

# Modelo estratégico de Formación ¿Qué opinan sus clientes internos de su empresa?

Escrito por Victoriano de Isasi



**¿Qué cree que opinan sobre el Departamento de Formación sus clientes internos en su empresa?** Le damos a elegir entre seis opciones. Escoja la que le parezca más real.

1. Nos proporcionan cursos. No tengo la seguridad de que todos sean útiles y prácticos. Pero al final, cumplimos con lo que se pretende: que nuestros empleados tengan formación
2. Hacen un gran esfuerzo por darnos servicio, por ayudarnos en nuestro rol. Pero están alejados de nuestra realidad. Al final, las soluciones que ofrecen no están adaptadas a lo que espero y necesito.
3. Están demasiado orientados al conocimiento. El tiempo de mi gente es muy importante, y debe ser utilizado para conseguir nuestros objetivos.
4. Les agradezco su servicio. Si tuviera algo que pedir, sería que respondieran más rápido a mis peticiones. Pero en general me siento cómodo con sus servicios.
5. Imparten cursos de calidad que son directamente aplicables en el puesto de trabajo. Mi equipo se siente reforzado y motivado tras las sesiones
6. Son mis socios estratégicos. Yo me preocupo de conseguir mis objetivos. Ellos me dan las herramientas para hacerlo y me ayudan a tener al equipo preparado. Se superan día a día.

¿Ya escogió su opción? ¿Está seguro de que es la más real? ¿O quizás es la que le gustaría conseguir? Sea cual sea su respuesta, lo importante es que tenga claros dos aspectos:

1. Qué me gustaría ser
2. Dónde me encuentro en este momento

Los retos para un Departamento de Formación son mayores a medida que las exigencias del mercado crecen: **mejor, más rápido y a un menor coste**. Vivimos además en la cultura de la impaciencia: ¡Quiero resultados ya! ¡No estoy dispuesto a esperar! Con estos parámetros, sólo aquellos Departamentos que estén alineados con la cadena de valor de la compañía y demuestren su vocación de servicio y resultado tendrán un lugar en la empresa del futuro.

### ¿Por qué un plan estratégico del departamento de formación?

- Porque permite conocer lo que la Empresa espera de sus servicios. Y además refleja el acuerdo de cómo se prestará ese servicio
- Porque define con realismo cuál es la situación actual. A veces con cierta crudeza. Pero para mejorar, es necesario saber el grado de mi dolencia
- Porque prioriza los esfuerzos: No podemos llegar a todo y lo sabemos. ¿Lo sabe mi organización?
- Porque consigue impactos inmediatos: A través de la generación de QUICK WINS que afectan a corto plazo los indicadores de negocio
- Porque contiene el componente estratégico: garantiza que el Departamento vaya por delante de sus clientes

¿Fácil? EN ABSOLUTO. Este proyecto requiere de **varios factores** para su puesta en práctica:

- **Autocrítica:** Esté dispuesto a escuchar cosas que no le van a gustar
- **Realismo:** ¿A dónde queremos llegar? ¿A qué podemos llegar si analizamos con realismo? Metas realistas en plazos realistas
- Una **cierta autoridad interna:** El Plan Estratégico es creado desde afuera. Pediremos ayuda a nuestros clientes internos. Porque queremos que sea SU plan para que después nos ayuden a implantarlo
- Una **empresa que apueste por su gente:** Una empresa cortoplacista, que busque apenas su resultado inmediato, difícilmente invertirá en desarrollar un Departamento de Formación potente. Si la empresa da valor al talento, y entiende necesario invertir en el desarrollo de los equipos, entonces tenemos todas las puertas abiertas.

En efecto, es un proyecto retador. Marca un antes y un después en el servicio que ofrecemos. Y nos ayuda a convertirnos en socios estratégicos en la cadena de valor. Las

dudas serán muchas, las variables a manejar serán enormes. Pero si usted considera que el momento de cambio ha llegado, empiece cuanto antes.

**"Si el tiempo es lo más caro, la pérdida de tiempo es el mayor de los derroches"**

Benjamin Franklin. Filósofo, político y científico estadounidense