

OPINIÓN



Pere García
MÁSTER COACH Y EXPERTO EN LIDERAZGO DE TISOC

¿Fast food o canelones de la abuela?

Líderes autocráticos o líderes emocionales y delegativos

Es curioso observar cómo, pese a las inversiones que las empresas destinan a planes de formación, los efectos positivos se acaban diluyendo de manera inexorable y rápida, devolviendo a la empresa a los bajos niveles de autoestima, clima laboral y satisfacción previas a dicha inversión. Debemos cuestionarnos la calidad de las acciones formativas y de las herramientas y metodología seleccionadas.

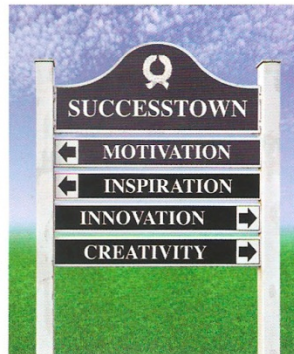
Es sabida la sensación de urgencia e inmediatez en la que viven nuestras empresas. Ante esa necesidad detectada, la tendencia sigue siendo la de ingerir comida rápida, soluciones de fast food formativo, para salir lo antes posible del proceso, con las consecuencias que todos sabemos comporta este fenómeno alimentario: sacia rápidamente la sensación de hambre, sí, pero a medio plazo genera sobrepeso, colesterol aumento de la tensión arterial. Por el contrario, pocas empresas apuestan por otros modelos menos cortoplacistas, por recetas formativas con un tiempo de hervor más lento pero resultados más suculentos... ¡Los canelones de la abuela!

Estado de salud. Pues de eso se trata, ni más ni menos; de analizar qué estado de salud queremos para nuestra empresa y qué clase de alimentación le damos a nuestros trabajadores. En definitiva, y utilizando una de las definiciones que más uso en coaching, ser capaces de pasar desde la conciencia, hasta la consciencia, para instalarnos en la consistencia. Aunque etimológicamente no existan diferencias entre los dos primeros conceptos, la principal distinción radica para mí en la dicotomía entre procesos de cambio y aprendizaje, entre darse cuenta (conciencia) y tener en cuenta (consistencia).

No obstante, tener clara la teoría, aunque ayuda, no es suficiente porque no garantiza cambios ni mejoras. Simplemente nos sitúa en el plano cognitivo, en el de las ideas, deseos y objetivos. Pero si no somos capaces de trasladarlo al plano

de las acciones y los compromisos, jamás seremos (conscientes) de lo que hay que hacer para llegar a ser una versión mejor de uno mismo, que es en definitiva, el objetivo sumo de cualquier acción formativa que emprendamos.

Cuando somos capaces, a través de la formación, de captar los niveles de conciencia de nuestros alumnos y de llevarlos al plano del desarrollo de competencias a través de las acciones, no sólo somos conscientes, sino que los estaremos acer-



"Formamos a nuestros líderes en un modelo de liderazgo que está de moda"

cando a la culminación de cualquier proceso de aprendizaje transformacional: la consistencia, el punto de automatización que nos permite instalar un aprendizaje en nuestro subconsciente para poder decir que hemos pasado de saber hacer a saber ser, es decir, que forma parte de nosotros.

En definitiva, las grandes empresas invierten mucho en formación, pero, ¿qué resultados le reportan? ¿Qué le están dando a sus equipos directivos, ejecutivos y técnicos, fast food o canelones?

La verdad es que el lector puede pensar tras leer la primera parte de este artículo que sin duda solo de canelones vive el hombre, y que todo lo que no sea eso está mal planteado... ¡nada más lejos de la realidad! Per se debe confrontar la realidad del día a día de las empresas y otra verdad: cuando el rendimiento impera, la inmediatez se apodera de los procesos.

Formación corporativa. Ese arte radica en el análisis previo a la realidad y a la necesidad de las empresas que va dirigida dicha acción. Más allá de la diferenciación entre métodos consultivos e inmediatos con escaso poder reflexivo, o procesos cognitivos más complejos y de mayor calado a nivel transformacional, lo cierto es que la combinación de los dos puede dar excelentes resultados, siempre y cuando la toma de decisiones sobre lo que más necesita la realidad de la empresa sea acertada.

Dicho de otra manera, y analizando la realidad del liderazgo, hemos pasado de líderes autocráticos a líderes emocionales y delegativos. Casi por imperativo legal, formamos a nuestros líderes en un modelo de liderazgo que está de moda, pero del que no sabemos a ciencia cierta si es el más adecuado a la realidad del equipo a la que va dirigida. Pues con la formación pasa lo mismo, las modas y corrientes han ido dando tumbos de una metodología a otra, de la consultoría, al mentoring, pasando por el coaching y acabando en la formación corporativa, pero todas ellas sin un trasfondo cognitivo que nos permita desarrollar lo esencial, la capacidad de analizar, decidir, implementar y evaluar el paquete formativo/corporativo ideal en función de lo que necesita la empresa.

En resumen, y sirva ello como humilde aportación a la visión de las empresas en el campo de la formación corporativa, apostemos por la cocina de fuego lento, ya que ella nos hará autónomos y sostenibles en el tiempo, pero no nos rasguemos las vestiduras por ir de vez en cuando al fast food, ya que por algo funciona tan bien. ■