

Corporate Learning 2019



Entrevista

Nuestro punto diferencial es la forma de crear y difundir contenidos

Ana Truan,
Learning manager de **Desigual**

Entrevista

Schindler ofrece a los empleados las herramientas que aseguran su éxito

Norma Hernández,
head of Leadership Development &
Learning de **Schindler Group**

Entrevista

Empoderamos a nuestros colaboradores para que tomen las riendas de su autodesarrollo

Sergi Montells,
Global Talent & Development
specialist de **Equatorial
Coca-Cola Bottling Company**

Entrevista

La Universidad Corporativa consolida la cultura de innovación de Naturgy

Daniela Viana Toval Conrado,
subdirectora de la Universidad
Corporativa de **Naturgy**

Nuria Fernández López y José Luis Bueno, CEO de NM Formación

Las consultoras de formación debemos facilitar el autoaprendizaje de los profesionales



NM Formación y Consultoría nace en 2005 fundada por Nuria Fernández y José Luis Bueno, que ya tenían experiencia en torno a la consultoría en Recursos Humanos. A lo largo de todo este tiempo se han ido acumulando no solo conocimientos, sino experiencias y relaciones que en muchos casos se han mantenido hasta hoy. NM basa su trabajo en una relación cercana y de calidad con sus clientes, con el interés y la vocación de convertirse más en un *partner* que en un proveedor.

La formación corporativa vuelve a coger fuerza tras unos años "ralentizada" por la situación del mercado. ¿Qué servicios/programas les demandan sus clientes?

Nuria Fernández (N.F.): Es cierto que la formación corporativa ha pasado por unos años de crisis, aunque afortunadamente ahora está nuevamente cogiendo músculo. Desde NM no solo trabajamos en formación presencial, sino que en estos años de crisis hemos aprovechado para adquirir un gran bagaje en formación *blended*, online y en el desarrollo de producción audiovisual, incorporando el vídeo a la formación. Los grandes retos de las empresas siguen estando relacionados con la gestión del liderazgo, del talento y del cambio, retos ineludibles en el entorno VUCA al que se enfrentan actualmente. Por este motivo, gran parte de las demandas que recibimos van en esa línea.

¿Cómo ayudan a estos clientes a poner en práctica los programas que realmente necesitan y no lo que creen que quieren?

José Luis Bueno (J.L.B.): Nuestra relación con el cliente se basa en la

confianza y en el interés sincero de buscar la satisfacción y el éxito para este. Por ello, muchas empresas nos plantean demandas que llevan implícito el asesoramiento sobre lo que es más conveniente y acertado. En algunos casos, los clientes nos solicitan acciones que juzgamos poco eficaces para los objetivos buscados. Si es así, explicamos los motivos que nos llevan a esa conclusión, aunque ello implique que no participemos en el proyecto. En otros casos, son los clientes los que directamente nos solicitan el asesoramiento sobre una acción concreta. Y nos muestran los clientes que nos lanzan una necesidad, con unas claves muy generales y nos toca aterrizarlas en acciones específicas. Este aterrizaje, por supuesto, es un proceso colaborativo, que normalmente pasa por el moldeamiento de una idea muy primitiva a través de un *feedback* continuo hasta alcanzar el resultado final.

El desarrollo del talento es un must en todas las empresas y para ello se tiende a la individualización. ¿Cómo conseguir ese traje a medida para cada profesional?

N.F.: La mayor parte de las empresas llevan a sus espaldas una gran cantidad de programas formativos. Al principio eran muy generales y estaban pensados en contenidos iguales para todos los asistentes. Varias décadas después, con los conocimientos ya adquiridos, lo que toca es que cada persona los lleve a la práctica para desarrollar al máximo su potencial dentro de la organización. Los distintos recursos de intervención deben ir dirigidos a que cada persona sea capaz de identificar sus propios *gaps* o áreas de mejora para, a partir de ahí, trabajar en su desarrollo. La mayor parte de nuestros programas terminan con Planes de Acción Individuales, en los que cada uno ha de identificar su propio itinerario de desarrollo, casos de estudio y guías de aprendizaje. En muchos casos se establecen sesiones de coaching tras la formación, como seguimiento, para apoyar esta personalización y garantizar el éxito del proceso de desarrollo personal.

¿Y cómo hacer que sea un elemento más del employer branding o de una excelente experiencia de empleado?

J.L.B.: Cuando las personas se incorporan a una organización, valoran cada vez más su experiencia global por encima del salario. En un mundo cambiante donde la exigencia de aprendizaje y adaptación es continua, la posibilidad de formación y desarrollo es un importante incentivo, lo que hace más atractivas a aquellas organizaciones que brindan más posibilidades de formación a través de distintos recursos y tecnologías, posibilitando un entorno de realización profesional.

Hemos trabajado ya con algunas empresas en la experiencia de empleado, desde el momento de su incorporación con programas de *onboarding* que favorecen la incorporación y retención de talento, así como en programas de formación que sirven como premio al talento, programas que se centran en competencias emocionales y en los que la persona adquiere un valor por encima de cualquier otro elemento. El componente emocional adquiere cada vez más relevancia. Comprender los intereses y motivaciones de las personas en su lugar de trabajo es un elemento imprescindible para trabajar la experiencia de empleado. El perfil de nuestros consultores favorece que nos sintamos especialmente cómodos trabajando las emociones.

En un mercado laboral en el que ya los profesionales tienen cada vez una mayor movilidad, ¿cómo consiguen que la formación sea un elemento de engagement?

J.L.B.: Independientemente de la movilidad y de otros factores, la necesidad de aprendizaje no solo está siempre presente, sino que incluso es cada vez mayor. Facilitar a los empleados esta posibilidad de adaptación, aprendizaje, gestión del cambio, etc., se convierte en un elemento de *engagement*.

¿Y cómo ven el papel de las consultoras de formación en este escenario?

N.F.: Hoy en día, la consultora, como *partner* de Formación, Desarrollo o RRHH en general, debe convertirse en un *learning advisor*. Su función

Cientes que han confiado en nosotros

ABB, AKI; Alcampo, Allianz, Arias, Atresmedia, Banco Cooperativo Español, Bankinter, BBVA, BDF Beiersdorf, Beaute Prestige International, Bricomart, Caser, Ceca, Cetelem, Cifse, Citet, Clece, Decathlon, DGT, Dia Grupo, Enagas, ESIC, Ferrovial, fnac, Fraternidad Muprespa, GSK, Grupo Eulen, Grupo SM, Grupo Tragsa, Generali, Instituto Cervantes, Leroy Merlin, MacMillan, McDonald's, Mantequerías Arias, NH Hoteles, Northgate, Parque Warner, Pelayo, Plus Ultra, Red Eléctrica, Repsol, Saica, SuperSol, Total, Universidad Alfonso X el Sabio, Verdecora, Verti.



NM Formación-Grupo Finsi

San Agustín nº4 1º
C.P. 28231
Las Rozas (Madrid)
Tel.: +34 91 636 39 80

debe ser la de facilitar el autoaprendizaje, guiando en la gran oferta de conocimiento existente para seleccionar el que mejor se adapte a las necesidades concretas y ofreciendo las herramientas y metodologías para que sean las propias personas quienes generen contenido, por un lado, y sirvan de *influencers*, por otro. Nosotros trabajamos muy unidos a la parte tecnológica, no perdiendo de vista la transformación digital ni el objetivo de hacer las cosas fáciles para las empresas y las personas que las conforman.

Nuestro trabajo

Está enfocado a generar impacto en el desarrollo de competencias, conocimientos, habilidades, destrezas, capacidades, actitudes, aptitudes, intereses, necesidades, motivaciones y expectativas, indispensable para el desempeño del desempeño en: liderazgo, desarrollo personal, eficacia profesional, comercial y ventas, gestión de personas, desarrollo del talento, marketing y comunicación, comunicación y relaciones interpersonales, gestión del cambio, interacción al cliente, experiencia cliente, manejo del tiempo, trabajo en equipo, diversidad cultural, resiliencia, inteligencia emocional, mindfulness, etc.