

FORMACIÓN

La formación se transforma

LOS DIRECTIVOS **DEMANDAN** INFORMACIÓN SOBRE CÓMO SUPERAR LA CRISIS

N.G. - gamiz@empresayfinanzas.com

Parece que la formación tal y como la conocemos está desapareciendo. No se asusten, esto no significa que los cursos y los másters desaparezcan. Sólo que los contenidos demandados por las entidades y los trabajadores han dado un giro espectacular paralelo a la evolución de la crisis en España.

Si antes los departamentos de recursos humanos pedían a las firmas cursos, o formación destinados a desarrollar habilidades interpersonales o capacidades concretas relacionadas con determinadas actividades productivas ahora es sustancialmente diferente. Y es que las empresas empiezan a pedir a las firmas externas formación-entrenamiento para superar la coyuntura actual. "En estos momentos se busca aquella formación o entrenamiento que puede alinearse directamente con el negocio e impacte directamente en la cuenta de resultados de la organización. Por lo tanto, las organizaciones en estos momentos no compran 'cursos de catálogo', buscan contenidos mucho más adaptados a sus actuales necesidades e incluso diseñados expresamente para cada situación", comenta para Empresa y Finanzas Mónica Castillo, directora de Operaciones de Evolución 21. De hecho desde la consultora se ha comprobado que la realización de los cursos formativos suele ser una actividad limitada a empleados cuyas competencias impacten directamente en la cuenta de resultados, como por ejemplo, el equipo comercial.

Pero la crisis no sólo ha cambiado el contenido sino también la cantidad. Con esta coyuntura cada vez hay



Mónica Castillo afirma que la contratación de cursos ha caído un 50% en muchos casos.

Las iniciativas se sustentan en cursos y actividades adaptadas a las situación concreta de cada empresa

menos empresas que decidan invertir en estas actividades. Según Mónica Castillo "se han visto reducidas a la mitad o incluso han sido canceladas".

Nueva demanda

Desde Evolución 21 se ha observado que existe una nueva demanda ligada a la Gestión del Cambio, puesto que la

Sólo los empleados con competencias relacionadas con los resultados son los que pueden aprovecharse de acciones formativas

nueva coyuntura lo requiere así.

"En cuanto a la metodología existe una línea clara que se decanta hacia el desarrollo, fuera de lo convencional. Las organizaciones buscan, más que formación, asesoramiento y entrenamiento para que sus equipos encuentren y desarrollen sus fortalezas y elementos diferenciales, de forma que puedan explotar eficiente-

LA OFERTA

Evolución 21 adapta los contenidos a sus clientes

Para este nuevo curso recién iniciado "el reto para consultoras como la nuestra es colaborar con nuestros clientes, acercándonos y aportando a su cadena de valor, para conseguir sus objetivos. Para ello debemos adaptar totalmente los contenidos y ofrecer nuevas fórmulas, o nuevas metodologías que impliquen un menor coste consiguiendo el resultado deseado, como pueden ser la formación mediante audiovisuales on-line y las tutorías o coaching virtuales, a través de plataformas de correo electrónico y videoconferencias", comenta Mónica Castillo a Empresa y Finanzas.

mente las oportunidades que se presenten. Esta línea se conoce como "Coaching", tanto individual como grupal", explica Castillo.

En este sentido, desde la consultora se está trabajando teniendo en cuenta las drásticas reducciones de plantilla que están sufriendo numerosas empresas y la incertidumbre que genera en su personal, "actualmente estamos trabajando sobre contenidos cuyo objetivo se centra en la confianza y la ilusión como nuevas habilidades a desarrollar por parte de los líderes y directores de equipos de personas, con el fin de conseguir recobrar los niveles normales de rendimiento en las plantillas que han sufrido estas situaciones".



Qué tiene que saber para internacionalizar su empresa

La gestión del comercio exterior de la empresa es una actividad cada vez más necesaria para hacer frente a la creciente globalización de los mercados que, por su complejidad y amplitud, requiere integrar conocimientos de distinta naturaleza. En el libro "Gestión de comercio exterior" se estudian de forma sencilla y pormenorizada determinados aspectos básicos del comercio exterior, que debe conocer una empresa; entre otros, condiciones de envío, medidas de política comercial, obstáculos al comercio y medidas de fomento de la exportación. Se analizan con más profundidad los temas aduaneros, ya que el rápido avance de la tecnología y la necesidad de una mejora continua de la gestión en el ámbito internacional, obligan a las empresas a conocer detalladamente esta materia. Este conocimiento les permitirá encontrar el régimen aduanero que mejor se adapte a sus operaciones comerciales con el exterior y, de este modo, alcanzar una organización logística más eficaz y eficiente.

Los directivos deberán cambiar de actitud para superar la crisis

"El 90% de los directivos nacionales deberían revisar sus actitudes para poder salir de la situación actual más rápido y en mejores condiciones". Ésta es la conclusión principal a la que ha llegado la firma de gestión de empresas Improven tras realizar un minucioso estudio sobre 183 compañías. En el análisis se han tenido en cuenta las diferentes cualidades de los directivos que hoy en día ocupan los despachos españoles.

La firma también ha redactado a partir de los datos un decálogo en el que hace hincapié en el papel del directivo en tiempos de crisis. La lista de recomendaciones aconseja a los ejecutivos analizar la situación fríamente y aceptar la realidad para seguir adelante como primer escalón.

Analizar la situación, tomar decisiones contundentes y veloces, son las actitudes más determinantes para superar la coyuntura

Sólo el 9% de los directivos cuenta con, al menos, siete de las principales recomendaciones que hace Improven

En segundo y tercer lugar el decálogo advierte que los altos cargos deben tomar decisiones con firmeza extrema y focalizar el tiempo y el esfuerzo en temas clave. Éstos son sólo algunos de los consejos que ofrece el estudio y que comenta Eduardo Navarro, socio director de la firma. "Tomar grandes decisiones es difícil, pero es lo que hay que hacer para conseguir avanzar con solidez hacia el futuro", comenta. La rapidez también es importante. En un estudio anterior de la firma se demuestra que las empresas responden lentamente a la crisis, tardando de media 11 meses en detectarla y 17 desde ese momento hasta que se empieza a actuar y a intentar poner remedio. Estos datos muestran que la actuación y la reacción es lenta. A partir del decá-



logo Improven ha sacado nuevas conclusiones.

Seguir trabajando

Sólo el 9% de los directivos cuenta con, al menos, 7 de las actitudes correctas para superar la crisis, por ello la motivación es fundamental junto con la aceptación de la coyuntura. Pero sobre todo, tal y como

señala el decálogo en uno de sus puntos, la actitud positiva es clave en la gestión de situaciones complicadas. "Los líderes de la organización transmiten su estado de ánimo, la rumorología se dispara y demasiadas veces se gestionan mal estas situaciones y los líderes transmiten dudas y pesimismo", explica Eduardo Navarro.