

CONFESIONES DE UN EX- CONSULTOR

Anónimo
Revista FORTUNE



Por muchos años fui Consultor. Ahora que soy Ejecutivo de mi empresa, me he tornado mucho mas comprensivo con los ejecutivos que tratan de encontrar su camino entre la selva de consultores disponibles. Si yo fuera un cliente, no contrataría al 75% de mis colegas. *¡Cuidado!*

Por supuesto que hay consultores que pueden ayudar mucho a su empresa, pero también los hay que no están interesados en Ud. Mi propósito es enseñar a distinguirlos.

La mayoría de los ejecutivos son "C" en una escala de la "A" a la "F". Ellos conocen sus limitaciones y piensan que los Consultores pueden compensarlas. Los Consultores normalmente están sobre dimensionados en una disciplina especifica como estrategia, o diseño. Bien aprovechados pueden ser de mucha ayuda.

Pero los ejecutivos de las empresas deberían estar *contratando resultados, no habilidades*. La mayoría de los Consultores están más interesados en el problema que en la solución, y por lo general *subestiman la complejidad entre identificar el problema y resolverlo*. Los consultores por lo general no saben *cómo hacer*, es mucho más fácil decir *que hacer*. Concéntrese en aquellos donde su experiencia empresarial respalda su efectividad.

Hay cuatro tipos de consultores: Los Moledores, los Pensadores, los Conseguidores y los Efectivos.

Los **Moledores** son aquellos que Ud. contrata para solucionar un problema concreto usando sus habilidades especificas y que además tienen la posibilidad de transmitir este conocimiento. El problema es que esta gente *no sabe como pensar*. Sabe como hacer una sola cosa bien, pero no pueden ampliarse a un contexto mayor. Van a la base de datos con la *experiencia* de la firma de casos similares, y adaptan lo que les parece conveniente. Solo interpretan y aplican conocimiento de otros, y no tan bien. Son como la extensión de su calculadora.

Los **Pensadores** son los que tienen por lo menos tres años de experiencia y pueden transmitir al cliente verdadero valor; pero con mucha frecuencia son jóvenes en formación que no se atreven a decirle la verdad porque si no se pegan a Ud. como una sanguijuela, no van a llegar a Socios de la Consultora.

Los **Conseguidores** son los que construyen relaciones futuras de donde van a venir los nuevos trabajos. Son útiles para la empresa consultora pero a Ud. no le sirven para nada; *han perdido la habilidad para ejecutar*, no han trabajado *de verdad* en años y lo que hacen es

planear sobre el agua como un hidropilano ...sin mojarse.

Los **Efectivos** son los que verdaderamente le transmiten valor, metodología, conocimiento, y lo ayudan a lograr resultados. Adquieren un gran compromiso con su empresa, lo acompañan en la implementación y le ofrecen una opinión razonada sobre la mejor forma de hacerlo, sin querer imponerse. Poseen capacidad para transmitir conocimiento de una forma efectiva, tienen experiencia real y han logrado mantenerse al día. Bien aprovechados son un recurso valioso para mejorar su propia efectividad, y alertarlo en una forma no contaminada en aspectos en los que sus empleados no se atreven a ventilar. Generalmente son buenos escuchas.

Lo que Ud. debe saber es *qué tipo de servicio Ud. está adquiriendo y si le sirve a su empresa*. Muchos Consultores están más interesados en su propio crecimiento personal que en el bienestar de su cliente. Cuando fui Consultor pasaba más tiempo pensando en como asegurar mi permanencia en la empresa del cliente que en los problemas que estaba supuesto a solucionar. La realidad es que lo que hoy tenemos son Consultores en sillas de consejeros que *no son ni por asomo tan competentes como la gente que están supuestos a aconsejar*. La mayoría de sus éxitos resultan porque pescan donde hay peces, poniendo su sello de aprobación donde la mayoría de la gente sabía que deberían actuar desde el principio.

Una empresa no debe caer en la tentación de hacer Outsourcing de su ingenio. Un Consultor puede servir para muchas cosas, pero *¿Su Estrategia? ¿Su Organización?* Esa debe ser considerada su zona de aplicación particular en las que el Consultor no debería incursionar.

Contratar un Consultor tiene sentido si Ud. necesita saber algo de Ud. mismo o de su capacidad de liderazgo que nadie le va a decir, pero asegúrese que hay razones de peso para contratar gente de afuera. *Traiga conocimiento, discernimiento y experiencia;* y asegúrese que le transmitan lo que saben, pero que *no le digan lo que Ud. tiene que hacer*. Si contrata a alguien, que sea para apoyarlo en cuestiones específicas, pero no olvide que una gran masa de Consultores está más interesada en crear valor para ellos que para sus clientes