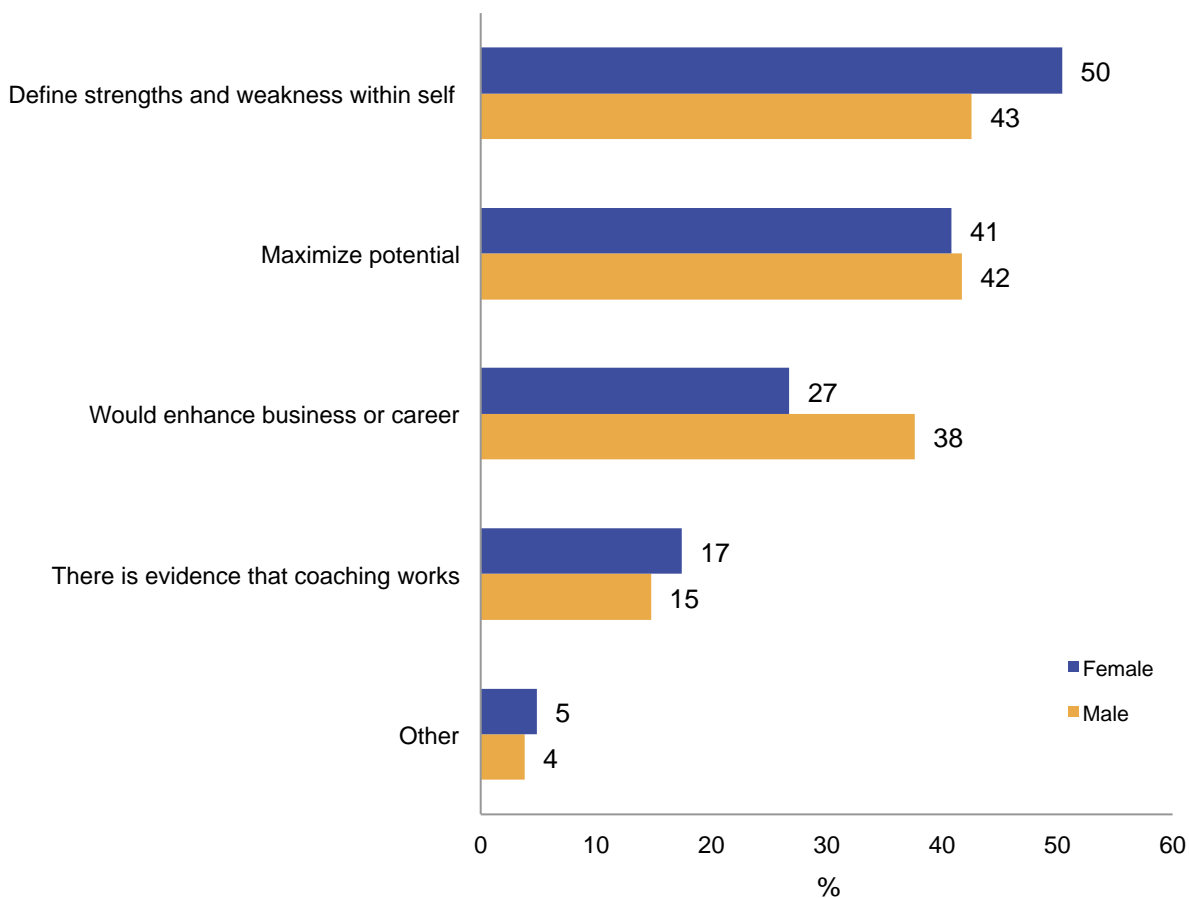
GRÁFICA 8: ¿Por qué considerarías el coaching?



Base: Unaware of coaching and would consider a coaching relationship (1,452).

Casi uno de cada tres (32%) dijo que creía que el coaching podría mejorar sus negocios o carrera. Los encuestados varones (38%) fueron más propensos que las mujeres (27%) a identificar desarrollo de negocio o carrera como una razón para participar en una relación de coaching (Gráfica 9). Las mujeres fueron más propensas a destacar la definición de sus propias fortalezas o debilidades (50%), comparativamente que los hombres (43%).

GRÁFICA 9: Razón para considerar coaching, por género



Base: Unaware of coaching and would consider a coaching relationship (1,452).

SECCIÓN 4: Experiencia del Coaching

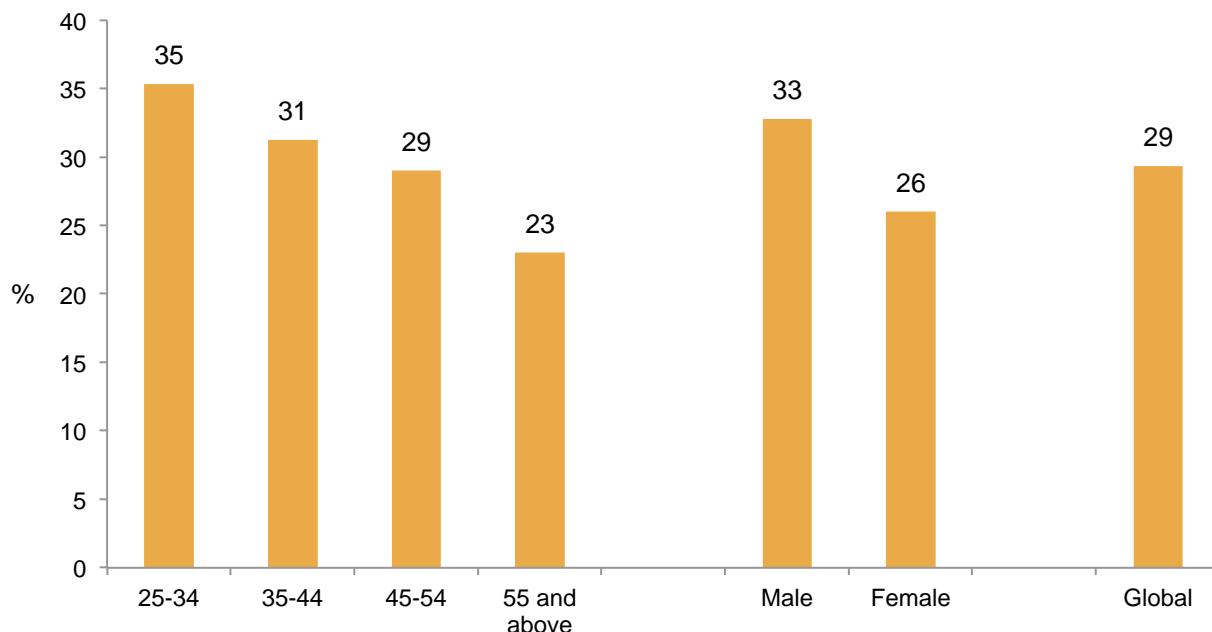


Experiencia del Coaching

Edad y género

Los hallazgos de la encuesta indican que, aun entre los que expresaron conciencia de coaching, la edad continúa jugando un papel importante en la formación del perfil de tasas de participación. Como se ilustra en la gráfica 10, un 35% de los encuestados de edades 25 a 34 años que dijeron estar concientes del coaching también dijeron que habían participado previamente en una relación de coaching. En contraste, menos de uno de cada cuatro (23%) de aquellos en edades de 55 años y más que estaban concientes de coaching dijeron que habían participado en una relación de coaching.

GRÁFICA 10: Participaron en una relación de Coaching, por edad, género (% de todos aquellos con conciencia de coaching)



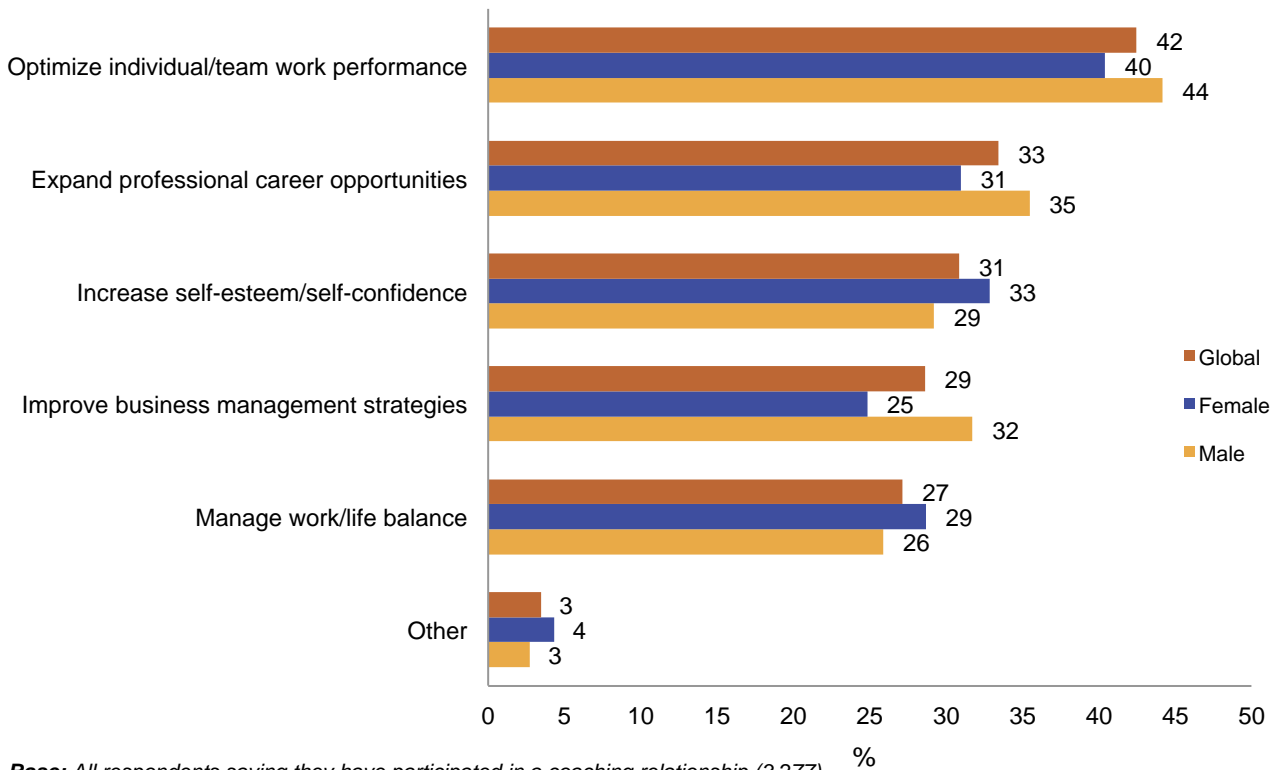
Base: All respondents saying they are aware of coaching (11,176).

La relación entre participación y edad es interesante considerar a la luz de la tendencia actual y a nivel mundial de envejecimiento de la población; por ejemplo una proporción creciente de la población en los grupos de mayor edad. Asociado con esa tendencia, es probable que la vida productiva se extienda también. En contraste con ese contexto, comparativamente la baja tasa de participación entre aquellos en edades de 55 años y más sería aparentemente una oportunidad para la profesión del coaching de incrementar la demanda de los servicios que se les pueden proporcionar. Los hallazgos del estudio también sugieren que, entre aquellos que están concientes del coaching, los hombres son más propensos que las mujeres a participar en una relación de coaching (33% contra 26%).

¿Por qué participar en Coaching?

Cuando se les preguntó por qué participaban en una relación de coaching, las razones citadas más frecuentemente fueron para optimizar el desempeño del trabajo individual / de equipo (42%) seguido de expandir las oportunidades en la carrera profesional (33%) e incrementar la autoestima / auto-confianza (31%).

GRÁFICA 11: Por qué participa en una relación de coaching, por género



Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship (3,277).

No son grandes las diferencias entre hombres y mujeres en las proporciones que citaron cada una de las razones enlistadas en la gráfica 11. Pero hay un claro patron por el cual los encuestados hombres tienden a citar razones relacionadas a negocios, mientras que las mujeres fueron mas propensas a resaltar factores de desarrollo personal.

Certificación/credencial y membresías del coach

A los encuestados que dijeron haber participado en una relación de coaching se les pidió indicar si su coach tenía alguna certificación/credencial específica. También se les pidió indicar si su coach tenía membresía de alguna organización profesional.

En general, un poco más de la mitad (51%) de quienes participaron en una relación de coaching recordaron que su coach tenía una certificación/credencial (Tabla 5). Un 20% confirmó que su coach no tenía una certificación/credencial, mientras que un 29% no estaba seguro. La proporción de quienes dijeron que no estaban seguros sobre la membresía de su coach a una organización profesional, de 39%.

TABLA 5: Participantes que reportaron que su coach tenía certificación/credencial y/o membresía de alguna organización profesional

	Certificación/Credencial	Membresía
	%	%
Si	51	36
No	20	25
No Sabe	29	39
Todos	100	100

Base: *Have been in a coaching relationship (3,277).*

Cuando se compara con los hallazgos del 2010, la proporción de encuestados que dijeron que su coach tenía una certificación/credencial incrementó en + 6 puntos porcentuales. Principalmente, esto fue debido a una reducción de - 7 puntos porcentuales en la proporción de quienes dijeron que no estaban seguros si su coach tenía o no una certificación/credencial.

De la misma forma, hubo una reducción de - 8 puntos porcentuales en la proporción de quienes no estaban seguros del estatus de membresía de su coach. Esto se reflejó en un incremento de + 4 puntos porcentuales en la proporción de quienes dijeron que su coach tenía membresía de una organización profesional y + 2 puntos porcentuales que dijeron que su coach no tenía membresía.

Como todos los cambios observados reflejan movimientos hacia fuera de la categoría No Sabe, es difícil saber si el cambio positivo en la proporción de encuestados que dijeron que su coach tenía certificación/credencial refleja un incremento en la incidencia de coaches con certificación/credencial o una reducción en la incertidumbre, o una mezcla de ambas cosas.

Una observación similar se puede hacer en relación con la membresía a una organización profesional.

Sin embargo, cuando se combinan los hallazgos del estudio 2013, una mayoría de los encuestados (58%) que participaron en una relación de coaching confirmaron que su coach tenía una certificación/credencial y/o una membresía a una asociación profesional. Solo un 14% dijo que su coach no tenía ni certificación/credencial ni membresía. El 28% restante, no sabía.

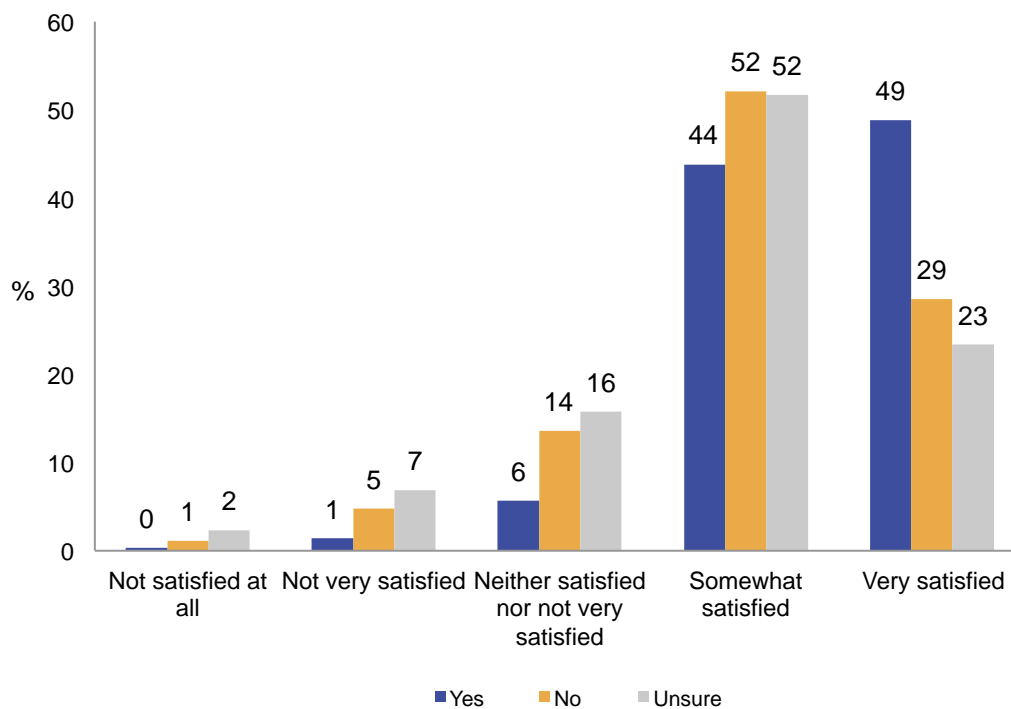
Satisfacción

Cuando se les pidió indicar el nivel de satisfacción con su experiencia de coaching, una gran mayoría de encuestados (85%) dijo estar muy (37%) o algo (48%) satisfechos.

Los niveles de satisfacción variaron agudamente de acuerdo a si el encuestado recordaba si su coach tenía certificación/credencial y/o membresía.

Entre los que recordaron que su coach tenía una certificación/credencial específica, un 93% expresó satisfacción. De hecho, dentro de ese grupo, los encuestados fueron más propensos a decir que estaban muy satisfechos (49%) que algo satisfechos (44%) (Tabla 12). En contraste, aquellos que dijeron que su coach *no* tenía certificación/credencial fueron significativamente menos propensos a decir que estaban muy satisfechos (29%). Aquellos que no estaban seguros acerca del estado de calificaciones y membresías de su coach, fueron menos propensos a decir que estaban muy satisfechos (23%).

GRÁFICA 12: Satisfacción por uso de coach con certificación/credencial

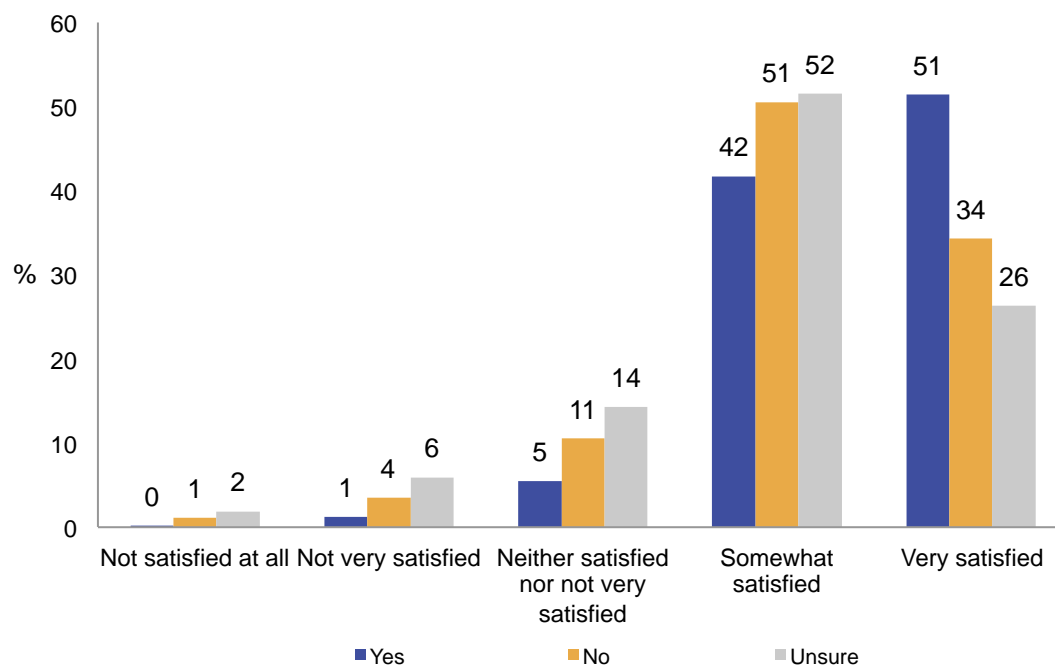


Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship (3,277).

Una imagen muy similar surge cuando los niveles de satisfacción son analizados con base en el uso de un coach con membresía a una organización profesional. Como se puede observar en la Gráfica 13, más de la mitad (51%) de quienes dijeron que su coach tenía una membresía dijeron estar muy satisfechos con su experiencia de coaching. Esto comparado con un 34% de aquellos que dijeron que su coach no tenía membresía y un 26% de encuestados que dijeron que no estaban seguros sobre una membresía por parte de su coach.

El mensaje parece ser claro. El coach que posee calificaciones profesionales y/o membresía a una organización profesional y que posiblemente se lo comunica a sus clientes, es significativamente más propenso a recibir una evaluación positiva por parte del cliente.

GRÁFICA 13: Satisfacción por el uso de coach con membresía a una organización profesional



Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship (3,277).

Tendencia a recomendar

Este mensaje está reforzado al examinar el grado en que los encuestados se volverían defensores ó promotores del coaching con sus colegas, amigos y/o familia.

Cuando se les pidió calificar la probabilidad de recomendar coaching en una escala de 0 (extremadamente improbable) a 10 (extremadamente probable), aquellos que dijeron que su coach tenía certificación/credencial fueron significativamente más propensos a decir que recomendarían el coaching comparado con aquellos que dijeron que su coach no tenía una certificación/credencial o que no estaban seguros (Gráfica 14).

En particular, entre aquellos cuyo coach tenía certificación/credencial, más de uno de cada tres (34%) calificaron su tendencia a recomendar coaching en el rango de 9-10.

Esto es comparable con el 19% de aquellos cuyo coach no tenía certificación/credencial y 17% de los que no estaban seguros acerca de las calificaciones de su coach.

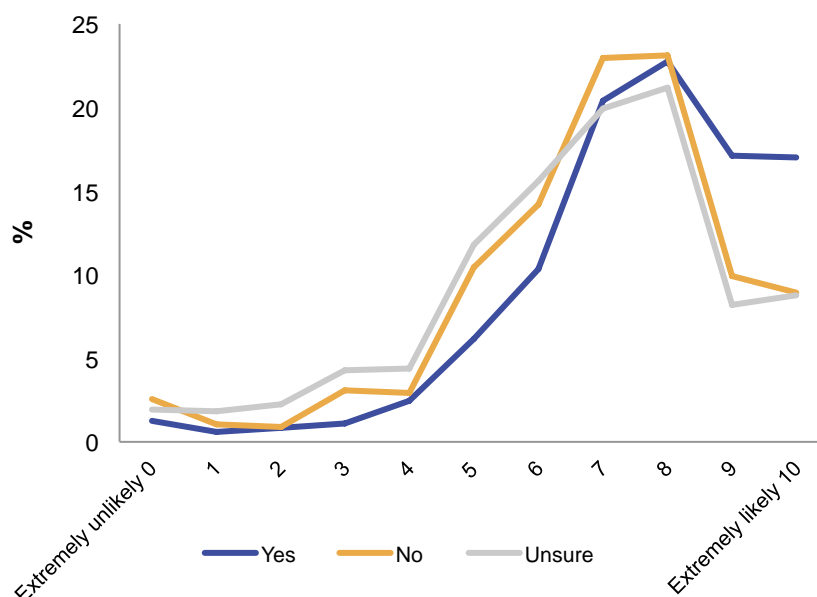
La calificación promedio de aquellos cuyo coach tenía una certificación/credencial fue de 7.57, comparada con 6.85 de aquellos cuyo coach no tenía certificación/credencial y 6.59 entre aquellos que no estaban seguros.

De la misma forma, los encuestados que dijeron que su coach tenía membresía en una organización profesional dieron calificaciones significativamente más altas que aquellos cuyo coach no tenía membresía o que no estaban seguros (Gráfica 15).

Así, entre aquellos cuyo coach tenía membresía en una organización profesional, un 36% calificó su tendencia a recomendar el coaching en el rango de 9-10. Esto puede ser comparado con 23% de aquellos cuyo coach no tenía certificación/credencial y 19% de aquellos que no estaban seguros de las calificaciones de su coach.

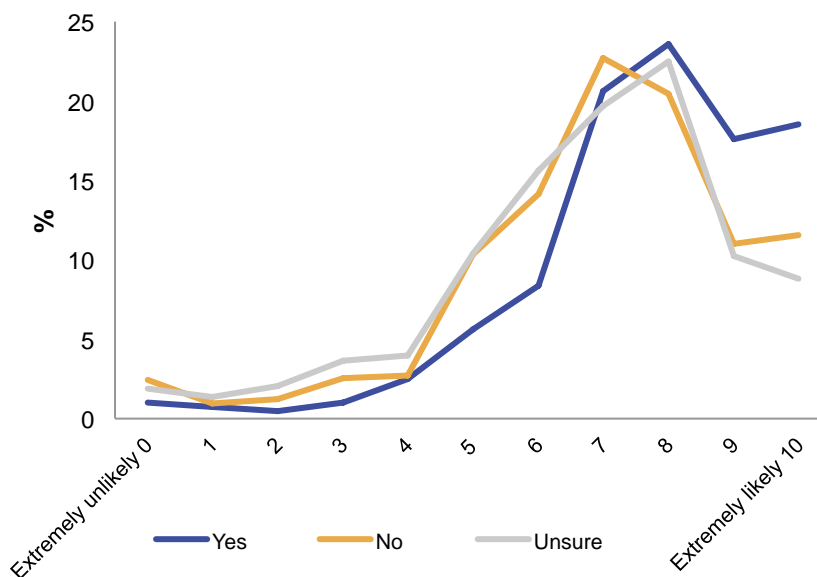
La calificación promedio de aquellos cuyo coach tenía membresía con una organización profesional fue de 7.70 comparado con 6.95 de aquellos cuyo coach no tenía certificación/credencial y 6.75 de quienes no estaban seguros de las calificaciones de su coach.

GRÁFICA 14: Qué tan probable es que recomendaría el coaching cuando el coach tiene certificaciones/credenciales



Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship and how likely to recommend coaching (3,018).

GRÁFICA 15: Qué tan probable es que recomendaría el coaching cuando el coach tiene membresía a una organización



Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship and how likely to recommend coaching (3,018).

SECCIÓN 5: Perspectivas del Coaching



Perspectivas del Coaching

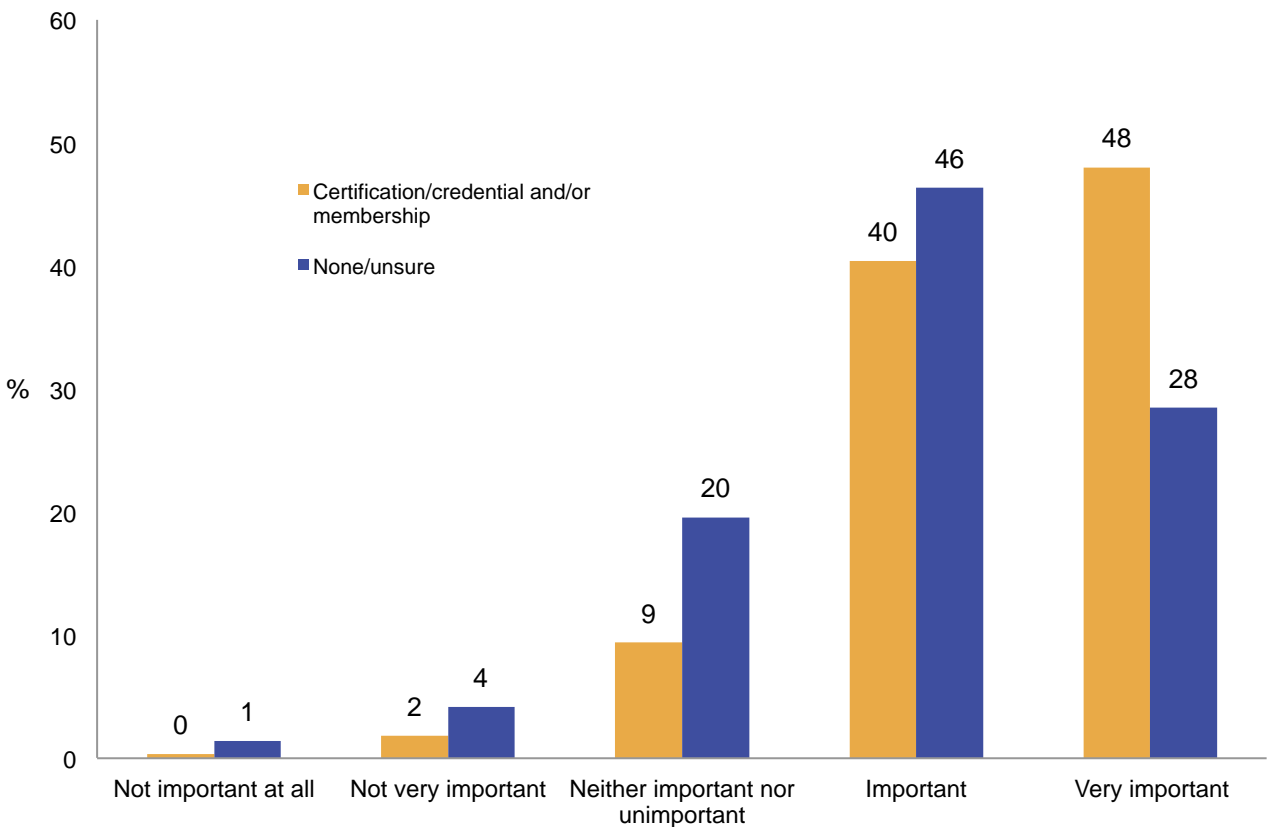
La importancia de las credenciales

Reflejando los hallazgos en relación con satisfacción y defensa / promoción del coaching, casi uno de cada dos (48%) de aquellos cuyo coach tenía una certificación/credencial y/o membresía mencionó que era muy importante que un coach cuente con calificaciones reconocidas (Gráfica 16). Otro 40% dijo que es importante tener una certificación/credencial (resulta en un 88% en general cuando se combina con la proporción que dijo que era muy importante).

En contraste, 28% de aquellos que dijeron que su coach no tenía una certificación/credencial y / o membresía, o que no lo sabían, dijeron que tener una certificación/credencial era muy importante. Casi la mitad de los participantes (46%) dijo que era importante que su coach tuviera una certificación/credencial (un 74% en general).

Entre todos aquellos que habían estado en una relación de coaching , un 83% dijo que era importante o muy importante que su coach tuviera certificación/credenciales apropiadas (Gráfica 17). Una proporción similar (81%) de aquellos que están concientes de coaching pero que no han participado en coaching, también señaló la importancia de certificación/credenciales.

GRÁFICA 16: Importancia de que el coach cuente con una certificación/credencial

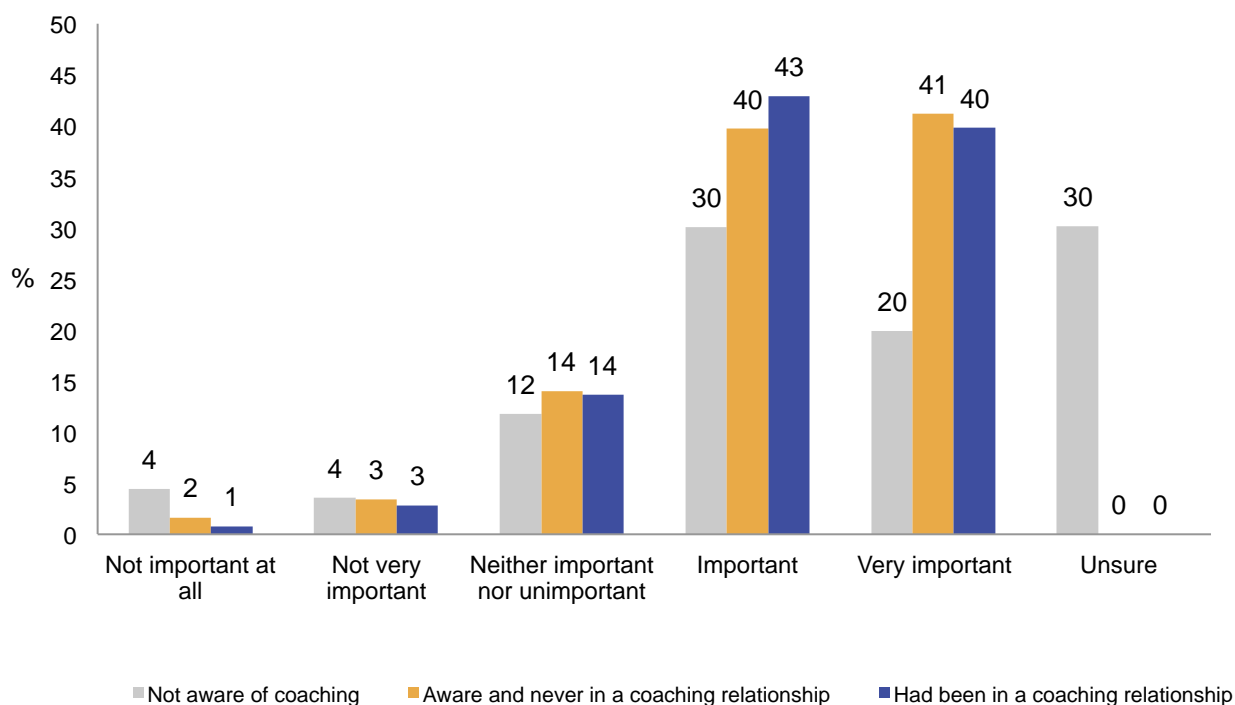


Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship (3,277).

No es de sorprender, que una proporción sustancial de aquellos que dijeron no estar concientes del coaching (30%) no estaban seguros sobre la importancia de que el coach tuviese una certificación/ credencial. Sin embargo, uno de cada dos de éstos encuestados (50%) dijo que era importante (30%) o muy importante (20%) que el coach tuviese una certificación ó credencial.

En general, mientras que hay variaciones en la importancia atribuida a las certificaciones/ credenciales de coaching, el panorama general se mantiene prácticamente sin cambios desde el 2010 (por ejemplo, la importancia de calificaciones profesionales desde la perspectiva del consumidor).

GRÁFICA 17: Importancia de que el coach cuente con una certificación/credencial



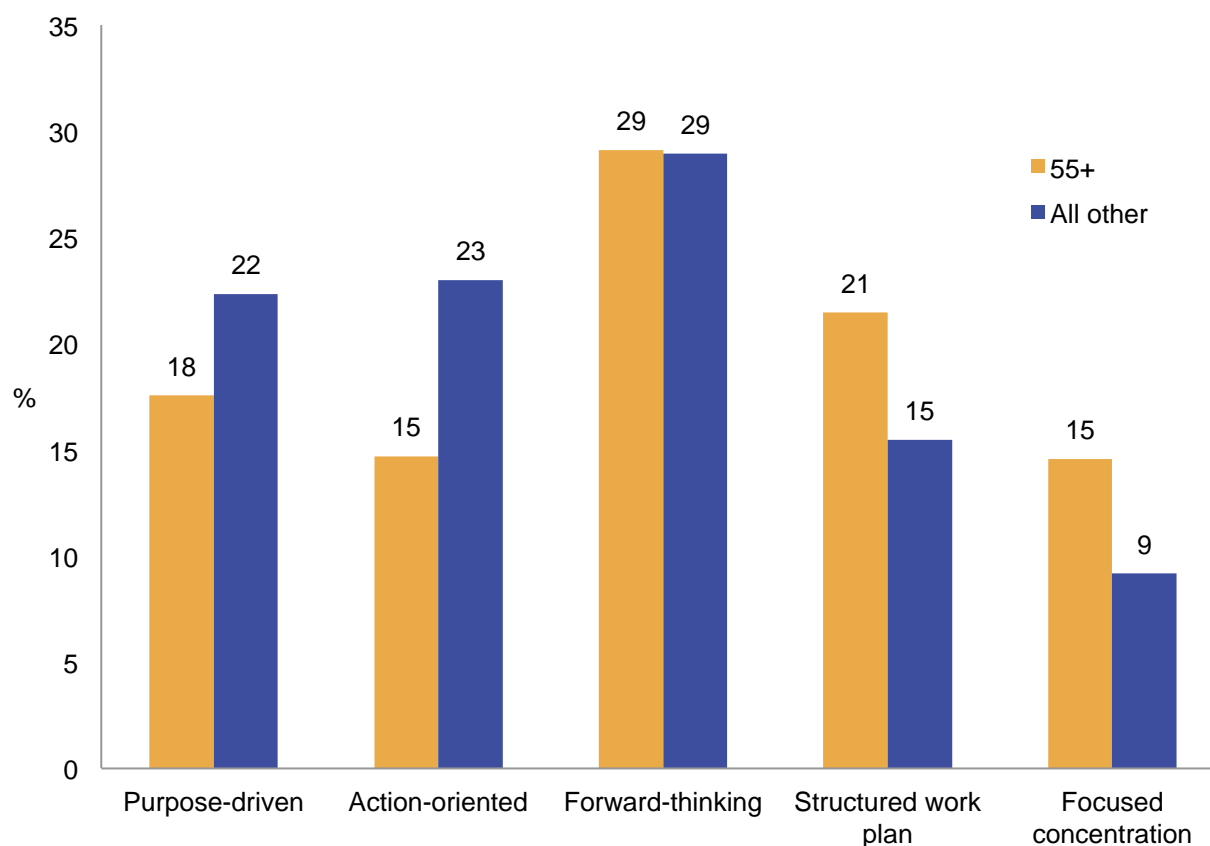
Base: All respondents (18,810).

Cómo describir el coaching

Para recabar perspectivas sobre coaching, se les pidió a los encuestados que habían estado en una relación de coaching, elegir la frase que mejor describía lo que es el coaching. Los resultados se muestran en la Gráfica 18, diferenciando entre aquellos en edad 55+ y aquellos de todos los demás grupos de edad combinados.

Los grupos por edad estuvieron de acuerdo en la frase que consideraron con mayor frecuencia para describir el coaching (por ej, con visión de futuro), elegida por un 29%. Más allá de eso, los grupos de edad divergieron un poco en su perspectiva del coaching. Aquellos en edad 55+ fueron más propensos a mencionar planes de trabajo estructurados y concentración enfocada, comparado con todos los otros grupos de edad. En contraste, los grupos de menores edades fueron más propensos a describir el coaching como guiado por un propósito o bien orientado a la acción. El grupo de edad de 55+ parece dar un mayor énfasis a una perspectiva del coaching orientada al proceso, mientras que los grupos de menores edades tienden a tomar más una perspectiva más bien orientada al resultado.

GRÁFICA 18: Cómo describir mejor el coaching a alguien



Base: All respondents saying they have participated in a coaching relationship (3,277).

SECCIÓN 6: Resumen de Puntos Clave



Resumen de puntos clave

- Un 58% de los participantes en la encuesta tienen conciencia del coaching profesional de negocios y/o de vida, incluyendo 17% que están “muy concientes” y un 41% se describen como “algo concientes”.
- Los niveles de conciencia varían significativamente por grupos de edad, desde un 67% entre aquellos con edad entre 23-34 a 48% entre los de 55 años y más.
- A pesar del clima económico difícil en años recientes, el nivel de percepción o conciencia global del coaching incrementó en 8 puntos porcentuales entre 2010 y 2013, variando desde +5 en las Cuatro Grandes países (Australia, Canadá, Reino Unido, Estados Unidos), hasta +9 en los países de Europa continental.
- Aproximadamente una de cada 5 personas encuestadas,(17%), mencionó haber participado en una relación de coaching. Entre 2010 y 2013, se estima que la participación en coaching incrementó por +1 punto porcentual.
- Uno de cada tres encuestados (33%) que no habían participado aún en coaching, dijo que consideraría participar en una relación de coaching como la persona que recibe el coaching. La proporción varía fuertemente entre aquellos que están conscientes del coaching (47% considerarían recibir coaching) y los que no están conscientes del coaching (19%).
- La posibilidad de entrar en una relación de coaching también vario significativamente por grupo de edad; desde un 44% en los encuestados de 25-34 años de edad, a un 21% en los de 55 y mayores.
- Cuando se les preguntó porqué no considerarían entrar en una relación de coaching, 42% sentían que estaban en un momento de su vida donde el coaching no es importante. La prominencia del momento de vida se encuentra correlacionada fuertemente con la edad, siendo que un 54% de los encuestados de 55 años y mayores mencionaron este factor como la razón para no considerar coaching. En los grupos de menor edad, las razones mas citadas para no considerar entrar en una relación de coaching, fueron el costo / accesibilidad económica, y la percepción ausente de la necesidad.
- Entre aquellos que sí consideran entrar en una relación de coaching, la motivación citada con mayor frecuencia fue definir sus propias fortalezas y debilidades (47%) seguido por el deseo de maximizar su propio potencial (41%).
- Reflexionando sobre los patrones en la conciencia y consideración de coaching, la participación en una relación de coaching está fuertemente relacionada con la edad. Entre aquellos que estaban conscientes del coaching, un 35% de encuestados en edades entre 25-34 mencionaron que han participado en una relación de coaching, bajando a 23% en los mayores de 55 años y mayores.
- Los participantes de género masculino tendían a mencionar mayormente razones relacionadas con los negocios, como optimizar su desempeño laboral, mientras que las participantes de género femenino tendían a mencionar mayormente factores de desarrollo personal; como los motivos que los movieron a entrar en una relación de coaching.
- Entre los que habían participaron en una relación de coaching, un poco más de la mitad (51%) dijo que su coach tenía una certificación/credencial, mientras que un 36% dijo que su coach era miembro de una organización profesional.
- La satisfacción con la experiencia de coaching fue significativamente mayor entre aquellos cuyo coach tenía una certificación/credencial y también entre aquellos cuyo coach era miembro de una organización de coaching.
- De manera similar, la probabilidad de recomendar la experiencia de coaching a sus colegas, amigos y/o familia fue significativamente más alta entre aquellos cuyo coach tenía una certificación/credencial y/o era miembro de una organización de coaching.
- La importancia de la certificación/credencial desde la perspectiva del consumidor fue resaltada fuertemente por los participantes de la encuesta. Entre aquellos que habían estado en una relación de coaching, un 83% dijo que era importante ó muy importante que el coach tuviera una certificación/credencial.

SECCIÓN 7: Temas Emergentes



Temas Emergentes

El factor demográfico en el mercado para los servicios de coaching.

Los resultados del estudio muestran que la edad es un pronosticador importante sobre la conciencia y participación del consumidor en coaching, incluyendo tanto el iniciar una relación de coaching, como la probabilidad de considerarlo. En general, aquellos en los grupos de mayor edad muestran menores niveles tanto de conciencia como de participación. El incrementar la demanda por los servicios de coaching en los grupos de mayor edad es tanto una oportunidad como un reto. El envejecimiento de la población es un fenómeno global, pero las personas buscarán retirarse más tardíamente y extender su vida laboral. Esto presenta oportunidades para los coaches de ayudar a las personas que busquen hacer transiciones en su vida laboral y sostener y prolongar sus carreras. El reto yace en superar la percepción, más prevalente entre aquellos en edades de 55 y más, de que se encuentran en un momento de su vida en que el coaching no es visto como algo importante.

Contrastes geográficos en el mercado para los servicios de coaching.

Entre 2010 y 2013, la conciencia del coaching incrementó más rápidamente en las naciones emergentes fuera de Europa continental y los Cuatro Grandes. En aquellos países, con sus perfiles de población de menor edad, el crecimiento económico proveerá oportunidades para los coaches. El reto yace en traducir la conciencia creciente en un incremento en la participación. En los Cuatro Grandes y Europa continental, el envejecimiento de la población es más avanzado y esto presentará sus propios retos y oportunidades.

La importancia de contar con una certificación/credencial.

Los hallazgos del estudio muestran que los niveles de satisfacción tienden a ser más altos para los coaches que poseen una certificación/credencial. Esto podría sugerir que los coaches con una certificación/credencial son capaces de obtener mejores resultados para sus clientes, quienes a su vez son más propensos a defender o recomendar servicios de coaching a sus colegas, amigos y/o familia. El obtener dichas recomendaciones presenta una clara oportunidad para ampliar la red de clientes potenciales de servicios de coaching.

Construir conciencia.

Entre aquellos que no han participado aún en coaching, la probabilidad de considerar una relación de coaching fue significativamente mayor entre los encuestados que eran muy o algo concientes del coaching. Esto enfatiza la importancia de construir conciencia del coaching, en la búsqueda por atraer nuevos clientes.

Aumentar la participación.

Los resultados del estudio apuntan a factores que pueden ayudar a desencadenar la participación en una relación de coaching así como a razones por las cuales los consumidores pueden actualmente no estar considerando la participación en coaching. Los factores limitantes varían por grupo de edad. La gente joven es más propensa a decir que no necesita el coaching, mientras que los grupos de mayor edad son más propensos a señalar su momento de vida como un factor que inhibe su participación en coaching. El reto para los coaches es afrontar estas percepciones con respecto a la relevancia del coaching según es percibido por consumidores que actualmente no se disponen a participar en servicios de coaching.

Para mayor información sobre el *2014 ICF Global Consumer Awareness Study* visite Coachfederation.org/consumerstudy2014.

Para ponerse en contacto con la International Coach Federation

2365 Harrodsburg Road, Suite A325
Lexington, KY USA 40504-3335
1.888.423.3131 or 1.859.219.3580
headquarters@coachfederation.org
Coachfederation.org

Este documento contiene información propiedad de la International Coach Federation (ICF). Ninguna divulgación o uso de cualquier parte del contenido de este material podrá llevarse a cabo, sin el consentimiento expreso por escrito de la ICF. Para obtener permiso para reproducir cualquier material contenido en esta publicación, favor de enviar un correo electrónico a icfpr@coachfederation.org ó llame al Tel. 1.859.219.3580. De otorgarse el consentimiento, se deberá atribuir a la ICF y a PricewaterhouseCoopers LLP la autoría y los derechos de dicho material. Todos los derechos reservados. Copyright / Derechos de autor 2014.