

## El sector formativo se reinventa: nace la era de la formación no convencional

- Se trata de una formación vanguardista, que marca tendencias y que nace como respuesta a empresas con una amplia y dilatada cultura de formación.
- La formación no convencional promueve que sea el entorno formativo el que se introduzca en el entorno laboral del empleado, consiguiendo que la formación se conforme como una tarea más en el desempeño laboral.
- Las formaciones orientadas a la creatividad, el desarrollo del talento, y el positivismo encaminan a la compañía hacia el crecimiento y el desarrollo positivo.
- Para marcar la diferencia en las acciones formativas, es preciso, reducir al máximo las sesiones de aula y transformarlas en reuniones de trabajo, cuyo objetivo sea intercambiar *feedback* entre los participantes y utilizar los formatos *media-learning* como uno de los pilares que sustentan una acción formativa.
- Sectores como el de la Banca, Energéticas o Farmacia llevan tiempo apostando por este tipo de formación, no desde un punto de vista excluyente a la formación tradicional, sino como una línea de actuación que suma y establece sinergias altamente rentables.

**Madrid, 7 de febrero de 2013.-** En 2012, el 55% de las compañías reconoció haber mantenido o incluso incrementado la inversión en formación<sup>1</sup>. Dentro del contexto económico en que nos hallamos inmersos, la principal recomendación tanto para las personas en búsqueda de empleo como para los empleados es apostar por su formación con el fin de incrementar su empleabilidad mediante cursos de especialización, idiomas etc. Sin embargo, **Adecco Training**, la consultora especializada en formación del Grupo Adecco, **ha detectado nuevos modelos formativos que se perfilan como la estrategia de diferenciación tanto para lograr un empleo como para ofrecer valor a las compañías.**

Una de las demandas que los empleados solicitan a sus empresas es la formación en el ámbito laboral donde las propias compañías se involucren y posibiliten la formación continua de sus trabajadores. El objetivo no es otro que mejorar sus resultados dentro de la compañía y seguir renovándose y reciclándose, tanto dentro de la empresa, como en su propia carrera profesional.

Tradicionalmente, una acción formativa se diseña y ejecuta sacando al participante de su entorno laboral para introducirlo durante un espacio de tiempo en un nuevo entorno en el que se llevará a cabo esa acción. Sin embargo, **la formación no convencional promueve que sea el entorno formativo el que se introduzca en el entorno laboral del empleado**, consiguiendo que la formación se conforme como una tarea más en el desempeño laboral.

Esto se consigue cuando la formación está alineada estratégicamente con la compañía en todas sus dimensiones, es decir, con una clara definición de objetivos, con una correcta asignación de recursos y con una adecuada combinación de metodologías.

---

<sup>1</sup> Según la Encuesta Tendencias de la Formación para el Empleo 2013 de Adecco Training  
<http://www.adecco.es/data/NotasPrensa/pdf/422.pdf>

## Maximizar los beneficios a través de nuevas fórmulas de formación

En los últimos años, las empresas viven una constante adaptación al cambio, en este entorno, **la respuesta que las empresas necesitan se traduce en fórmulas que abandonen los viejos esquemas**, ideas innovadoras y formatos muy realistas con la situación.

Realizar **formaciones encaminadas hacia la creatividad, el desarrollo del talento, la innovación y el positivismo marca no sólo el desarrollo de un trabajador sino que encamina a la compañía hacia el crecimiento y el desarrollo positivo.**

En estos momentos están surgiendo centros formativos tanto para empresas como para profesionales independientes que procuran ofrecer nuevas herramientas y planteamientos que permitan a las compañías generar nuevos enfoques y dinámicas para ofrecer respuestas ante las situaciones adversas de la compañía.

El diseño de los planes de formación se ve obligado a cumplir estas premisas, buscando una correcta combinación de recursos metodológicos que produzcan el máximo impacto en el desarrollo de las competencias profesionales del empleado y, por el contrario, el mínimo impacto posible en la dedicación que éste tiene de destinar a la formación en perjuicio del desarrollo de su trabajo diario.

**Para marcar la diferencia en las acciones formativas, es preciso, reducir al máximo las sesiones de aula y transformarlas en reuniones de trabajo**, cuyo objetivo sea intercambiar *feedback* entre los participantes, utilizar los formatos *media-learning* como uno de los pilares que sustentan una acción formativa y, por otro lado, recurrir a herramientas que permitan una cercanía que imprima un carácter individualizado en los programas formativos.

Este tipo de formación debe huir de convencionalismos instaurados tradicionalmente y cambiar radicalmente los paradigmas establecidos, diseñando y ejecutando ahora con una alta dosis de pragmatismo, además de proporcionar elementos que permitan medir los resultados obtenidos.

**Trabajar sobre competencias con un reflejo directo sobre el comportamiento de la persona es mucho más productivo.** En el campo de las habilidades directivas, a través de formación no convencional, se pueden potenciar las denominadas *soft-skills* o **competencias blandas tales como el liderazgo, la gestión de personas, la capacidad de reacción ante problemas, iniciativa y flexibilidad.**

La proactividad comercial, el impulso comercial, el aprovechamiento de las oportunidades de negocio o la gestión de las relaciones con el cliente, son las protagonistas que conforman los ejes de actuación en el diseño de programas de formato no convencional.

En resumen, podríamos decir que se trata de una formación vanguardista, que marca tendencias y que nace como respuesta a empresas con una amplia y dilatada cultura de formación.

## Formación vs. Cuenta de resultados

Las empresas cada vez se muestran más interesadas en perfiles profesionales que cuenten con este tipo de habilidades. Grandes empresas dentro de **sectores como Banca, Energéticas o Farmacia llevan tiempo apostando por este tipo de formación**, no desde un punto de vista excluyente a la formación tradicional, sino como una línea de actuación que suma y establece sinergias altamente rentables. Las materias que más se adaptan a este tipo de programas formativos, tienen un reflejo directo sobre el comportamiento de la persona y se traducen en su rendimiento y productividad.

En 2012 **más del 50% de la inversión en acciones formativas se destinó a habilidades técnicas, formación íntimamente ligada a la cuenta de resultados, lo que confirma la apuesta por la formación como herramienta de productividad y competitividad de las empresas.**

Está demostrado que el uso de metodologías que conectan directamente con las emociones del participante provocan un efecto memorable que perdura mucho más en el tiempo y es obvio que este efecto debe tener una justificación, debe estar relacionado con la competencia laboral o el cambio actitudinal que se pretende trabajar. Dicho de otra forma, no solo basta con que el participante en una acción formativa recuerde al cabo de los años aquel programa formativo, aquella actividad o dinámica que realizó, sino que debe dotarla de un significado desde el punto de vista empresarial. Es por ello que todos los medios, recursos a utilizar o metodologías a desarrollar, estén sólidamente justificados.

Para 2013, las acciones de formación que se perfilan como críticas son las relacionadas con **habilidades comerciales y técnico-productivas**, dos acciones que claramente tienen que ver con los resultados de la empresa, convirtiéndose así la formación en una parte estratégica de las compañías.

### **Sobre Adecco Training**

**Adecco Training** es la consultora de formación del **Grupo Adecco**. Aporta soluciones formativas innovadoras gracias al conocimiento sectorial de las líneas de negocio del Grupo, ofreciendo soluciones específicas a sus necesidades de desarrollo de Recursos Humanos en tres grandes áreas de actividad: consultoría de formación, desarrollo de soluciones formativas y outsourcing de formación. Sus diferentes metodologías abarcan desde el outdoor training, hasta el coaching, training day, taller experiencial y e-learning, combinándolas de forma adecuada para garantizar los objetivos planteados para el colectivo de profesionales a formar.

---

*Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:*

Luis Perdiguero/ Ana Belén González  
Dpto. de Comunicación Adecco  
Tlf: 91 432 56 30  
[luis.perdiguero@adecco.com](mailto:luis.perdiguero@adecco.com)  
[abelen.gonzalez@adecco.com](mailto:abelen.gonzalez@adecco.com)

Laura Llauradó /Laura García  
Trescom Comunicación  
Tlf: 91 411 58 68  
[laura.llaurado@trescom.es](mailto:laura.llaurado@trescom.es)  
[laura.garcia@trescom.es](mailto:laura.garcia@trescom.es)