

La nueva era del aprendizaje empresarial: las personas en el centro de los negocios

Durante los últimos años, las empresas han llevado a cabo un proceso de digitalización consistente en la incorporación de herramientas digitales a las distintas áreas de negocio. Sin embargo, el futuro pasa por la implementación de una cultura de transformación más amplia, que afectará los procesos y se orientará hacia el cliente. Estamos en la nueva era del aprendizaje empresarial.



Andrés Ríos

Socio director de Marketing de OVERLAP

Fuente: Juan Carlos Valda en www.grandespymes.com.ar

El último informe *Tendencias 2017-2020* elaborado por los expertos de la consultora Overlap pone el foco en la necesidad de incorporar nuevos métodos de aprendizaje en las organizaciones empresariales, porque el éxito futuro se asentará principalmente en las personas, en la capacidad de los equipos directivos y comerciales para tomar las mejores decisiones de forma inmediata. Y para ello resulta fundamental que las empresas implementen la nueva cultura del aprendizaje y doten a sus plantillas de las metodologías y herramientas necesarias para que esa toma de decisiones en tiempo real sea acertada.

Resulta paradójico que las verdaderas causas de la llegada de la nueva era del aprendizaje empresarial hayan sido la transformación digital y la introducción de nuevas tecnologías de la información en la empresa, pero así es: la tecnología ha vuelto a colocar a las personas en el centro de los negocios.

Las empresas necesitan líderes, no gerentes

Posicionar a las personas en el centro constituye la pieza angular; clientes que son personas, colaboradores que son personas. Personas cuyo nivel de exigencia es significativamente mayor debido a que la tecnología forma parte inherente de nuestro día a día y permite personalizar la relación con nuestros clientes y colaboradores en cualquier momento y en cualquier lugar, en un entorno VUCA —acrónimo de las siglas en inglés de volatilidad (*volatility*), incertidumbre (*uncertainty*), complejidad (*complexity*) y ambigüedad (*ambiguity*)—.

Posicionar a las personas en el centro constituye la pieza angular; clientes que son personas, colaboradores que son personas.



En este nuevo contexto en el que las empresas buscan saber más sobre sus clientes para personalizar sus ofertas y ser más útiles a los consumidores, los equipos deben estar preparados para abordar estos cambios en los modelos de gestión, de liderazgo y de aprendizaje. O mejor, denominados como “modelos de gestión Agile”, modelos de compartición y de potenciación y modelos de autodesarrollo del individuo, respectivamente.

Lo cierto es que en esta nueva era del aprendizaje, las empresas ya no focalizarán su fuerza de ventas en la figura de gerentes, sino que buscarán líderes que ayuden a las plantillas a desarrollarse en una nueva cultura de toma de decisiones constante.

Lo cierto es que en esta nueva era del aprendizaje, las empresas ya no focalizarán su fuerza de ventas en la figura de gerentes, sino que buscarán líderes que ayuden a las plantillas a desarrollarse en una nueva cultura de toma de decisiones constante.

Design thinking, social learning y learning analytics

De manera global, las empresas abordarán la creación de soluciones de aprendizaje para sus empleados y clientes a través de las técnicas del *design thinking* (pensamiento de diseño) y del *user experience* (experiencia de usuario). El *social learning* (aprendizaje a social) es el aprendizaje a través de las redes sociales y será otra de las tendencias encaminada a la optimización de resultados. Y, por supuesto, *learning analytics* (análisis del aprendizaje), enfocado al análisis y explotación de los datos, será clave en la evolución del *business intelligence* (inteligencia en los negocios) al *big data* (datos masivos).

Asimismo, el entorno VUCA y la aplicación de metodologías Agile traerán consigo la transformación de la cultura empresarial en cuanto a formación de los empleados. Hasta ahora, las compañías jugaban un papel paternalista: ellas decidían qué y cómo se formaban sus plantillas. Sin embargo, a partir de ahora, el rol de los líderes de cada organización girará hasta convertirse en mentores que enseñarán a sus empleados cómo se aprende.

Cada organización impulsará su propia cultura de autoaprendizaje a través de los gerentes. Más allá de los programas y actividades concretos, se

crea una mentalidad e inquietud en cada equipo hacia el autoaprendizaje. Para ello, las organizaciones adoptarán una estrategia de *learner experience* (experiencia de aprendiz), que supone un nuevo enfoque del aprendizaje que considera elementos del diseño basado en la experiencia del usuario. La idea es seguir los parámetros utilizados para mejorar la experiencia de los consumidores y aplicarlos al plan estratégico de formación de los trabajadores de una compañía.

El entorno VUCA y la aplicación de metodologías Agile traerán consigo la transformación de la cultura empresarial en cuanto a formación de los empleados.

Redes sociales y microaprendizaje

Las redes sociales jugarán un papel fundamental. El aprendizaje social será una de las tendencias fundamentales en los próximos tres años. El ecosistema de aprendizaje cambia. Los empleados y mandos requieren respuestas inmediatas. Deben actualizarse de forma constante, y la inmediatez y concreción que brindan las redes sociales serán aprovechados para mejorar la

comunicación, el intercambio y la formación de las plantillas.

La inmediatez y concreción que brindan las redes sociales serán aprovechados para mejorar la comunicación, el intercambio y la formación de las plantillas.

Además de la resolución de problemas concretos, el aprendizaje social servirá de base para la implantación de un modelo de microaprendizaje (*microlearning*). Se trata de aprendizaje de conocimientos críticos para un trabajador de forma exprés, de entre cuatro y seis minutos, ya que Google señala que ese es el periodo máximo de concentración de un usuario en un contenido.

Todo ello unido a la utilización de la inteligencia artificial, que entrará a formar parte del núcleo del negocio de las compañías, hará que las organizaciones se adapten a una nueva era del aprendizaje empresarial en la que empleados y mandos mejorarán su comunicación y buscarán soluciones a sus retos y problemas a través del autoaprendizaje y el aprendizaje social. Siempre con el foco en las personas; clientes que son personas, colaboradores que son personas. ■

