

Opinión

La capacitación base de la Competitividad



MBA. César Ramiro Cladera Gonzales (Universidad NUR)

Con la globalización, la competitividad y la apertura de mercados, se verificó un cambio drástico en las empresas. La capacitación y competitividad pasan a ser aspectos congruentes en las organizaciones. La competitividad exige mayor rigor al escoger la aplicación de la capacitación, y sin capacitación no hay competitividad.

Una de las principales conclusiones de esta nueva era es el mayor énfasis que se da a aquellos factores que diferencian a las empresas. La capacitación, definitivamente, se ha vinculado con mayor tenacidad a la estrategia. Antes, la capacitación se limitaba a adecuar conocimientos, habilidades y destrezas. Hoy, capacitar gente es el diferencial competitivo de mayor peso para una organización, orientando más el accionar a cambiar actitudes.

Capital, tecnología y procesos son recursos accesibles y algunos de ellos pueden ser copiados. "No capacite aquello que puede copiar".

La dimensión humana se hace notar en el mundo de los negocios. Centenas de consultores y empresas de capacitación ofrecen productos estandarizados, en la mayoría de los casos con las diversas facetas y sutilezas del comportamiento: lo emocional, capacidad de trabajo en equipo, inteligencia emocional, iniciativa, liderazgo, etc.

Para cubrir este mercado la caja de herramientas es grande y variada. En ella caben botes inflables para bajar ríos, orquestas, grupos teatrales, alpinistas, simulaciones de combate y un sinfín de métodos que trazan interminables analogías con situaciones que puedan servir de referencia para quienes conviven en las oficinas. Las novedades no paran.

Al final toda la actividad lúdica, que representa un respiro a la monotonía, tiende a ser bien recibida por las personas. Inclusive para el área de Recursos Humanos puede ser más interesante

optar por actividades lúdicas a confiar docenas de ejecutivos a una sala decorada por transparencias y con un facilitador poco entretenido y aburrido.

Bueno, pero la pregunta es obvia. ¿Todo esto funciona? ¿Cómo medir subidas de montañas vs. desempeño en la empresa? ¿Cómo medir un curso de 16 horas encerrado en una sala? ¿Cómo generar líderes en un curso de 10 horas?

Algunos resultados pueden ser medidos por la cantidad de mercadería que pasa por la caja, pero los resultados de capacitaciones sólo serán notados si fueran practicados día a día.

Lo importante es dejar claro el objetivo del aprendizaje para que el funcionario sepa cuál es el complemento que él necesita para llegar al objetivo y de qué modo él se ve beneficiado con esto, para orientarse a seguir una trayectoria de desarrollo que lo conducirá a mayores responsabilidades y a mejor remuneración.

Cada vez más la empresa necesita lidiar con cambios, transformaciones rápidas y profundas, y el área de Capacitación tiene una contribución efectiva para dar sentido a todo eso.

Trate de no adivinar lo que su cliente necesita, hábitese a preguntarle lo que quiere. Evite posturas de control, usted está ahí para ayudar.

Las oportunidades están ahí. Ese es su mercado, ése es su cliente. Entregue su contribución y muchas puertas se abrirán para usted.

En un mundo donde la gente ahora ya no vale por lo que sabe, sino por lo que hace con lo que sabe, el desafío para el profesional de Recursos Humanos y Capacitación se torna extraordinariamente desafiante.