

ING Belgium convierte el aprendizaje a distancia en el eje de su política de formación

EN BREVE



El desafío

ING Belgium ha revisado íntegramente su oferta de formación a fin de orientar mejor el desarrollo de las competencias de sus colaboradores. El objetivo era adoptar una solución flexible que combinara la formación tradicional y las sesiones en línea para una participación exitosa.

ING Belgium

Proveedor de servicios financieros, ING es conocido básicamente como un banco. En Bélgica, ING también es gestor de bienes, asegurador, especialista en leasing e inmobiliaria. Cada entidad se esfuerza, en su ámbito específico, por brindar a los clientes productos, servicios y asesoramientos de la más alta calidad.



► Con el objetivo de mejorar su evolución, el grupo ING Belgium ha decidido reestructurar su política de formación y métodos, introduciendo de manera progresiva la formación a distancia para sus 14 000 colaboradores.

El grupo ING es una institución financiera que opera a escala mundial (50 países) y cuenta con más de 120.000 colaboradores en todo el mundo que ofrecen a más de 75 millones de clientes (particulares, familias, pequeñas y grandes empresas, instituciones, poderes públicos) productos y servicios bancarios, de seguros y gestión patrimonial. Con objeto de mantener su condición de institución financiera de referencia y prepararse para los desafíos del futuro, la entidad belga del grupo ha iniciado una permanente y lógica evolución que involucra tanto los procesos como el desarrollo de las competencias de sus colaboradores.

El grupo financiero se ha fijado nuevos desafíos estratégicos de estructuración a corto, medio y largo plazo. Fue al departamento Learning y Development de la entidad belga a quien se solicitó transformar estos últimos en desafíos de RR.HH., convertidos a su vez en desafíos de formación. A modo de ejemplo, el desarrollo de los negocios (desafío estratégico) se transforma así en rendimiento de la gestión (desafío de RR.HH.) que se convierte en evalua-

ción/retorno sobre la inversión de formación (desafío de formación).

Reestructuración de los métodos de aprendizaje

“Para guiar el cambio de la entidad, el departamento Learning y Development ha efectuado una revisión integral de su formación y métodos”, explica Hendrik Geleyte, Manager Development Advise del departamento. Ese fue el origen de la reestructuración completa de la oferta de formación de la entidad teniendo como perspectiva las evoluciones internas y, en particular, con el desarrollo de las nuevas tecnologías. “Nuestro objetivo era una solución flexible integrada y adaptable en función de las tipologías de los proyectos de formación a desarrollar: portal de autoformación, preparación, 100 % a distancia, blended learning...”

Por esta razón la elección de la formación a distancia propuesta por CrossKnowledge, en el primer trimestre de 2008, convenció a los responsables por sus múltiples ventajas. *“En nuestro caso, la elección está vinculada básicamente a la estructura, puesto que el conjunto*

“Para ING se trata en realidad de un proyecto global de entidad. A largo plazo, todos nuestros colaboradores estarán implicados en esta revolución en materia de aprendizaje que es la formación a distancia.”

**Hendrik Geleyte, Manager Development Advise,
Learning & Development, ING Belgium**

de los responsables de la formación y los jefes de proyecto de formación de ING Belgium deben utilizar la formación a distancia en sus programas, de manera eficiente y adecuada; ya sea mediante blended learning, 100 % a distancia, on-line ascendente y/o descendente de otras acciones de formación”, resalta Nathalie Vandervinne, Project Manager a cargo de la coordinación de la implementación de la oferta CrossKnowledge.

Entre las ventajas del aprendizaje on-line destacan: la flexibilidad y facilidad de utilización. El participante puede acceder a la formación dentro de su horario laboral, cuando está descansando o desde su domicilio. “Gracias a esta herramienta, se puede formar a muchos colaboradores en poco tiempo”, explica Cécile Leonard, Human Resources Manager. Por supuesto que la llegada de la formación a distancia no significa en absoluto el abandono de las formaciones presenciales. Como señala Cécile Leonard, “se trata de una combinación armoniosa de los dos modos de aprendizaje, conocida como blended learning. Para transmitir ciertas nociones de know-how por ejemplo, no hay nada mejor que la presencia humana.”

La “Summer School” sirvió de prueba

La primera formación on-line se inició concretamente este año durante el verano (“Summer School”), a modo de prueba a gran escala, con el objetivo renovado de iniciar esta nueva

dinámica pedagógica. Los primeros usuarios objetivos formados por un centenar de colaboradores que recibieron una formación sobre módulos de conducta (capacidad de adaptación, asertividad, comunicación). “Se implementó un sistema de incentivos con premios para aquellos que se formaran más y también se desarrollaron otras acciones de marketing en torno a esta campaña de lanzamiento”, explica Nathalie Vandervinne.

En efecto, se elaboró un gran plan de marketing y comunicación a fin de dar a conocer a los colaboradores de ING Belgium los nuevos programas (creación de un logo específico, una intranet, pósteres, tarjetas, etc.). Asimismo, se colocó una caseta especial y un terminal conectado al portal de formación, de manera temporal, en un lugar de tránsito obligatorio en los locales de ING Belgium.

Para los responsables del departamento Learning y Development la situación es clara: el paso hacia la formación on-line representa una verdadera revolución cultural para un buen número de colaboradores. “Todas las generaciones no son iguales en términos de familiarización con las herramientas informáticas. Se necesita un proceso de aprendizaje y adaptación. Depende de nosotros convencer a nuestros colegas de la importancia del proyecto a fin de que se involucren plenamente y sean netos entusiastas en la entidad. Sabemos que es muy importante la comuni-

cación y preparación del ánimo de los participantes”, explica Nathalie Vandervinne.

Resultados a la altura de los desafíos y expectativas

Los resultados de esta primera campaña son reveladores: más de 330 participantes voluntarios, de los cuales el 96 % de ellos se conectaron realmente al portal de formación y 84 % siguieron las sesiones on-line. En los tres meses de la “Summer School”, se consultaron y siguieron más de 1.500 sesiones CrossKnowledge, lo que representa 1.100 horas de formación.

Para complementar estos resultados cuantitativos, se llevó a cabo un estudio de satisfacción entre los participantes al término de la campaña. Dicho estudio demostró la adherencia de los colaboradores de ING Belgium a este nuevo proceso de aprendizaje. La estrecha colaboración entre los equipos de ING y CrossKnowledge, el plan de comunicación de envergadura, el seguimiento y asesoramiento constante de los participantes gracias al plan de motivación... son algunos factores clave del éxito de este primer proyecto y “best practices” del futuro.

Como lo confirma Hendrik Geleyte, “Para ING se trata en realidad de un proyecto global de entidad. A largo plazo, todos nuestros colaboradores estarán implicados en esta revolución en materia de aprendizaje que es la formación a distancia.” ● ● ●