

# ¿Cuál es la justificación económica de la facilitación?

Beatrice Briggs

Empecemos por reconocer que muchas reuniones son un gran desperdicio de recursos. El costo de oportunidad de reunir a las personas –en forma presencial o virtual– para conversar sobre un tema (o evitar hablar sobre un tema) se puede calcular.

Las cuentas son simples.

Piensa en una reunión que estás planeando convocar.

- Calcula el salario promedio anual de los participantes
- Divide el resultado por 240 (cantidad de días laborables en un año)
- Divide este número por 8 (cantidad de horas de trabajo por día – aunque sabemos que mucha gente trabaja más que esto)
- Multiplica esta cifra por el número de personas presentes en la reunión
- Multiplica esta cifra por las horas que va a durar la reunión

El número resultante es aproximadamente el costo del tiempo de los participantes en la reunión. (No incluye otros gastos, como viajes, alquiler de sala de reunión, café y otros elementos necesarios.)

Pero el dinero no es el único recurso a considerar. Todos los participantes tienen otras cosas que hacer, además de asistir a tu reunión.

**Entonces, la pregunta real es: ¿Podemos hacer que esta reunión sea suficientemente útil o interesante para captar la atención del grupo y producir beneficios para la organización?**

Es aquí donde los líderes competentes en facilitación empiezan a agregar valor. Ellos no temen plantearse a sí mismos y a otros convocantes estas preguntas difíciles:

- ¿Cuál es el propósito de esta reunión?
- ¿Qué esperamos lograr al reunir a estas personas?
- ¿Todas las personas que estás pensando invitar tienen algo que aportar a la conversación? ¿Si no es así, por qué tienen que estar presentes?

Suponiendo que existe una razón convincente para llevar a cabo la reunión, el líder/facilitador competente agrega valor:

- Diseñando una agenda que interese a los participantes, usando su tiempo y talento de manera productiva.
- Evitando sobrecargar la agenda con discursos, informes y otras comunicaciones unilaterales, que tienden a hacer que los participantes tomen sus smartphones y empiecen a revisar su correo.

- Manteniendo el rumbo de la conversación, previniendo pérdidas de tiempo comunes, como salirse por la tangente, repetir el mismo punto una y otra vez, o discutir solamente síntomas y no soluciones.
- Aclarando los pasos siguientes y asignando responsabilidades, aumentando la probabilidad de que exista el seguimiento.

Los beneficios de la facilitación efectiva se pueden medir en términos económicos, pero, parafraseando la publicidad de una tarjeta de crédito muy conocida – el valor de las sonrisas de satisfacción en la cara de los participantes al dejar la reunión NO TIENE PRECIO.

