

Fernando Rodríguez, director de RRHH de SANTALUCÍA, e Isabel Iglesias, head of Business Development & Client Management de Learnlight

Los idiomas ofrecen un auténtico poder para multiplicar el éxito de una compañía

Inmersa en un proceso de internacionalización, uno de los pilares del Plan Estratégico Transforma 2020, SANTALUCÍA lleva tres años apostando por la formación online en idiomas de la mano de Learnlight. Una apuesta que le ha llevado a dejar atrás las tradicionales clases presenciales para utilizar metodologías novedosas aplicadas a las clases blended, digital y virtual. Pero en este proceso de virtualización de la formación una de las claves de éxito radica en el factor humano que aportan los profesores, así como en la capacidad de adaptar los contenidos a las preferencias y necesidades de los alumnos.

¿Cuáles son los retos formativos a los que se enfrenta SANTALUCÍA?

Fernando Rodríguez (FR.): En estos momentos, los grandes retos formativos están ligados a la transformación cultural y digital que está experimentando la compañía para adaptarse a las necesidades del negocio. Como compañía centenaria, SANTALUCÍA tiene una cultura muy marcada y desde Recursos Humanos tenemos que trabajar para que todos los líderes, equipos y empleados adquieran las habilidades necesarias para competir en el entorno actual, cada vez más

complejo, y donde la digitalización y las herramientas digitales son más decisivas. Por ello, los retos se centran en potenciar la flexibilidad, la capacidad de adaptación de las personas a estos nuevos entornos y la capacidad de trabajar en entornos ambiguos y cambiantes en un sector como el nuestro, que tradicionalmente ha sido muy estable. Para ello, es clave inculcar la necesidad de autodesarrollo y autoaprendizaje en todos los empleados y que sean los dueños de su propio desarrollo y de su evolución personal y profesional.

¿Qué papel tiene la formación de idiomas en su estrategia de desarrollo de talento?

FR.: La formación en idiomas es clave para la organización porque forma parte del Plan Estratégico Transforma 2020. Los idiomas en general, y el inglés en particular, constituyen uno de los pilares básicos de este plan estratégico para la transformación de los equipos y de la cultura, junto con la internacionalización de la compañía.

Isabel Iglesias (I.I.): Toda transformación pasa por la adquisición de conocimiento porque es el camino más corto hacia el éxito. Es decir, la adquisición de conocimiento tiene que acompañar a la estrategia.

Y en este contexto de internacionalización, el hecho de que los equipos desarrollen su competencia en inglés es básico...

FR.: Hoy en día, vivimos en un mundo lleno de oportunidades y ello provoca que los idiomas se conviertan en una herramienta fundamental, tanto para el desarrollo profesional como personal. Además, son un elemento que ayuda a potenciar la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la multiculturalidad, habilidades que cada día son más necesarias en el mundo actual.

I.I.: Los idiomas son realmente un impulso para la transformación, para la motivación y ofrecen un auténtico poder para multiplicar el éxito de una compañía. Conseguir que nuestros empleados trabajen exactamente con la misma excelencia en su

Fernando Rodríguez: “La calidad, profesionalidad y cercanía que perciben todos los alumnos de sus tutores es lo que aporta el valor diferencial”

idioma materno que en otras lenguas multiplica el éxito y el beneficio de las compañías. Ahora mismo es una parte troncal en todas las organizaciones.

¿Nos podría contar cómo han llevado a cabo este proceso de cambio y cómo se comunicó?

FR.: Partíamos de una situación en la que la única metodología que utilizábamos en la formación de idiomas eran las clases presenciales, con lo cual teníamos



cierto temor a cómo iba a ser la acogida de los empleados a todas estas nuevas metodologías.

En un primer momento, las 360 personas que participaban en el programa hicieron una prueba de evaluación que nos permitió identificar cuál era su nivel y, a partir de ahí, establecer unos *learning paths* con diferentes metodologías de virtual *one to one*, clases grupales y programa digital. De esta manera, todos los participantes tenían muy claro cuál iba a ser su itinerario pedagógico y su evolución desde ese punto de partida identificado. Además, fuimos muy transparentes en la comunicación y desde el primer momento todo el mundo supo cuál iba a ser su programa, qué evolución se esperaba de él y qué desarrollo del programa iba a tener.

I.I.: Desde Learnlight siempre hemos percibido que detrás de ese proceso de cambio realmente había un proyecto y una determinación para llevarlo a cabo. Algo que es muy importante para todos los procesos. Por ello, ofrecemos todo nuestro conocimiento y toda nuestra experiencia en gestionar ese cambio. En definitiva, la clave del éxito radica en brindar apoyo y tomar la decisión de una apuesta hacia un mundo virtual que se alinee perfectamente con la estrategia de la empresa.

¿Qué respuesta han tenido los empleados de SANTALUCÍA a esta iniciativa formativa?

FR.: En total, están participando 270 personas y diría que la respuesta ha sido casi inmejorable porque tenemos un índice de recomendación del 90%, lo cual creo que es un índice muy satisfactorio. Además, el uso y apuesta por nuevas herramientas, como la plataforma online, ha tenido una acogida muy buena.

I.I.: La acogida por parte de los alumnos de SANTALUCÍA, que vienen de un mundo muy tradicional, ha sido entusiasta. En estos momentos, y después de tres años de trabajo, disponemos de datos suficientes para corroborar que la aplicación de ese conocimiento que están adquiriendo es ya una realidad.

¿Qué valor añadido les ha aportado Learnlight como proveedor de formación de idiomas?

FR.: Por un lado, destacaría que los itinerarios pedagógicos están muy bien estructurados, con contenidos muy variados, pero que, a la vez, son tan ricos que permiten a los alumnos adaptarlos a sus necesidades, intereses y motivaciones. Esta variedad hace que el alumno siempre encuentre contenidos interesantes y motivantes y que, además, pueda ver muy claramente cómo está evolucionando. Y, en segundo lugar, creo que los tutores han sido clave del éxito en la formación virtual. Hoy en día es muy importante la existencia una *app* o una web que sea utilizable, intuitiva y fácil de utilizar, pero yo valoro mucho, y así lo corroboran los numerosos comentarios de nuestros propios alumnos, la calidad profesional y humana de los tutores de Learnlight que les acompañan durante todo el proceso. Esta calidad, profesionalidad y cercanía que perciben todos los alumnos de sus tutores es lo que aporta el valor diferencial.

I.I.: En Learnlight llevamos muchos años apostando por una tecnología propia y de vanguardia, nuestra plataforma de idiomas y habilidades, que es una verdadera formación *blended*



gracias a ese factor humano. Si en algo hemos avanzado durante todo este tiempo es que pensamos que tenemos que mejorar y humanizar el proceso de digitalización porque sin esa humanización creemos que no funcionará con la excelencia necesaria para que el mundo se construya de otra manera.

SANTALUCÍA también apuesta por el desarrollo de las habilidades de sus empleados. ¿Cuál cree que es el mayor reto formativo en el área de las *soft skills*?

FR.: Para nosotros es clave una habilidad que llamamos agilidad. La definimos como la capacidad de adaptación a diferentes entornos para

Isabel Iglesias: “Los idiomas son realmente un impulso de transformación, de motivación y ofrecen un auténtico poder de multiplicar el éxito de una compañía”

obtener aprendizajes de esas situaciones y poderlos aplicar en situaciones futuras parecidas. A partir de ahí, hay una serie de comportamientos que para nosotros son clave, como la exigencia, la colaboración y la escucha, que determinan que uno tenga esa capacidad de aprendizaje y esa agilidad para poder trabajar en esos entornos tan cambiantes que tenemos hoy en día a todos los niveles.

I.I.: El *kit* de supervivencia del empleado moderno pasa por la adquisición de habilidades. Ya no es suficiente tener una parte curricular, extracurricular y experiencia, sino que también hay que estar preparado para lo inesperado y esa preparación pasa por formarse con *soft skills*. Desde luego, en todas las organizaciones, el empleado moderno va a ser un alumno eterno.

¿Y cómo están afrontando estos retos?

FR.: En SANTALUCÍA llevamos tres años trabajando en una estrategia de aprendizaje orientada a fomentar el autodesarrollo y el autoaprendizaje de los empleados. Como área de RRHH, nuestro objetivo es crear un ecosistema con todas las metodologías y herramientas posibles que permitan a los equipos y a los líderes formarse, aprender, obtener conocimiento y desarrollar sus competencias de diferentes formas.

Trabajamos bajo el modelo 70/20/10, pero lo prioritario es tener a nuestra disposición la mayor variedad de metodologías punteras para que dentro de este modelo de autodesarrollo y autoaprendizaje las personas elijan la que mejor se adapte a sus necesidades. En este sentido, la forma en la que Learnlight estructura su plataforma y su funcionamiento hace que le consideremos un *partner* no solo para el aprendizaje de idiomas sino también en esa parte de habilidades, en esa multiculturalidad ligada a nuestra internacionalización.

I.I.: El reto no ha hecho nada más que empezar. Learnlight está cada vez más consolidado en el mercado de la formación virtual y ayudamos diariamente a las organizaciones. SANTALUCÍA es un ejemplo claro de decisión y determinación ■