

RECURSOS HUMANOS | FORMACIÓN DE DIRECTIVOS



Arriba el telón. Expresarte cuenta con un teatro propio para ayudar a los directivos a superar su miedo a hablar en público. 148

La tendencia es creciente: cada vez hay más empresas que sucumben a las bonanzas del teatro como método formativo que deja a un lado el corsé del aula y explora la dimensión emocional de los directivos

ELI GARCÍA VILLALÓN

■ Sentar a un grupo de alumnos frente a una pizarra está quedando como una fórmula de enseñanza para los más jóvenes en colegios e institutos. La idea de volver al aula parece no saciar demasiado las demandas formativas de los directivos que pasan la vida frente a un ordenador, despachando llamadas o manteniendo reuniones. Las fórmulas más dinámicas, flexibles, y sobre todo, eficaces, son las que se llevan el gato al agua, de ahí que los gabinetes de formación se quiebran la cabeza ingeniando pedagogías cada vez más originales.

El teatro se ha revelado, así, como una herramienta poco convencional, pero atractiva, que ayuda a estos profesionales a manejar determinadas habilidades. Y es que el mundo del teatro comparte con el de la empresa cualidades como el rigor, la precisión, la creatividad, la capacidad de improvisación y, especialmente, el respeto por el público.

En esta disciplina se centra precisamente la labor de Expresarte, una compañía que lleva siete años formando a ejecutivos en España. Las dos fundadoras del gabinete están convencidas de que para ser un buen líder hay que ser un buen actor: "Se equivocan los que piensan que convencerán a un auditorio sólo con el contenido de su discurso; para persuadir a los clientes o a un equipo hay que dominar la voz, la mirada y los gestos", sentencia Pascale Bang-Rouhet, profesora de técnicas teatrales.

Hay profesionales para los que tomar la palabra frente al público supone una pesadilla: tensan la mandíbula, aprietan los puños, fruncen el entrecejo... con lo que transmiten un nerviosismo que hace que su mensaje pierda credibilidad. "Es lógico sentirse así porque se trata de una situación antinatural, por eso nosotros los enseñamos a relajarse", explica Isabelle Laurent, responsable de las técnicas de relajación. Pequeños trucos como la respiración abdominal—de actores y cantantes—o la adopción de una postura cómoda y bien anclada permiten sacar una voz

Fórmulas alternativas
Training Lab utiliza el cómic como forma de presentación de la información que entrega a sus alumnos al finalizar el curso formativo.

enérgica y clara y sentirse más seguro.

Por el teatro de Expresarte, en San Sebastián de los Reyes (Madrid), ya han pasado unos 1.200 directivos de compañías como Accenture, BBVA, Bankinter, Mahou San Miguel, Iberia, Coca-Cola, Microsoft o Peugeot. "Contamos con empresas que repiten desde hace seis o siete años, pues son conscientes de que en un mundo cada vez más competitivo, a mismo nivel de conocimientos, las cualidades personales de sus colaboradores marcarán la diferencia", matiza Laurent.

Expresarte desarrolla programas in company para grupos reducidos—seis personas—con el objetivo de que sus seminarios sean lo más prácticos y personalizados posible. En los dos o tres días que duran las sesiones, los participantes recrean reuniones, convenciones, entrevistas... y con la ayuda de las dos formadoras y sus compañeros descubren sus puntos débiles y cómo corregirlos.

Training Lab, empresa especializada en la formación comercial, también apoya su pedagogía en el teatro, pero en lugar de colocar a los directivos tras el telón y bajo los focos, los sienta en el patio de butacas. En este caso, los que están en escena son actores profesionales que, siguiendo las directrices de la empresa, tratan de transmitir los valores de

la misma, el trabajo en equipo o la resolución de conflictos. "Recientemente montamos una obra para una convención de 500 directivos, en la que introducimos sketches de 15 minutos para motivar a los empleados a vender más", ejemplifica Juan Mateo, presidente de la compañía.

La mayor ventaja que presenta este tipo de metodología, a juicio de Mateo, es que "resulta muy barata y eficaz porque llega a un amplio colectivo de forma rápida e impactante". Según sus cálculos, una empresa se puede ahorrar "casi un 80 por ciento en gastos de formación". Por eso, no es de extrañar que en su corta trayectoria—nació en septiembre de 2004—haya logrado 20 clientes, entre los que figuran Campofrío, Microsoft, Banesco, Coca-Cola o Banco Santander.

La obsesión del presidente de Training Lab, desde el principio, fue crear un sistema formativo basado en experiencias vivenciales. Por eso, la oferta de la compañía del Grupo Yeti va más allá del teatro. "Proporcionamos soluciones divertidas y pedagógicamente útiles", de ahí la utilización de medios audiovisuales, como el DVD, para entregar a los alumnos la grabación de las prácticas experimentadas, o el cómic que presentación de la documentación final.

Estilismo y comunicación

La importancia de la imagen en los negocios

Los hombres y mujeres de negocios cada vez son más conscientes de que el aspecto externo del ejecutivo es una pieza tan relevante en una reunión, un congreso o una entrevista como el propio contenido del discurso. "De ahí que contemos con un estilista profesional que aconseja a los directivos

acerca de la vestimenta que les sienta mejor, en función de su cargo y morfología". David Cruz, estilista de Canal Plus, que cuenta en su haber con la creación de la imagen de presentadores como Hilario Pino, Marta Reyero, Michael Robinson o Ana García Siferter, es consultor externo de

Expresarte. Cruz lo tiene claro: el corte del traje, la utilización de la corbata, la combinación de colores o la presencia de accesorios que remarquen la personalidad de cada profesional son aspectos que no pasan desapercibidos para el auditorio y que pueden ayudar a convencer mejor.

nombramientos



■ **ANTONIO CHERBUY**
Director del Grupo Catalana Occidente para Andalucía Occidental

Antonio Cherbuy ha sido nombrado director de la zona de Andalucía Occidental—incluye también las comunidades de Canarias y Extremadura—del Grupo Catalana Occidente. Cherbuy Martínez, nacido en Cádiz en 1964, es licenciado en Derecho por la Universidad de Cádiz y máster en Administración de Empresas por la escuela de negocios MBA de Canarias. Hasta este momento, era el director de la sucursal del grupo en Sevilla, cargo que ha ocupado durante los últimos nueve años. Su incorporación a Grupo Catalana Occidente se produjo en 1989.

■ **ERIK LARSSON**
Director de Marketing de González Byass

González Byass acaba de incorporar a Erik Larsson como nuevo director de Marketing de la compañía, cargo desde el que deberá diseñar los planes de comunicación de las diferentes marcas que comercializa. Licenciado en Ciencias Empresariales y MBA por Esade, ha pasado gran parte de su carrera profesional en Coca Cola España, en cuya plantilla se integró en 1993.

■ **BERNARDO BAHLHAUS**
Director de Explotación de Puerto Antilla Grand Hotel

Puerto Antilla Grand Hotel ha designado a Bernardo Bahlhaus director de Explotación de este establecimiento. Mallorquín de 43 años, Bahlhaus inició su andadura en el sector turístico como recepcionista y jefe de recepción en hoteles de las cadenas Gran Mallorca y Sol Meliá. Desde entonces, ha ocupado puestos de dirección y subdirección en establecimientos de RIU, NH y Expo Hoteles & Resorts. Por otra parte, el hotel onubense ha nombrado a Juan Manuel Sánchez Velarde coordinador de Congresos, Convenciones e Incentivos. Diplomado en Turismo, este andaluz de 35 años tiene una amplia experiencia en el área de marketing y, hasta ahora, había trabajado en Hoteles Barceló.

■ **EDUARDO INAL**
Director de Programas de Seguridad de Microsoft

Microsoft Ibérica ha nombrado a Eduardo Inal director de Programas de Seguridad de la compañía. Inal se incorporó al grupo en 1995, y lo hizo como consultor estratégico en la división de Servicios de Consultoría. En 2001 accedió a la dirección de la división de Servicios Profesionales para Telecomunicaciones, cargo que había ocupado hasta ahora.

Ejecutivos a escena



Arriba el telón. Expresarte cuenta con un teatro propio para ayudar a los directivos a superar su miedo a hablar en público. EAE

La tendencia es creciente: cada vez hay más empresas que sucumben a las bonanzas del teatro como método formativo que deja a un lado el corsé del aula y explora la dimensión emocional de los directivos

ELI GARCÍA VILLALÓN

■ Sentar a un grupo de alumnos frente a una pizarra está quedando como una fórmula de enseñanza para los más jóvenes en colegios e institutos. La idea de volver al aula parece no saciar demasiado las demandas formativas de los directivos que pasan la vida frente a un ordenador, despachando llamadas o manteniendo reuniones. Las fórmulas más dinámicas, flexibles, y sobre todo, eficaces, son las que se llevan el gato al agua, de ahí que los gabinetes de formación se quiebren la cabeza ingenierando pedagogías cada vez más originales.

El teatro se ha revelado, así, como una herramienta poco convencional, pero atractiva, que ayuda a estos profesionales a manejar determinadas habilidades. Y es que el mundo del teatro comparte con el de la empresa cualidades como el rigor, la precisión, la creatividad, la capacidad de improvisación y, especialmente, el respeto por el público.

En esta disciplina se centra precisamente la labor de Expresarte, una compañía que lleva siete años formando a ejecutivos en España. Las dos fundadoras del gabinete están convencidas de que para ser un buen líder hay que ser un buen actor: "Se equivocan los que piensen que convencerán a un auditorio sólo con el contenido de su discurso; para persuadir a los clientes o a un equipo hay que dominar la voz, la mirada y los gestos", sentencia Pascale Bang-Rouhet, profesora de técnicas teatrales.

Hay profesionales para los que tomar la palabra frente al público supone una pesadilla: tensan la mandíbula, aprietan los puños, fruncen el entrecejo... con lo que transmiten un nerviosismo que hace que su mensaje pierda credibilidad. "Es lógico sentirse así porque se trata de una situación antinatural, por eso nosotros los enseñamos a relajarse", explica Isabelle Laurent, responsable de las técnicas de relajación. Pequeños trucos como la respiración abdominal—de actores y cantantes—o la adopción de una postura cómoda y bien anclada permiten sacar una voz

Fórmulas alternativas
Training Lab utiliza el cómic como forma de presentación de la información que entrega a sus alumnos al finalizar el curso formativo.

enérgica y clara y sentirse más seguro.

Por el teatro de Expresarte, en San Sebastián de los Reyes (Madrid), ya han pasado unos 1.200 directivos de compañías como Accenture, BBVA, Bankinter, Mahou San Miguel, Iberia, Coca-Cola, Microsoft o Peugeot. "Contamos con empresas que repiten desde hace seis o siete años, pues son conscientes de que en un mundo cada vez más competitivo, a mismo nivel de conocimientos, las cualidades personales de sus colaboradores marcarán la diferencia", matiza Laurent.

Expresarte desarrolla programas *in company* para grupos reducidos—seis personas— con el objetivo de que sus seminarios sean lo más prácticos y personalizados posible. En los dos o tres días que duran las sesiones, los participantes recrean reuniones, convenciones, entrevistas... y con la ayuda de las dos formadoras y sus compañeros descubren sus puntos débiles y cómo corregirlos.

Training Lab, empresa especializada en la formación comercial, también apoya su pedagogía en el teatro, pero en lugar de colocar a los directivos tras el telón y bajo los focos, los sienta en el patio de butacas. En este caso, los que están en escena son actores profesionales que, siguiendo las directrices de la empresa, tratan de transmitir los valores de

la misma, el trabajo en equipo o la resolución de conflictos. "Recientemente montamos una obra para una convención de 500 directivos, en la que introdujimos *sketches* de 15 minutos para motivar a los empleados a vender más", ejemplifica Juan Mateo, presidente de la compañía.

La mayor ventaja que presenta este tipo de metodología, a juicio de Mateo, es que "resulta muy barata y eficaz porque llega a un amplio colectivo de forma rápida e impactante". Según sus cálculos, una empresa se puede ahorrar "casi un 80 por ciento en gastos de formación". Por eso, no es de extrañar que en su corta trayectoria—nació en septiembre de 2004—haya logrado 20 clientes, entre los que figuran Campofrío, Microsoft, Banesco, Coca-Cola o Banco Santander.

La obsesión del presidente de Training Lab, desde el principio, fue crear un sistema formativo basado en experiencias vivenciales. Por eso, la oferta de la compañía del Grupo Yeti va más allá del teatro. "Proporcionamos soluciones divertidas y pedagógicamente útiles", de ahí la utilización de medios audiovisuales, como el DVD, para entregar a los alumnos la grabación de las prácticas experimentadas, o el cómic como presentación de la documentación final.

Estilismo y comunicación

La importancia de la imagen en los negocios

Los hombres y mujeres de negocios cada vez son más conscientes de que tienen que cuidar su imagen—tanto como actores o modelos de pasarela—por estar expuestos más que otros a la mirada y observación de los demás. Ésa es una de las lecciones que las directoras de Expresarte quieren que

aprendan los alumnos que pasan por su teatro. Están convencidas de que el aspecto externo del ejecutivo es una pieza tan relevante en una reunión, un congreso o una entrevista como el propio contenido del discurso. "De ahí que contemos con un estilista profesional que aconseja a los directi-

vos acerca de la vestimenta que les sienta mejor, en función de su cargo y morfología". David Cruz, estilista de Canal Plus, que cuenta en su haber con la creación de la imagen de presentadores como Hilario Pino, Marta Reyero, Michael Robinson o Ana García-Siñeriz, es consultor externo de

Expresarte. Cruz lo tiene claro: el corte del traje, la utilización de la corbata, la combinación de colores o la presencia de accesorios que remarquen la personalidad de cada profesional son aspectos que no pasan desapercibidos para el auditorio y que pueden ayudar a convencer mejor.