

Consultoría

Juan de Jesús Penim Botajara, presidente de Adade

Coaching: Coach vs Consultor

El autor esboza las principales diferencias entre estas figuras que cobran cada vez más importancia en el panorama empresarial



ARCHIVO

Los directivos también están sufriendo la crisis.

En el raro panorama global, las empresas para estar bien gestionadas requieren atender las necesidades de desarrollo de su activo más valioso, las personas, o en términos empresariales los Recursos Humanos.

En este sentido, el desarrollo de programas formales que se dirijan al aprovechamiento de este activo humano son los medios más idóneos y factibles para tal fin. De igual relevancia es prestar atención a las interacciones diarias que se suscitan en el ambiente laboral y que forma parte de los procesos que garantizan o interfieren el logro de los objetivos y las metas organizacionales.

En este orden de idea, en la actualidad existe una filosofía de aprendizaje que garantiza el crecimiento continuo y sostenido de las habilidades y competencia de los individuos en las empresas. Esta filosofía es conocida como Coaching (que significa entrenar). El mismo ha sido definido de distintas formas; sin embargo, se puede resumir como la disciplina que se basa en el acompañamiento o atención individualizada, que tiene por finalidad operar profundos cambios en el pensamiento y comportamiento de los individuos,

a través de la observación, la toma de conciencia, la determinación de objetivos y la consecución de los mismos apoyándose en estrategias.

CAMBIOS
Nos encontramos ante una nueva forma de Consultoría empresarial

Con el objeto de hacer una introducción en el tema del Coaching será básico distinguir las diferencias que existen entre el Coach y un Consultor en su praxis. Principalmente son:

El Coach: En su trabajo hay participación equitativa. Los coaches son guías y proveedores de recursos. No definen los objetivos en el proceso de coaching, van siendo identificados por el coachee (alumno o quien es entrenado). En el proceso de coaching, el coach se centra en el quién para después pasar al qué. El coach tiene la misión fundamental de facilitar para que el coachee se conozca así mismo/a. Brinda sobre todo mo-

tivación y concienciación. Enfatiza el empowerment (reinventar la empresa), los puntos fuertes y los logros. El trabajo del coach implica un desarrollo continuado.

El Consultor: El es el experto en la relación de consultoría: experto-cliente. Se centra en el qué y te dice cómo hacerlo. Los objetivos son identificados por el experto. El consultor provee las estrategias y el conocimiento del mismo. Brinda soluciones y vende su producto.

Sigue un enfoque de recuperación haciendo énfasis en las deficiencias y problemas derivados del incumplimiento de un compendio estándar de conducta empresarial. La consultoría es ocasional y se basa en las necesidades.

Portanto, sin duda, nos encontramos ante una nueva forma de Consultoría empresarial, basada en enseñar al alumno a desenvolverse en su entorno, a encontrar las soluciones e interactuar con los problemas, a plantear metas y objetivos y, sobre todo, a superarse de manera continuada. En comparación con la tradicional consultoría que no enseña, ni entrena, sino que fundamentalmente resuelve.

Crédito y caución

Los plazos de pago aumentan

El 43% de las empresas españolas tarda en cobrar más de 85 días

La evolución del entorno empresarial ha provocado, en los últimos seis meses, una ampliación de los plazos con los que operan las empresas españolas en sus ventas a crédito de bienes y servicios. El 43% de las empresas españolas sigue cobrando a más de 85 días, un porcentaje que en mayo sólo alcanzaba el 33%. Ésta es una de las principales conclusiones del 2º Estudio de la Gestión del Riesgo de Crédito en España, elaborado por Crédito y Caución, su filial Iberinform y el Instituto de Empresa para el Observatorio de Riesgo de Crédito impulsado por su Cátedra Cash Management.

Frente a esta evolución, la reforma de la Ley de Morosidad establecía para 2011 un plazo de pago máximo de 85 días, en el marco de un calendario transitorio para alcanzar los 60 días en 2013. De acuerdo con los datos difundidos por este trabajo, sólo el 33% de las empresas españolas cumplía en octubre con los 60 días, frente al 42% registrado en mayo.

A pesar del empeoramiento de los plazos señalados por el estudio, el 12% de las empresas consultadas asegura que el nuevo marco normativo ha provocado una reducción de sus plazos de cobro. Para un porcentaje muy similar, el 14%, el efecto ha sido el contrario: un aumento de sus necesidades de financiación.

Para el 74% restante, el impacto ha sido poco significativo. Además, más de la mitad de las empresas españolas no aplica nunca los intereses de demora que permite la ley ante un incumplimiento de pago desde el año 2004.

Las empresas consultadas para la elaboración del Estudio, cuya presentación ha tenido lugar en el Aula Magna del Instituto de Empresa, no prevén cambios significativos en los plazos de cobro con los que trabajarán en 2012.

El 49% de las empresas reconoce haber sufrido impagos significativos, por lo que las compañías se muestran cada vez más preocupadas por el análisis de los clientes con los que trabajan. Tres de cada cuatro empresas cree que la gestión de crédito en España crecerá

en importancia en el futuro. En los últimos seis meses los departamentos de riesgos han ganado peso frente a los comerciales y financieros a la hora de determinar la entrada de clientes a la compañía. Sin embargo, dos de cada tres empresas no cuenta aún con un Comité de Riesgos, cifra sensiblemente inferior en el caso de pequeñas y medianas empresas. Los informes comerciales son la herramienta más utilizada para ges-

EMPEORAMIENTO

En el mes de mayo, el porcentaje de empresas que tardaban en cobrar 85 días era del 33%

tionar los riesgos de empresa, seguidos del seguro de crédito.

Plazos

33

Por ciento

■ Cumple con los 60 días fijados por la Ley de Morosidad

Empresas

49

Por ciento

■ Han sufrido impagos significativos.