

Un curso para cada líder

Un ambiente distendido y la adaptación a la empresa constituyen la oferta más atractiva para el aprendizaje de los empleados.

M.N.

En los últimos años, las empresas son más conscientes de la importancia de que todos sus empleados se actualicen constantemente. Y no sólo es importante que éstos conozcan los nuevos avances en tecnología punta o la última legislación vigente. Además de una sólida formación intelectual, cobra fuerza la idea de que el éxito también depende de un sentido de pertenencia a la empresa, de una personalización con ésta y, sobre todo, de saber inculcar estas actitudes al resto de empleados.

La Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (Esic) apuesta, desde 1986, por la formación *in company*, una forma de aprendizaje que trata de dar soluciones concretas a las posibles carencias de las empresas. "Para ello, redactamos un diagnóstico previo y, con él, se elabora un programa adaptado", explica Felipe Llano, director de Executive Education de Esic. Esta "vocación de adaptación y flexibilidad", con más de treinta personas dedicadas exclusivamente a este tipo de metodología, ha hecho que la escuela incorpore técnicas propias de cada empresa "para desarrollar capacidades concretas que ésta necesita", explica el responsable de Esic. Con sus progra-

mas *in company*, orientados a "dar soluciones a medida", la escuela dedica treinta mil horas al año a formar a más de 180 clientes, entre los que destaca Telefónica, Correos, Abengoa, Peugeot, Indra o la Junta de Andalucía.

Aprender no está reñido con el entretenimiento. Al menos, esta es la idea que tienen Pascale Bang-Rouhet e Isabelle Laurent, las dos artífices de ExpresArte. Desde hace siete años, este gabinete de formación trata

Programas a la carta

El ESIC apuesta por la formación *in company*, con técnicas propias de las empresas

ExpresArte usa técnicas teatrales y de relajación para que los directivos ganen en persuasión

Infova pretende mejorar el contacto interpersonal a través de juegos y pruebas

de inculcar a altos directivos y políticos actitudes para potenciar su capacidad de comunicación y aumentar su poder de convicción, así como favorecer su imagen personal y de liderazgo durante sus presentaciones en público. "Hoy, la formación de un alto directivo o de un mando intermedio es considerada como una inversión. Se explotan cada vez más las dimensiones intuitivas, emocionales, vocales y corporales que cada uno posee", comentan las responsables de ExpresArte.

Comunicar actuando

Para desarrollar esta tarea, utilizan un teatro como lugar de trabajo, un escenario "que no se domina y que obliga al ejecutivo a adaptarse espontáneamente a una acción dinámica que le empuja a buscar y controlar sus recursos poco aprovechados". ExpresArte no trabaja un concepto general de comunicación, sino que "nos adaptamos a las necesidades de cada participante". Para ello, según explican Bang-Rouhet y Laurent, sus módulos son tan personalizados que realizan "una entrevista previa al curso con cada participante y la entrega de un informe personal al finalizar la formación".

La Formación a Través de la Experiencia (FTE) es un método utilizado por el Instituto de Formación Avanzada (Infova). Se trata de una metodología diseñada para conseguir la cohesión de grupos y la comunicación interpersonal, además de estimular la creatividad y la toma de decisiones. Todo ello, a través de experiencias y

juegos en los que se plantean retos y pruebas que sacan a los participantes de su zona de comodidad. "La FTE funciona mejor que otras metodologías debido a que las personas aprenden en aquello en lo que participan y les enfrenta a la realidad, y no desde la teoría; además, se produce un redescubrimiento de ellas mismas y de sus compañeros de trabajo", termina Gonzalo Martínez de Miguel, director general de Infova.

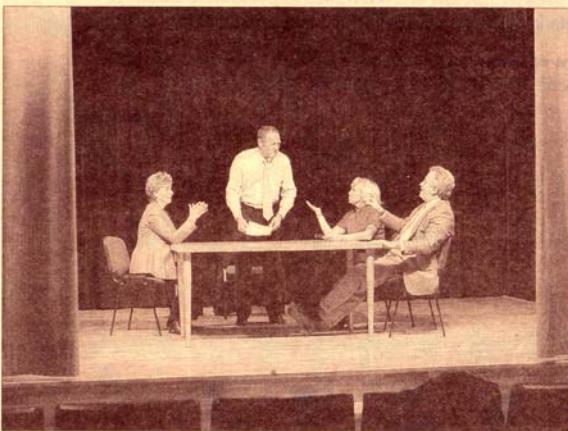


Algunas escuelas usan técnicas propias de las empresas contratadas.

Una nueva forma de comunicación empresarial

Aprender gracias al diálogo entre empresas. Este es el principal potencial de los *weblogs* y que se intentará transmitir próximamente en la primera conferencia en España sobre "El poder de los *weblogs* en la comunicación empresarial", organizada por la agencia de comunicación Medialuna y la revista *Dosdoce.com*. En España existen actualmente 80.000 de *weblogs*, una cifra escasa si se tiene en cuenta los números de Francia, Reino Unido o Rusia con tres millones, 980.000 y 800.000, respectivamente. Según Mercedes Pescador, directora general de Medialuna Comunicación, "se trata de una nueva forma de actividad corporativa, que facilita la comunicación entre los empleados de una

o varias empresas. En definitiva, una nueva plataforma de crear opinión". Son muchas las empresas estadounidenses, como Microsoft, las que incentivan a sus empleados a crear este tipo de cuaderno de bitácora para que, de forma profesional, intercambien sus dudas o incluso, pregunten a los clientes sus opiniones sobre un producto que está a punto de lanzarse. "A fin de cuentas, se trata de que, sin abandonar la forma personal y expresionista, se utilicen los *weblogs* para la difusión de temas técnicos y especializados", añade Pescador. Y termina: "Eso sí, siempre atendiendo a unos criterios deontológicos que no dañen la imagen de la compañía".



ExpresArte utiliza un teatro como lugar para incentivar actitudes y el poder de convicción.