



¿Qué relación tienen un Coach, un zorrillo y la moda?

Verifique si dentro de su organización, existen personas que sepan utilizar la metodología seleccionada para resolver el problema o situación específica.



Por: Ing. Juan Carlos Flores Merino,
Facilitador de Programas de Desarrollo Humano y Recursos Humanos, Socio Director de ACCTÚA y asociado de Potencial y Hemsley Fraser para Latinoamérica.
contacto@potencial.com.mx

Muchas metodologías han caído en moda y son utilizadas indiscriminadamente, como es el caso del Coaching. En este artículo recomendamos qué hacer si decidimos utilizar alguna de ellas.

Hace poco tiempo tuve un sueño extraño, estaba corriendo como todas las mañanas, hasta que una gran piedra me hizo tropezar y quedar ridículamente tirado en el suelo. Cuál habrá sido mi sorpresa al notar que debajo de la roca salió un pequeño personaje que

me ofreció ayuda diciendo: "¿Quieres sacar lo mejor de ti y levantarte? ¡Yo te puedo ayudar!". Detrás de él venían otros individuos parecidos, que al mismo tiempo me ofrecían sus diminutas tarjetas de presentación que ostentaban el título de "Coach".

Así empezó esta reflexión un tanto surrealista acerca de cómo esta profesión o metodología, basada en el acompañamiento profesional de individuos o grupos con el fin de mejorar su desempeño y calidad de vida, se ha convertido inevitablemente ¡en una moda!

Debo aclarar que no estoy en contra de los Coaches, de hecho, dedico gran parte de mi tiempo a desempeñarme como tal de manera profesional. Sin embargo, observo que existen muchos “advenedizos” que deterioran la imagen de la profesión y de los que dedicamos mucho tiempo a estudiar y prepararnos.

Me parece que el Coaching, así como otras tantas metodologías*, se han convertido en modas que, aun cuando tienen un gran valor para lograr resultados —sobre todo en el ámbito profesional—, han caído en el terreno de la manipulación queriendo ser comercializadas como “productos milagro”.

¿Cómo sé que una metodología ha caído en la “moda”?

Existen varios indicadores que, desde mi punto de vista, nos dicen si una buena metodología es una moda peligrosa:

- El número de personas que se ostentan y ofrecen sus servicios como profesionales en el uso de esa metodología crece constantemente. Pregúntese cuántos Coaches conoce y cuántos conocía hace 5 o 10 años.

- Observamos un considerable número de

asociaciones y escuelas certificadoras de la metodología. ¿De dónde debe venir para considerarlo respetable?

- Vemos una gran cantidad de anuncios de instituciones de dudosa reputación que preparan a los interesados en el tema, incluso en atractivos programas de “fin de semana”. ¿Usted iría con un médico que se preparó sólo en el verano pasado?

- Escuchamos acerca de una gran cantidad de especialidades dentro de la misma metodología. En el caso del Coaching, existen de todos tipos: Las tradicionales -coaching de equipos, ejecutivo, de vida, empresarial—; o las dudosas -coaching espiritual, con caracoles (¡de verdad existe!), coercitivo (el coaching siempre debe ser voluntario), financiero (aún y cuando la especialidad sea reconocida los expertos acaban siendo asesores), con caballos (¿el equino requiere un certificado para ello?)—.

¿Y qué importa que sea una moda?

Para el caso, recuerdo un cuento: A principios del siglo pasado, un grupo de animales que serían afectados por la construcción de una carretera se reunieron para hacer marchas y plantones en contra. Con el tiempo, todos los animales se cansaron





de que no habían logrado detener a los constructores y se fueron. Todos menos uno: el zorrillo.

El monocromático animalito, insistente y aferrado se quedó ahí hasta el día de la inauguración. Desesperado por detener el progreso, nuestro osado personaje se colocó frente al primer camión que cruzaría la línea de salida y, como era de esperarse, pereció atropellado por el monstruo metálico.

El zorrillo quedó aplastado con su nariz apuntando en dirección hacia donde se dirigía el camión, por el simple hecho de que utilizó la única y olorosa herramienta que conocía para defenderse, misma que aplicaba invariablemente en cualquier situación de apremio.

En este orden de ideas, pienso que cuando una herramienta se pone de moda (por buena que sea) y se quiere aplicar para todos los casos, inevitablemente terminará en fracaso. Las empresas habrán gastado tiempo y dinero sin conseguir el resultado esperado y los ejecutivos responsables quedarán frustrados, asegurando que "esa metodología simplemente no sirve".

Recomendaciones efectivas al usar metodologías "de moda"

Hay que preguntarse qué resultado esperamos y qué han hecho otros para resolver situaciones similares. Si la metodología que usted seleccione está de moda, no importa, siempre y cuando haya demostrado su efectividad para casos parecidos al suyo.

Verifique si dentro de su organización existen personas que sepan utilizar la metodología seleccionada para resolver el problema o situación específica. Si no cuenta con algún experto, investigue dónde puede ubicar alguno. Sugiero pedir referencias, -como opción inicial-, a otros colegas que hayan contratado esa modalidad de Coaching o metodología.

Comprobar las cartas credenciales del experto, sobre todo en el área de la experiencia en casos similares a lo que buscamos resolver. Más allá de sus certificaciones, desde mi punto de vista la experiencia siempre tiene un peso mayor.

Definir si podemos dejar de depender lo más pronto posible del experto, porque si contratamos algo que nos encadene, generaremos otro problema: *la dependencia del consultor*.

En conclusión, la moda no es mala, pero la frase "de la moda, la que te acomoda" en este tema cobra gran validez. Lo delicado de utilizar lo que todos usan, es que muy fácilmente podemos perder tiempo y recursos valiosos que solamente detendrán nuestro camino para mejorar nuestro desempeño. 🗣️

**Otros ejemplos son la Programación Neurolingüística, el Balanced Scorecard, el Liderazgo Situacional, la Administración por Competencias, las 5 S's, entre otras, que aun siendo muy efectivas, han caído en el uso indiscriminado, convirtiéndose en una moda.*