

Outdoor Training; ¿Ilusión o Vanguardia?

Parece que los momentos actuales que vivimos las empresas, instituciones o cualquier tipo de organización en general, están refrescando lo crucial que sigue siendo el lado humano de las personas en la vida profesional. Las nuevas situaciones de mercado nos están llevando a buscar alternativas válidas para conseguir motivar e incentivar el mayor activo de las empresas: las personas.

Es innegable que “la gestión del conocimiento” experimenta un auge imparable y por eso cobran sentido tendencias que sin ser nuevas siguen de plena actualidad. Entre ellas, el Outdoor Training, busca inspirar, motivar y desarrollar a las personas en materias tan complicadas de manejar como la motivación, la conciencia de equipo, el liderazgo efectivo, la comunicación o el propio proceso de cambio. El Outdoor Training parte de una premisa contrastada; asimilamos un 10-20% de lo que escuchamos, un 30-50% de lo que vemos y entre un 70-80% de lo que vivimos.

Teniendo esto en cuenta, tiene sentido acudir a la experiencia, a la vivencia, como medio para abordar situaciones que de otra manera colapsarían nuestra capacidad de asimilar, sobre todo cuando hablamos de competencias “emocionales”.

“Si quieres conseguir cosas nuevas, no hagas siempre lo mismo” (A. Einstein).

El Outdoor Training plantea este tipo de dinámica de trabajo; sacar a la persona de su zona de seguridad, confort y conocimiento para experimentar situaciones poco frecuentes, originales y divertidas donde la persona interioriza lo vivido de forma directa, entretenida y personal. Este nuevo tipo de aulas al aire libre consiguen sacar el lado más humano de las personas estimulando emociones y experiencias auténticas con un tremendo paralelismo a las situaciones diarias de los entornos profesionales.

Por eso ya viene siendo frecuente encontrar al gerente de una empresa con su equipo de trabajo aventurar-

se con un reto en plena naturaleza, donde los objetivos, metas o reglas del juego son un espejo claro de las metas, objetivos y reglas de nuestra vida profesional. La variedad de escenarios para poner esto en práctica es realmente amplia y puede ir desde una Noche de Misterio por equipos a un Canoying por estrategias o una simulación de regatas de flota Copa América.

La consecuencia es directa; las personas interiorizan de forma intuitiva valores y claves de éxito totalmente extrapolables a su experiencia profesional diaria, se sienten importantes para su organización y captan su labor indispensable en el éxito del grupo.

Este método de formación a-conventional es algo más que una simple sesión de juegos y cursos al aire libre; lo que se busca es que el empleado adquiera un compromiso de mejora con su empresa. Por este motivo, las actividades se diseñan a partir de los problemas y necesidades detectados en la compañía, buscando que el grupo adquiera con-

ciencia de los puntos fuertes y las debilidades resultantes del comportamiento del equipo y sea capaz de vincular nuevas actitudes positivas a las conductas habituales en el trabajo.

Tal vez lo que conviene saber aquí es que el enorme impacto que tiene esta nueva metodología puede verse empobrecido si no está dirigida por un profesional válido en materia de docencia y que sepa dirigir la jornada con sentido pedagógico y práctico, llevando a los participantes más allá del puro momento de ocio.

El intrusismo de muchas empresas de aventura y ocio que ofrecen sus servicios para este tipo de jornadas está dejando abierta una puerta a la desconfianza hacia este tipo de programas mermando el tremendo impacto positivo que tienen cuando son dirigidas por personal adecuado.

Es necesario diferenciar el objetivo de utilizar técnicas al aire libre para abordar aspectos profesionales, del también necesario objetivo de pasarlo bien en grupo, aumentar la

convivencia y confianza de los miembros de un equipo o celebrar un hecho puntual.

Inspirar, motivar, sentirse parte de un equipo, saberse importante para el resultado final, son aspectos tan internos que sólo desde la experiencia se pueden reactivar.

Por suerte, los líderes y gerentes actuales están dejando de ver como un gasto el hecho de invertir en rescatar el lado humano de sus profesionales para pasar a verlo como eso, una inversión en un activo de la empresa, tan importante como la propia marca, su activo ordinario o la cartera de clientes.

En palabras de D. Goleman, el mundo de empresa del siglo XXI está inmerso en la búsqueda de la reconciliación de la persona con su faceta profesional y es ahí donde no tiene sentido escatimar en medios.

Sin duda ninguna, para competir hoy en día con éxito es necesario cuidar el lado humano de las empresas y proporcionar balones de oxígeno que refresquen nuestros entornos humano-profesionales.