

La formación del empleado, ventaja competitiva en tiempos de recesión

L'Oréal desarrolla un innovador programa de trato a sus nuevos trabajadores

Cristina Blas

ATRAER el talento es clave para la empresa, pero retenerlo es una ventaja competitiva. Y, para eso, la formación y el desarrollo de la carrera profesional son fundamentales.

“La formación es una política estratégica, incluso en tiempos de crisis, porque sólo las empresas que apuesten por este capítulo saldrán fuertes de los momentos difíciles”, señala Sagrario Rodríguez, directora de Formación de L'Oréal España. “En tiempos de recesión, la motivación, sentir que cuentan con él, es todavía más importante”.

En la multinacional de la cosmética apuestan fuerte por el talento y a largo plazo. ¿Quién no ha llegado el primer día a un empleo nuevo y se ha encontrado con que nadie le hace caso y no tiene ni ordenador ni teléfono? En L'Oréal han desarrollado un programa de acogida pionero, *Fit*, en el que, durante dos años, el nuevo se va empapando de la cultura corporativa con ayuda de los veteranos.

Adaptarse a los cambios

“La empresa se tiene que adaptar a los cambios sociales y ahora la gente joven no es fiel a los trabajos ni a las compañías, así que hay que darles nuevos incentivos”, explica Rodríguez.

Esta firma es la tercera favorita de los universitarios para trabajar, según la encuesta *Universum*, y cada año reciben más de 30.000 candidaturas.

Los que pasan los criterios de selección y se incorporan se sumergen en un completo plan de inmersión, que va más allá de la entrega del manual de bienvenida. Se entrevistan con todos los directores de la firma independientemente del área al que vayan a incorporarse y prueban el producto en talleres



Los nuevos trabajadores de L'Oréal realizan a los seis meses de llegar a la firma una mesa redonda para evaluar cómo está siendo la experiencia, cómo están trabajando y las dificultades que hayan podido tener.

de peinado y maquillaje. Pero, además, se les adjudica un mentor, un alto cargo que conozca bien la compañía para que les ayude con todas las dudas que puedan ir surgiendo.

“Son voluntarios que pese a su elevada carga de trabajo quieren aportar su granito de arena, porque entienden que cuanto más integración del colaborador, más beneficio para la empresa”, asegura la responsable de Formación.

Y, por supuesto, el aprendizaje con el directivo que le va a supervisar directamente. “Si el jefe no le enseña en su puesto de trabajo, no sirve de nada todo el proceso”, explica Sagrario Rodríguez. “El 20% se aprende en seminarios y el restante 80%, en el puesto de trabajo”. Para eso, también hay que formar a los jefes, porque “no se puede tratar igual al nuevo que al veterano”.

Pero la apuesta por el capital humano no acaba con una buena acogida. Una vez integrado, existen más de 100 seminarios y cursos a disposición de los empleados. Y como la perspectiva de pasar 20 años haciendo lo mismo en una empresa ya no es realista, L'Oréal gestiona el talento con un sistema en el que la empresa y el empleado puedan proponer y ejecutar un cambio de funciones incluso a nivel internacional, de modo que no necesite irse para cambiar de aires.

Ejemplo

La propia directora de Formación es un ejemplo. Licenciada en Bioquímica, lleva 19 años en la empresa, en los que ha pasado por los departamentos de *Márketing*, Recursos Humanos y ahora Formación.

La flexibilidad de los candidatos es un valor en alza. A cambio del fomento del desarrollo personal y profesional, el trabajador ofrece su compromiso con el proyecto. Se compromete a implicarse, a asistir a los cursos de formación... Y es que, en el fondo, “las empresas las hacen las personas”.

Este sistema de crear un sentimiento de pertenencia a la firma parece que funciona, porque la rotación de trabajadores en L'Oréal es apenas del 5%. El siguiente paso, la gestión de la diversidad de culturas y nacionalidades presentes en la compañía, una de las claves del éxito de la compañía de belleza.

www.negocios.com

Siga toda la información sobre el sector del Management en nuestra página web.

Clubes de ocio en la empresa para compaginar vida personal y profesional

Hay muchas formas de motivar a los empleados. En Everis, una consultora multinacional especializada en estrategia, negocio y tecnologías de la información, han ideado un plan para que puedan conciliar vida personal y profesional y llevar a cabo sus aficiones en el

marco de la propia empresa y con sus compañeros.

Así, han creado los clubes de ocio para sus empleados. El objetivo es crear espacios comunes donde puedan compartir *hobbies* y que ayuden a la integración de personas que vienen de fuera. Pero

también permite canalizar iniciativas que se han venido planteando en las reuniones y formalizar un canal para ayudar a estructurarlas.

El resultado que se consigue: crear equipo y buen ambiente de trabajo entre gente con parecidas inquietudes. Hay para todos

los gustos: fotografía, fútbol, baloncesto, *running*, *mountain bike*, pero uno de los que destaca es el de voluntarios, en el que sus integrantes prestan sus manos en diferentes causas sociales. De esta forma se canaliza la ayuda y los recursos a los más desfavorecidos.

Everis está entre las empresas top para trabajar en España, según el estudio de CRF atendiendo a criterios como condiciones laborales, ambiente y cultura de trabajo, compromiso con la sociedad, desarrollo del talento y apuesta por la innovación.