



EN UN ENTORNO ECONÓMICO TAN COMPETITIVO Y DIFÍCIL COMO EL ACTUAL, ES LÓGICO QUE LAS EMPRESAS MEDITEN Y ESTUDIEN CON DETENIMIENTO CUALQUIER TIPO DE GASTO, SOBRE TODO SI NO TIENE UNA INCIDENCIA DIRECTA EN LA PRODUCCIÓN, O EN LA ACTIVIDAD PRINCIPAL A LA QUE SE DEDICAN. EL OBJETIVO NO ES OTRO QUE PRESCINDIR DE TODOS LOS COSTES SUPERFLUOS Y QUE NO PAREZCAN ABSOLUTAMENTE IMPRESCINDIBLES. EN ESTE ESCENARIO, ES HABITUAL QUE MUCHOS OJOS SE FIJEN EN EL PRESUPUESTO DEDICADO A FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS, REDUCIÉNDOLO E INCLUSO SUPRIMIÉNDOLO.

Formación

¿GASTO O INVERSIÓN PARA LA EMPRESA?

> Se trata de un grave error. Del mismo modo que en los momentos de crisis se trata de aprovechar al máximo todos los recursos de la empresa, a menudo se olvida que el capital humano es uno de los más importantes y que, por tanto, aprovechar al máximo sus capacidades genera una ventaja competitiva tan potente como la que se consigue al extraer el máximo rendimiento de, por ejemplo, una cadena de montaje.

La formación debe ser considerada siempre como una inversión, y nunca como un gasto. Que el retorno generado por las acciones formativas sea a un plazo más largo o más corto dependerá de distintos factores, pero parece indiscutible que siempre acaba repercutiendo con creces en forma de beneficios directos para la empresa.

Otro dilema poco fundamentado es el de dudar entre formar a un empleado propio o contratar directamente a uno externo que disponga ya de esos conocimientos que se necesitan. Salvo en contadas ocasiones, el coste de esta última opción siempre será mayor.

MÁS 'PROS' QUE 'CONTRAS' PARA EMPRESA Y EMPLEADOS

Para argumentar estas afirmaciones tan rotundas, a favor de la formación en la empresa, basta con realizar un balance entre sus ventajas e inconvenientes.

Ventajas:

- > Mayor y mejor rendimiento del empleado formado y cualificado.
- > Disponer de un capital humano actualizado y que no quede obsoleto.
- > Aumento de la capacidad de adaptación del personal a los cambios.
- > Percepción del empleado de que la empresa le tiene en cuenta y, por tanto, más motivación e implicación.
- > Posibilidad de mayor flexibilidad y rotación entre puestos de trabajo.
- > Mejora de la comunicación, entre distintas áreas e individualmente.
- > Más fácil detección de empleados poco aprovechados y potencialmente promocionables.

Inconvenientes:

- > Dificultad a la hora de detectar el tipo de formación necesaria, y sus objetivos.
- > Costes que no suelen mostrar resultados tangibles a muy corto plazo.
- > 'Fuga de cerebros': en el caso de que la formación sea muy especializada y, por tanto, de coste elevado, posibilidad de que el empleado deje la empresa, perdiendo ésta todo lo invertido en él.

LA INVERSIÓN EN FORMACIÓN SIEMPRE REPERCUTE



CON LA FORMACIÓN EL EMPLEADO MEJORA SU CUALIFICACIÓN PROFESIONAL Y TIENE MAYORES POSIBILIDADES DE PROMOCIÓN

Aunque estamos tratando la formación desde un punto de vista empresarial, no está de más tener en cuenta también los pros y contras que tiene para el empleado, el verdadero protagonista de la acción formativa. Las principales ventajas para él serían la mejora de su cualificación profesional –algo que redundaría en un mayor reconocimiento personal–, y mayores posibilidades de promoción, e incluso de mejoras salariales.

En contraposición, como inconvenientes destacan recibir una formación muy específica que a menudo no puede aplicarse fuera de su entorno laboral y, algo que a lo que el empleado da mucha importancia, en ocasiones debe aportar tiempo personal para poder recibir la formación.

CLASIFICANDO LA FORMACIÓN

Hasta ahora hemos hablado de la formación tratándola como una acción uniforme, algo muy lejos de la realidad, ya que coexisten distintos formatos de acciones formativas, conocidos por todos, como por ejemplo cursos, masters, actualizaciones, reciclajes, etc.

La segmentación clásica consiste en dividir la formación en las áreas de habilidades/aptitudes, conocimientos, y actitudes. Se trata de 3 ámbitos que pretenden dar respuesta, respectivamente,

a las preguntas: ¿el empleado es capaz de hacerlo?, ¿sabe cómo hacerlo?, y por último, ¿quiere hacerlo?

Bajando a otro nivel de detalle, y según los objetivos que persiga cada actividad de formación, puede clasificarse como de reciclaje (renovar y actualizar conocimientos), estratégica (informar, para implicar, a los recursos humanos sobre los objetivos de la empresa), en habilidades (para que el empleado ejecute bien las tareas que tiene asignadas), dirigida al trabajo en equipo (dando importancia a la flexibilidad, adaptabilidad y comunicación), etc.

Esta es una primera aproximación a la formación en la empresa. En próximos números trataremos temas tan importantes como la detección de las necesidades formativas globales y personales, la elección de la forma en que se va a impartir la formación, o, por supuesto, el plan de formación, una herramienta estratégica más a la hora de diseñar las reglas maestras que van a regir la actividad de la empresa.

EN FORMA DE BENEFICIOS DIRECTOS PARA LA EMPRESA