

FORMACIÓN



Karen Minicozzi, vicepresidenta de Estrategia de Producto de HCM, EMEA, de Workday.

EL APRENDIZAJE, MÁS QUE UNA SIMPLE PIEZA DE UN PUZZLE

Todos tenemos esa tarea pendiente que nunca terminamos de tachar en nuestra lista ¿verdad? Continuamente la posponemos, ya que otros asuntos, aparentemente más importantes, van escalando posiciones en nuestra lista de prioridades. Algo similar ocurre con el aprendizaje en el lugar de trabajo, que por mucho tiempo ha ocupado las últimas posiciones de la lista. Sin embargo, ahora, los líderes son mucho más audaces y se dan cuenta de la importancia que éste tiene en la cultura corporativa.

Pero, ¿por qué ahora? Aparte de la feroz competencia por el talento, que obliga a las empresas a repensar la forma en que motivan y gestionan a sus empleados, también vemos que el aprendizaje en el lugar de trabajo refleja algunas de las tendencias del mundo del consumo: tiene que ser atractivo, a la carta, con contenido social y real. Los líderes que adoptan esta filosofía promueven que el aprendizaje sea más fácil de ejecutar y más interesante para los trabajadores. Según un estudio realizado por Technavio Global Corporate E-learning Market 2016-2020, el mercado global de e-learning corporativo alcanzará los 31.000 mil millones de dólares en ingresos en 2020. Por contextualizar esta cifra, es casi el mismo tamaño que tendrá el mercado de la tecnología portátil en el mismo período de tiempo, de acuerdo con el CCS Insights Report (2016).

Está claro que la formación en el entorno laboral debe continuar enfocándose en tareas básicas. Sin embargo, ahora existe la oportunidad de que las organizaciones involucren a sus trabajadores creando nuevas oportunidades de desarrollo profesional que, a su vez, les permita alcanzar metas personales.

UN NUEVO ENFOQUE

Si consideramos el impacto de la transformación digital en la forma en que operan las empresas, no es de extrañar

que el mercado se haya centrado en desarrollar nuevas habilidades que están siendo muy demandadas. En este contexto, el aprendizaje en el lugar de trabajo ya no se basa en cursos *ad-hoc* en los que los empleados aprenden dentro de una burbuja aislada, sino en acciones prácticas que les benefician tanto a ellos como a sus directivos.

Además, los responsables tienen una fuerza de trabajo cada vez más diversa y demográficamente amplia, por lo que necesitan proporcionar herramientas de aprendizaje que atraigan por igual a los millennials, la generación X y a los “baby boomers”. Más del 58% de los millennials encuestados en un estudio EdAssist 2015 esperan que sus líderes les proporcionen oportunidades de aprendizaje relevantes para sus trabajos. El aprendizaje “de consumo” es una de las maneras de superar las diferencias generacionales y permitir que cada generación aprenda de las fortalezas y la experiencia de otros.

La aparición de nuevas plataformas basadas en la nube, respaldadas por el *streaming* de vídeo, móvil y gamificación ha supuesto que el contenido evolucione hacia un aprendizaje autodirigido. Y, volviendo al punto inicial del lugar que ocupa el aprendizaje en nuestra lista de tareas pendientes, el contenido se está desglosando en pequeñas píldoras formativas de fácil digestión, para que puedan ser consumidas de acuerdo a las necesidades individuales; en lugar de ser un plato de mayor consistencia (por ejemplo, los cursos lineales que históricamente se han impartidos). Todo ello refleja que, actualmente, las personas pueden adquirir conocimiento, a través de vídeos en Youtube o seminarios TED.

LA FORMACIÓN ¿UN LUJO?

Mientras que el aprendizaje puede ser visto por algunos líderes empresariales como un lujo, en el mercado actual, la suma de estas iniciativas puede actuar como un catalizador para un mayor compromiso de los empleados con la empresa.

En definitiva, lo que está claro es que el aprendizaje en el lugar de trabajo ya no puede ser un proceso desconectado de la organización. Por el contrario, debe estar estrechamente vinculado a la experiencia del empleado y a la propia evolución del lugar de trabajo. La elección de la plataforma tecnológica adecuada garantizará que no sólo el aprendizaje sea intuitivo, fácil y divertido, sino que también conduzca a un mayor compromiso y, como resultado, a una mayor productividad y competitividad. ■