

TRIBUNA



MUCHO RUIDO Y POCAS NUECES

PINO BETHENCOURT

En esta tierra de nadie que es el 'coaching' español, nadie sabe quién es de verdad y quién es de mentira, y pocas veces se confiesan las duras realidades del negocio cotidiano.

El caso es que cada vez se habla más del 'coaching'. A juzgar por lo que se escribe y lo que se cuenta en conferencias, aquí todo el mundo hace 'coaching', y además presume de que 'le va muy bien'.

Quizás el motivo por el que se está hablando tanto del 'coaching' en momentos en los que los presupuestos de formación son esqueléticos es porque se trata de un sector sin barreras de entrada. Cualquiera puede ser 'coach' si hace la formación necesaria, la cual se reduce a unos pocos módulos de tres o cuatro días cada uno.

Para los miles de buenos directivos que se han quedado en la calle, reciclarse como 'coach' parece un 'plan B' fácil y muy tentador. Eso de ganar dinero a cambio de

EL COACHING ES UN SECTOR SIN BARRERAS DE ENTRADA

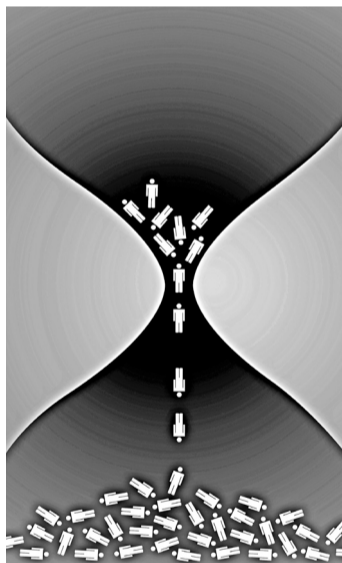
escuchar los problemas de otros, haciéndoles preguntas provocadoras, suena fenomenal, y a todos nos encanta pensar que podemos ayudar a los demás a ser más como nosotros.

Hasta aquí todo va bien. Sobre todo para las múltiples escuelas que ofrecen estas mínimas formaciones necesarias. El problema sólo llega si uno pretende además cobrar por su 'coaching'.

El formato más vendido en España es el 'coaching' ligado a una encuesta de 'feedback 360'. El 'coach' se reúne dos o tres veces con el cliente para ayudarle a interpretar los resultados de su encuesta y plasmarla en acciones concretas a poner en práctica en su trabajo diario. Se suele hacer para varios integrantes de un equipo al mismo tiempo, aunque el resultado suele ser más un ejercicio de buenas intenciones que otra cosa.

Para empezar las encuestas 360 no son fiables la primera vez que se hacen porque las puntuaciones no se basan sobre referencias previas. Para seguir, no todos los directivos incluidos en el proceso están en un momento receptivo para aprovechar la acción del 'coach'.

Para finalizar, a menudo hay poca relación entre las bonitas habilidades necesarias para ser un buen líder y los retos concretos que exige el negocio concreto en el corto plazo. Tiene gráficos coloridos y todos los implicados se lo pasan bien, pero es muy difícil que se produzca un cambio real y sostenible en los hábitos cotidianos. Ni hablemos de cuantificar



impactos en la cuenta de resultados de la compañía.

A esta modalidad de 'coaching' se suma un goteo indeterminado de contratos individuales que sigue siendo bastante minoritario entre directores de pequeñas y medianas empresas o mandos intermedios, y prácticamente nulo entre la alta dirección.

Frente a una demanda aún poco desarrollada, paralizada en pleno arranque por la crisis, no hacen falta más 'coaches' aprendices ni veteranos que hablan más de lo que venden, fingiendo no estar compitiendo entre sí.

Lo que se precisa es transparencia, y para esto hay que ser valiente, además de coach. ❑

Asesora de alta dirección
Bethencourt Strategic Development



COMPROMISO. José Ignacio Rivero, presidente de Tatum y de la Fundación Equipara; Josep Esteba, director de la Fundación Equipara, y Eugenio de Andrés, socio director de Tatum durante la presentación del proyecto

Más que capacitados para la empresa

LA FUNDACIÓN EQUIPARA Y TATUM QUIEREN SENSIBILIZAR Y AYUDAR A LAS COMPAÑÍAS A INCORPORAR A PERSONAS DISCAPACITADAS

T. JIMÉNEZ
MADRID

La diferencia tiene que ser un valor, no un defecto». Esta frase, pronunciada por Pablo

Pineda, el primer afectado por Síndrome de Down que logró terminar una carrera universitaria, sintetiza el objetivo que se ha marcado la Fundación Equipara: potenciar la conciencia de igualdad de oportunidades en el acceso y el desarrollo profesional de las personas con discapacidad. Por ello, ha decidido trabajar con empresarios y compañías para que «el lenguaje que hablan las empresas y las personas con discapacidad sea el mismo», explica Josep Esteba, director de esta fundación.

A diferencia de otras organizaciones, la Fundación Equipara se acerca la discapacidad desde un enfoque novedoso: «Todos somos personas con capacidades suficientes si nos ponen donde tenemos y sabemos estar», explica Eugenio de Andrés, socio director de Tatum. Como ejemplo, De Andrés explicó que la mayor parte de los españoles «es discapacitado en inglés. Si nos ponen a hacer algo que no sabemos hacer, somos discapacitados».

Por eso, esta consultora y la Fundación Equipara se han marcado como objetivo «desarrollar productos para trabajar con el mundo de la empresa», indica Jose Ignacio Rivero, presiden-

ción dirigidos a directivos y mandos con el fin de tomar conciencia del colectivo, de las ventajas, las dificultades, las obligaciones y la oportunidad que supone contar con personas discapacitadas en la plan-

tilla. En este sentido, Rivero destacó que «del mundo de la discapacidad tenemos mucho que aprender, especialmente cuando nos sentimos abrumados por las circunstancias difíciles del entorno», y recordó en que España hay más de 3,5 millones de personas discapacitadas y más de tres millones de familias que viven «permanentemente una situación de dificultad».

Además, ambas organizaciones han puesto en marcha talleres itinerantes, programas de aproximación, planes de acogida, desarrollos online -con webcomics o miniseries que recogen situaciones reales que viven las personas con discapacidad en la empresa- y premios a la integración laboral de personas discapacitadas. Esta última iniciativa, que se pondrá

en marcha en breve, tiene como objetivo dar a conocer las mejores prácticas en este campo para que sirvan de referencia a otras compañías. ❑



PRODUCTOS. Los comics se utilizan para sensibilizar

te de Tatum y presidente de la Fundación Equipara.

Entre los productos que han diseñado conjuntamente se encuentran talleres y jornadas de sensibiliza-