



COACHING DE FAMILIA

¿Qué opinan los encuestados?

Proyecto de Investigación

Descripción breve

Hemos realizado una pequeña encuesta dirigida a conocer la opinión de los encuestados respecto a un servicio de Coaching de Familia.

El Coaching de Familia - Proyecto de Investigación 2016

Andrea Caride

Contenido

1. CONSIDERACIONES PREVIAS.....	2
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
3. PREMISAS DE LA ENCUESTA.....	4
4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	5
5. CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA.....	13

I. CONSIDERACIONES PREVIAS

Mi interés por la institución de la familia se remonta a hace años cuando comencé mis estudios de derecho. Fue entonces, al estudiar el **Corpus iuris civilis** del Derecho romano, que me interesé por esta institución a la vez perenne y cambiante a lo largo de los siglos. Este interés se ha traducido en numerosos años dedicados al estudio de la familia en el ámbito jurídico y cómo su evolución a lo largo del tiempo ha llevado a nuevos tipos de familias, nuevos conceptos, dinámicas familiares y nuevos métodos de resolución de los conflictos en el seno familiar. Este interés personal por la familia como pieza importante y pilar de numerosas civilizaciones tanto en el pasado como en nuestros días, me ha llevado a interesarme por la aplicación del Coaching de equipos en el ámbito familiar.

Cuando se analiza el funcionamiento de una familia, se puede observar que éste se asemeja en gran medida al funcionamiento de un equipo. Decir igualmente que la familia, como cualquier otro equipo, es un sistema¹, con las características y funcionamiento que ello conlleva y las herramientas desarrolladas en el contexto del Coaching de equipos pueden ser fácilmente aplicables a un sistema familiar.

Partiendo de esta idea y de estas dos pasiones, el coaching y la familia, decidí elaborar, en el ámbito de mis tareas para la certificación Coaching de equipos, un modelo de Coaching de familia basado principalmente en herramientas utilizadas por el Coaching de equipos.

La idea de elaborar un modelo de coaching para las familias me parecía muy interesante, pero en seguida surgieron dos preguntas clave que consideré prioritarias:

¿Y qué opinan las familias? ¿En qué les puede ayudar el coaching de familia?

Estas preguntas me parecieron lo suficientemente importantes como para lanzarme a la búsqueda de respuestas. Fue así como surgió la idea de llevar a cabo una encuesta para conocer la opinión de los encuestados sobre un servicio de coaching de familia. Los resultados de dicha encuesta son los que aquí expondré como proyecto de investigación en el contexto de la certificación de Coaching de Equipos ICC.

¹Teoría general de los sistemas, Ludwig von Bertalanffy.
(https://es.wikipedia.org/wiki/Teoría_de_sistemas) (https://en.wikipedia.org/wiki/Ludwig_von_Bertalanffy)

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como ya adelanté en el párrafo anterior; durante la búsqueda de un modelo de coaching que pudiese adaptarse a la familia surgieron dos etapas que resultaron de gran ayuda para poder consolidar el modelo:

A. La realización de una Encuesta²

La realización de una encuesta ha tenido como finalidad el conocer, a modo de sondeo, la opinión y acogida de los encuestados a la idea de un servicio de Coaching de familia que pueda ayudar a mejorar las relaciones familiares. Así mismo, la encuesta ha sido de gran utilidad para poder elaborar un modelo teniendo en cuenta los resultados obtenidos.

En concreto, los objetivos de la encuesta han sido básicamente tres:

- 1) Conocer la opinión de los encuestados sobre un servicio de Coaching de Familia.
- 2) Conocer en qué aspectos de la vida familiar este servicio sería de mayor ayuda.
- 3) Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados.

B. La elaboración y puesta a prueba del modelo Coaching de Familia

El modelo de Coaching de familia elaborado está basado principalmente en el concepto y herramientas del Coaching equipos, con ciertos aportes del coaching individual y nuevas herramientas adaptadas a las familias.

La finalidad de la puesta a prueba de este modelo de coaching ha sido la de poder testarlo, modificarlo, ajustarlo y, sobre todo, poder comprobar los resultados prácticos de este tipo de enfoque en las familias y los posibles beneficios que el coaching puede aportar en este ámbito.

² **NOTA: Los resultados y conclusiones de la encuesta realizada son el objeto principal de mi proyecto de investigación.**

3. PREMISAS DE LA ENCUESTA

Para la elaboración de nuestra encuesta se han tenido en cuenta los siguientes factores que hemos considerado importantes para garantizar una mayor objetividad en los resultados de la misma:

- La encuesta ha sido realizada de forma anónima.
- Se ha destinado a gran variedad de personas abarcando diferentes edades, sexo, profesiones y nacionalidades sin que ello haya sido tenido en cuenta a la hora de realizar las conclusiones sino simplemente para garantizar la diversidad del público encuestado.
- La encuesta se ha realizado a través de una herramienta online para facilitar la utilización por parte del encuestado así como para asegurarse de una recopilación rigurosa de datos.
- Se ha evitado realizar esta encuesta a personas que se hayan formado o que ejerzan como coaches para asegurar que los resultados provengan mayoritariamente de un público no experto en la materia.
- Para el análisis de los resultados se han tenido en cuenta únicamente las encuestas que fueron completadas en su totalidad.
- El análisis y conclusiones de la encuesta se han realizado exclusivamente desde la perspectiva del coaching, y esperamos que los resultados puedan resultar de utilidad para futuras iniciativas o acciones por parte de la comunidad de coaches.

4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Como ya hemos mencionado, para la recopilación y análisis de los resultados obtenidos se han tenido en cuenta únicamente las encuestas que fueron completadas en su totalidad. De este modo, los datos que aquí se presentan corresponden a los resultados obtenidos de un total de 30 encuestados que completaron el sondeo.

4.1. Objetivos de la encuesta

OBJETIVO 1: Conocer la opinión de los encuestados sobre un servicio de Coaching de Familia.

Para conocer la opinión de los encuestados sobre un servicio de coaching dirigido a la familia, creímos necesario comenzar por una pequeña introducción explicando brevemente la idea general del Coaching de familia de modo que los encuestados pudiesen disponer de las ideas principales del contenido de la encuesta:

El COACHING[1] DE FAMILIA es un método que ayuda a constatar aquellos aspectos, cuestiones o situaciones que se pueden o deben mejorar en el seno de la familia y a tomar las decisiones y acciones apropiadas de forma conjunta y satisfactoria para todos.

La finalidad de nuestro servicio de coaching es la de dar a las familias la posibilidad de tener una visión conjunta de su situación familiar actual; que todos los miembros participantes constaten las circunstancias del presente y a partir de ahí fijar objetivos comunes para alcanzar el equilibrio y bienestar deseado para el conjunto familiar. Todo ello reforzado por la puesta en marcha de acciones concretas destinadas a conseguir aquello que se proponen.

Existen numerosas profesiones y servicios de ayuda individualizada pero creemos que muchas de las inquietudes que tratamos de forma individualizada están directamente relacionadas con nuestra familia y el

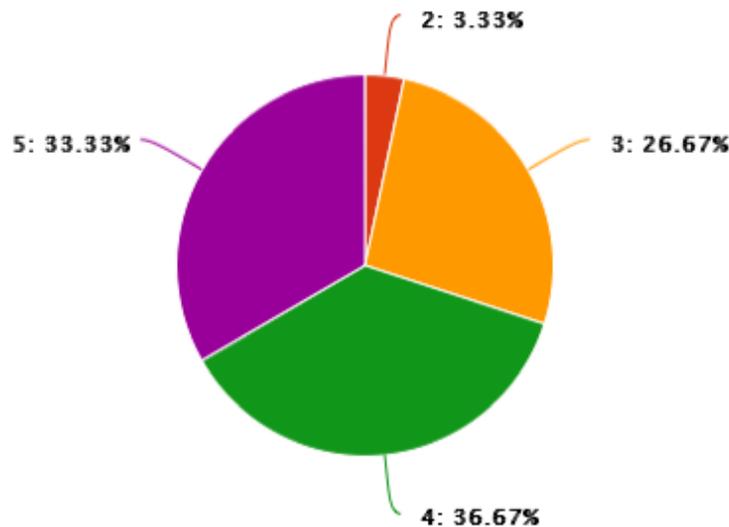
hecho de aislarlas y sacarlas de contexto puede llevar a resultados menos eficaces y menos duraderos. El coaching de familia ofrece un servicio de ayuda al conjunto familiar, ofreciendo un espacio de puesta en común de las cuestiones familiares que se deseen compartir al tiempo que respetando las individualidades de cada participante.

[1] El coaching es una metodología que ayuda a las personas a fijar, concretar o alcanzar sus metas, proyectos u objetivos. De igual modo, el coach acompaña al cliente en el proceso de resolución de dilemas, dificultades, dudas, etc., o mejorar algún aspecto insatisfactorio de su vida.

A continuación realizamos las siguientes preguntas con los resultados que aquí exponemos:

"En una escala del 1 al 5, ¿Cómo de interesante es este servicio de coaching de familia para usted? Siendo 1 nada interesante y 5 muy interesante":

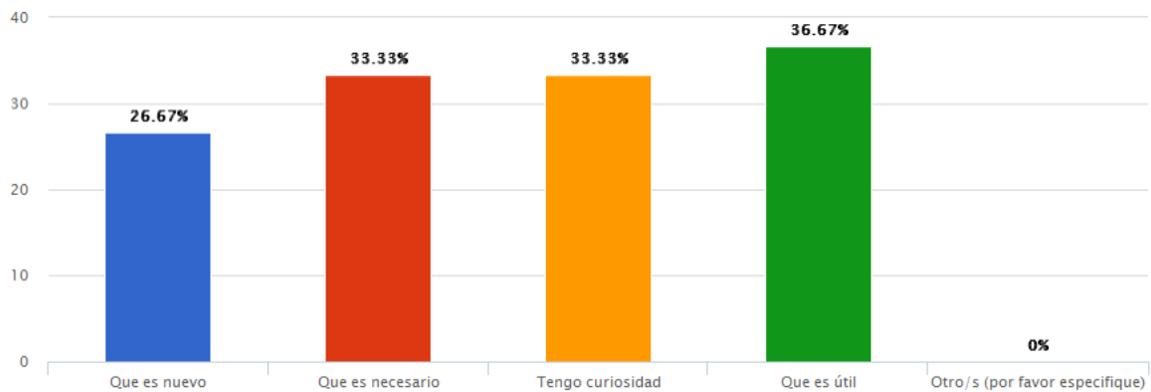
RESULTADOS:



Respuesta	Porcentaje
1	0.00%
2	3.33%
3	26.67%
4	36.67%
5	33.33%

"Cuál o cuales de los siguientes aspectos le atraen del servicio?"

RESULTADOS:

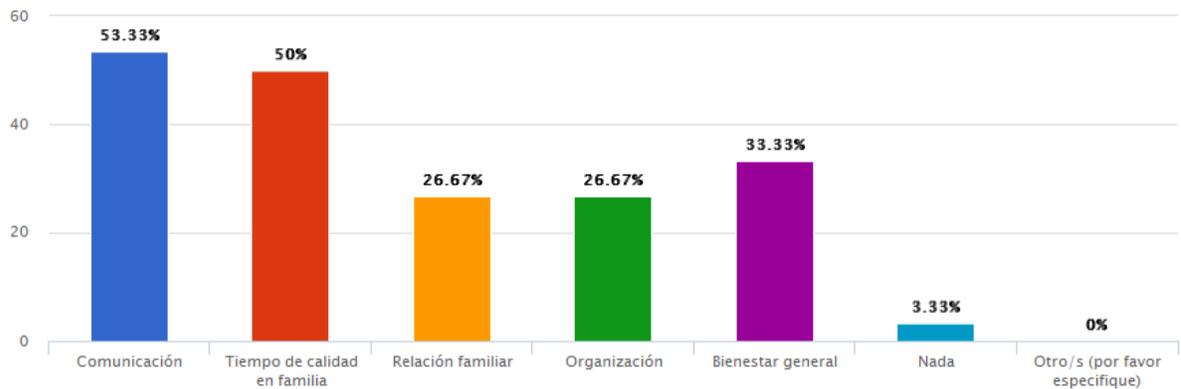


Respuesta	Porcentaje
Que es nuevo	26.67%
Que es necesario	33.33%
Tengo curiosidad	33.33%
Que es útil	36.67%
Otro/s (por favor especifique)	0.00%

OBJETIVO 2: Conocer en qué aspectos de la vida familiar este servicio sería de mayor ayuda.

¿Cual o cuales de los siguientes aspectos podrían mejorarse en su familia?

RESULTADOS:

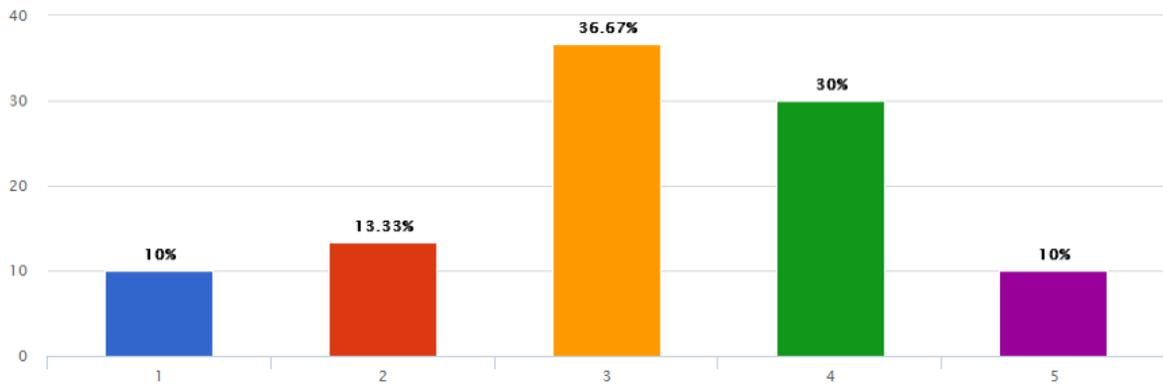


Respuesta	Porcentaje
Comunicación	53.33%
Tiempo de calidad en familia	50.00%
Relación familiar	26.67%
Organización	26.67%
Bienestar general	33.33%
Nada	3.33%
Otro/s (por favor especifique)	0.00%

OBJETIVO 3: Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados.

Partiendo de la base de que el precio del servicio le pareciera aceptable, ¿qué probabilidad hay de que lo utilizara? Siendo 1 no lo utilizaría y 5 lo utilizaría inmediatamente.

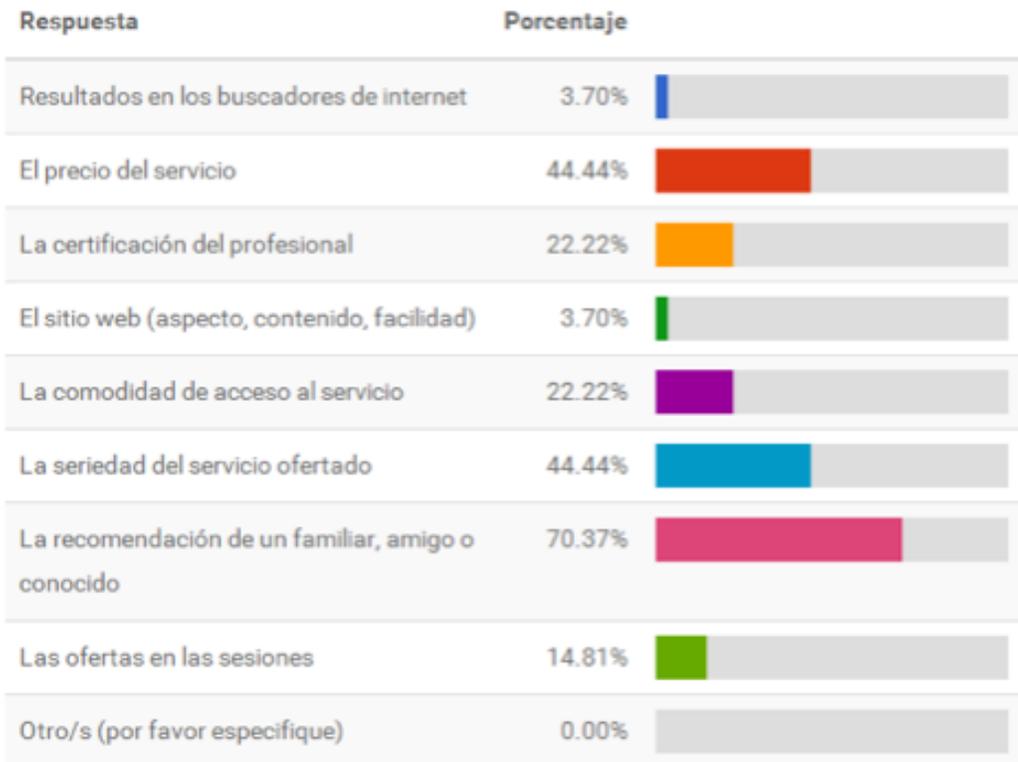
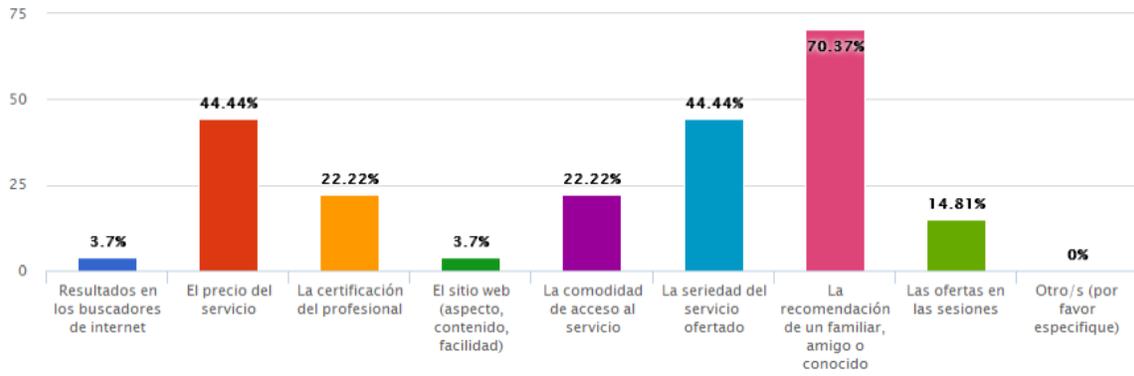
RESULTADOS:



Respuesta	Porcentaje
1	10.00%
2	13.33%
3	36.67%
4	30.00%
5	10.00%

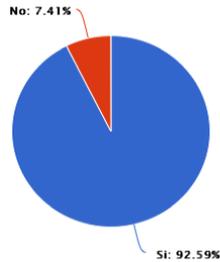
¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos tomaría en cuenta a la hora de contratar este servicio?

RESULTADOS:



¿Contrataría el servicio de coaching de familia a un precio de 30 euros la hora?

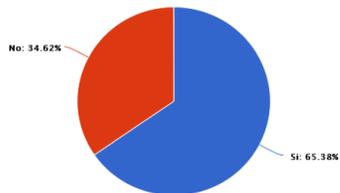
RESULTADOS:



Respuesta	Porcentaje
Si	92.59%
No	7.41%

¿Contrataría el servicio de coaching de familia a un precio de 50 euros la hora?

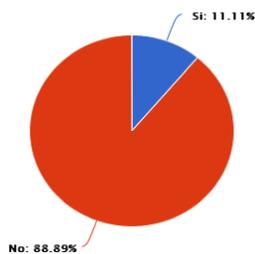
RESULTADOS:



Respuesta	Porcentaje
Si	65.38%
No	34.62%

¿Contrataría el servicio de coaching de familia a un precio de 80 euros la hora?

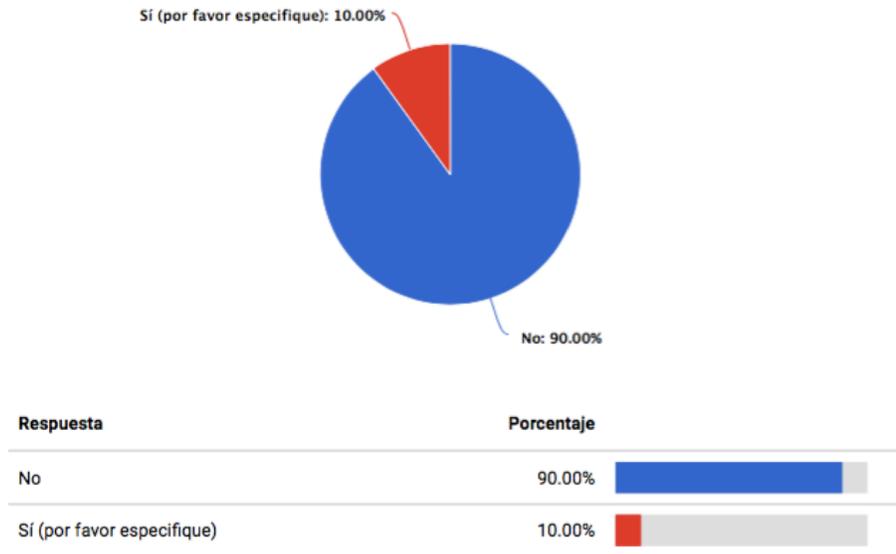
RESULTADOS:



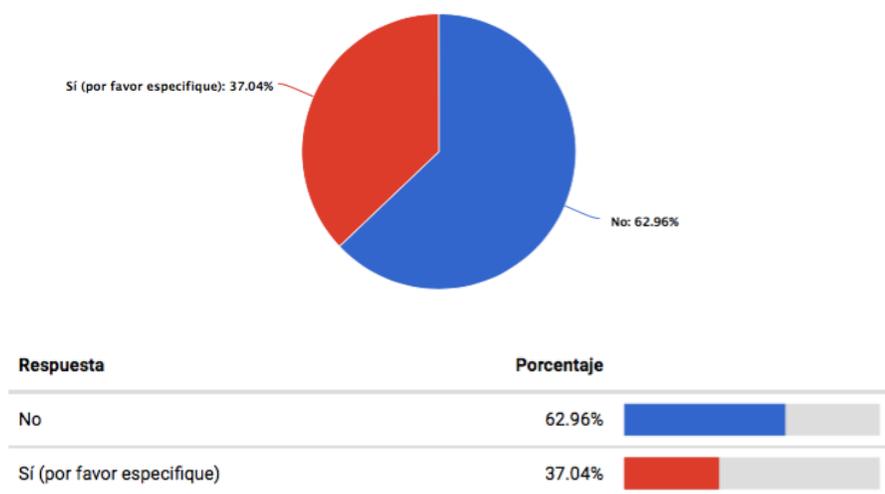
Respuesta	Porcentaje
Si	11.11%
No	88.89%

4.2. Otros resultados significativos

¿Conoce usted otras profesiones o servicios de ayuda dirigidos al conjunto de la familia?



Al margen de situaciones conflictivas, si quisiese mejorar algún aspecto de la vida familiar (comunicación, desacuerdos, bienestar en general, alguna dificultad,...), ¿sabría a qué profesional acudir?



5. CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

La investigación ha resultado de gran valor para conocer las primeras impresiones sobre un servicio de coaching a disposición de la familia que ayudarán sin duda a ofrecer un servicio que tenga en cuenta la opinión del público.

Respecto a los objetivos principales de la investigación, estas son las conclusiones:

OBJETIVO 1: Conocer la opinión de los encuestados sobre un servicio de Coaching de Familia.

Por lo que respecta a la opinión de los encuestados sobre este tipo de coaching, resulta interesante comprobar que un 36.67% lo encuentra útil, pero también necesario (33.33%) y que, además, tienen curiosidad por conocerlo (33.33%)³.

Teniendo en cuenta asimismo que un 70% de los encuestados encontraron este tipo de servicio interesante, parece claro que existe una predisposición positiva hacia este tipo de coaching, un dato bastante relevante por su significado y, por qué no, a tener en consideración por la comunidad de coaches de cara al futuro y desarrollo de la profesión.

OBJETIVO 2: Conocer en qué aspectos de la vida familiar este servicio sería de mayor ayuda.

Otro de los objetivos de esta investigación era el de conocer en qué aspectos de la vida familiar un servicio de coaching podría ser de mayor utilidad. Ello nos ayudaría no sólo a conocer las necesidades de las familias sino además, poder adaptar la herramienta de coaching de familia a tales necesidades.

Gracias a nuestra encuesta hemos comprobado que el aspecto que mayor número de encuestados desearía mejorar en el ámbito familiar es el de la *comunicación* (53.33%). Este constituye un dato muy importante de cara a todos aquellos coaches que desean extender su práctica a las familias ya que proporciona una información importante a tener muy presente a la hora de

³ Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. "OBJETIVO 1: Conocer la opinión de los encuestados sobre un servicio de coaching de familia". Pág. 6 y 7

prepararse para las sesiones y las expectativas de las familias. Resulta así mismo muy interesante saber que existe en las familias un deseo de mejorar la comunicación y que, por el momento, no existen muchos servicios dedicados a satisfacer esta necesidad de forma conjunta. Siendo el coaching un método muy potente para mejorar la comunicación, podemos concluir con gran convicción que contamos con una herramienta de gran utilidad para este colectivo y que sin duda puede ayudar a las familias a mejorar la comunicación y con ello contribuir a una mayor calidad de vida en familia.

El segundo de los aspectos más seleccionado por los encuestados como área que desearían mejorar ha sido *el tiempo de calidad en familia* (50%). Este aspecto ha aportado mucha información respecto a lo que las personas necesitan mejorar en su vida diaria. Como vemos, mejorar el tiempo de calidad en familia resulta importante para muchas personas pero es un aspecto que difícilmente puede trabajarse de forma individual, ya que se podría estar obviando el contexto y dinámica familiares que resultan claves para poder mejorar este área.

Para ambos aspectos *-la comunicación y el tiempo de calidad en familia-* el coaching de familia puede ser de gran utilidad, no solo por los beneficios que aporta sino porque no existen muchos servicios que puedan proporcionar este tipo de ayuda al conjunto familiar. Como evidencian los resultados de nuestro sondeo,⁴ la gran mayoría, un 90% de los encuestados, no conocen otras profesiones dedicadas a proporcionar servicios de ayuda al conjunto de la familia; y cuando se les ha preguntado:

“Al margen de situaciones conflictivas, si quisiese mejorar algún aspecto de la vida familiar (comunicación, desacuerdos, bienestar en general, alguna dificultad,...), ¿sabría a qué profesional acudir?”.

Un 62.96% de las respuestas obtenidas fueron “no”, y tan solo un 37.04% ha respondido afirmativamente siendo la respuesta mayoritaria: “psicólogo”.

Podemos concluir por tanto, que la mayoría de las familias consideran que existen áreas en el seno de la vida familiar que requieren mejora pero a día de hoy no se conocen servicios especializados en proporcionar este tipo de ayuda, o al menos no son conocidos del público en general. Existe pues un campo de acción importante para el desarrollo del coaching que puede ayudar enormemente a las

⁴Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. “Otros resultados significativos”, pág. 12

familias en su día a día, pero será necesario una amplia labor de divulgación para que cada vez más familias puedan conocer su existencia así como los beneficios potenciales de su utilización.

OBJETIVO 3: Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados.

De cara a nuestro deseo de poner a disposición del público un servicio de coaching de familia, ha sido muy útil comprobar una tendencia mayoritaria a querer utilizar dicho servicio⁵.

Hemos comprobado también que la utilización del servicio irá muy unida a que las familias sepan de antemano que este tipo de coaching puede ser de gran ayuda para resolver todas aquellas cuestiones de la vida familiar que les preocupan tales como *la comunicación, el tiempo de calidad en familia*, así como *el bienestar general* -tercer aspecto a mejorar más seleccionado por los encuestados-⁶.

A la hora de conocer las probabilidades de utilización del servicio, los consultados nos han dejado clara la importancia de sentirse en confianza a la hora de acudir a una sesión de coaching. Así, los resultados muestran sin lugar a dudas que el aspecto más importante a tener en cuenta a la hora de acudir a una sesión de coaching de familia es la recomendación de un familiar, amigo o conocido (70.37%)⁷. Parece concluyente que un servicio dirigido al bienestar de las familias debe de ser respetuoso con las mismas de modo que puedan sentirse en confianza. Este es un aspecto que cualquier coach puede reconocer como importante en la relación con sus coachees. La confianza y el rapport son muy importantes en nuestra profesión y es algo que todo coach tiene muy presente. Lo que aquí comprobamos es que la confianza es también muy importante para nuestros coachees, de ahí que la recomendación de un allegado sea casi decisiva para acudir a este tipo de servicios.

⁵ Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. "OBJETIVO 3: Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados". Pág. 9

⁶ Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. "OBJETIVO 2: Conocer en qué aspectos de la vida familiar este servicio sería de mayor ayuda". Pág. 8

⁷ Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. "OBJETIVO 3: Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados". Pág. 10.

Los encuestados también han dado considerable importancia a la seriedad del servicio que, junto con el precio del mismo, resultaron las segundas razones más importantes a tener en cuenta a la hora de acudir a un servicio de coaching de familia (44.44%)⁸. De estos resultados podemos concluir que el hecho de tener en cuenta la seriedad del servicio a la hora de acudir a un servicio de coaching, está muy en línea con el párrafo anterior -la confianza-. Parece evidente que en un contexto en el que las personas intercambian cuestiones y emociones personales, quieran sentirse arropadas y en confianza, con la seguridad de estar en manos de un profesional respetuoso del proceso y de los principios éticos de la profesión.

En una línea diferente pero también importante, vemos que el precio de las sesiones -un 44.44%⁹ lo seleccionó como aspecto a tener en cuenta a la hora utilizar este servicio- es algo que puede resultar decisivo a la hora de animar a las familias a utilizar esta modalidad de coaching. Este resultado es importante en el sentido de que, siendo el coaching un método de ayuda al desarrollo personal y social, el precio de los servicios no debería impedir nuestra labor como coaches de extender y dar a conocer el coaching en la medida de lo posible. Por ello, y teniendo en cuenta los resultados, nuestra conclusión es que unas tarifas razonables, junto con talleres destinados a difundir y dar a conocer esta modalidad, pueden resultar muy valiosos para poder llegar al mayor número de personas evitando que el factor económico impida a ciertas familias la posibilidad de experimentar los beneficios del coaching.

A modo de colofón, decir que nuestra encuesta ha revelado que efectivamente existen ciertas áreas de la vida familiar que la gran mayoría del público desearía mejorar. Se trata de aspectos de la vida cotidiana que si no se resuelven acaban afectando no solo al bienestar general de la familia sino también a cada uno de sus componentes y acaban instalándose, consciente o inconscientemente, como malestares individuales. Esta dinámica forma parte de la vida diaria de muchas familias y debería ser tenida muy en cuenta para poder entender a nuestros coachees no solo en su individualidad sino en el contexto familiar del que forman parte ya que éste ejerce gran influencia en cada una de ellos.

⁸ Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. "OBJETIVO 3: Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados". Pág. 10.

⁹ Véase: 4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA. "OBJETIVO 3: Conocer las probabilidades de utilización de este tipo de servicio por los encuestados". Pág. 11.