

Deloitte.

Deloitte se ha beneficiado de la globalización y de su introducción en nuevos mercados como los de China, India, Brasil y Rusia y, desde principios del año 2000, ha pasado de tener menos de 30 000 empleados a superar la cifra de 155 000.



“Determinadas economías de Latinoamérica y Europa Central, que han superado una etapa de recesión, están actualmente en auge, por lo que resultan muy atractivas para empresas internacionales interesadas en realizar inversiones”, comentó Tony Gleeson, Director global de soluciones y programas de aprendizaje (Deloitte). “Con el fin de ofrecer a los clientes una posición privilegiada con respecto a la competencia en mercados que están experimentando un fuerte crecimiento, Deloitte ha tenido que anticiparse y desarrollar su actividad comercial más rápidamente en estos países”.

Para facilitar una comunicación clara y eficaz a nivel internacional, la empresa adoptó el inglés como su idioma oficial en el año 2000.

“ El inglés es esencial para alcanzar nuestros objetivos. No podemos negar esta realidad, sobre todo cuando se está trabajando en una empresa que trata con compañías de gran envergadura. Nuestros clientes internacionales, como Johnson & Johnson, Microsoft y General Motors, dan por sentado que Deloitte debe desenvolverse sin dificultad alguna a nivel mundial. Para poder operar como una verdadera empresa internacional y atender eficazmente a estos clientes, necesitamos mejorar nuestros conocimientos de inglés con gran celeridad. ”

—Tony Gleeson,
Director global de soluciones y programas de aprendizaje (Deloitte)

Deloitte tenía claro que el inglés era una necesidad empresarial básica. No obstante, dominarlo suponía un enorme reto. “Tras adoptar el inglés como idioma oficial, pronto observamos que no todo nuestro equipo internacional, en continua expansión, gozaba de los mismos conocimientos lingüísticos”, declaró Gleeson. “Necesitábamos una solución que empleados de todos los niveles y lugares del mundo pudieran utilizar, y que incluyera herramientas de aplicación inmediata en su trabajo. El único servicio capaz de hacer frente a este gran reto era GlobalEnglish”, comentó Gleeson.

Una Asociación Estratégica

Antes de adoptar una solución en línea, varios miles de empleados de Deloitte recibían cursos de inglés presenciales. Según Gleeson, estas clases contaban con escasos alumnos porque no resultaban lo suficientemente flexibles como para adaptarse a las necesidades de los empleados. Peor aún, la calidad de estos cursos era muy dispar y la empresa no podía efectuar un seguimiento de los resultados obtenidos. Deloitte requería una solución más flexible para la enseñanza de habilidades comunicativas empresariales, no solo de inglés para uso general.

Sector

Servicios de contabilidad

Resumen del caso

La globalización marcó una nueva etapa en la historia de Deloitte: la comunicación eficaz a nivel internacional se convirtió en requisito básico para la obtención de resultados comerciales óptimos y Deloitte eligió el inglés como su idioma oficial en el año 2000. Tras comprobar las deficiencias de la formación presencial, la empresa implantó GlobalEnglish Corporate Learning Service™ en 30 países, para más de 2500 empleados.

Desde que comenzó a utilizar el programa, Deloitte ha ahorrado una importante suma de dinero y ha incrementado enormemente su rendimiento gracias a que los empleados han mejorado de manera considerable sus habilidades comunicativas en inglés.

También necesitaba un socio capaz de implantar este método a nivel internacional, y de ampliarlo a medida que aumentaba la plantilla.

Deloitte implantó GlobalEnglish Corporate Learning Service en junio de 2000 en un total de ocho países. La empresa quedó impresionada con la rápida mejora que se produjo en las habilidades comunicativas de sus empleados y el consiguiente aumento en la productividad.

El programa se desarrolló rápidamente y, actualmente, GlobalEnglish se imparte en más de 30 países, a más de 2500 empleados. “GlobalEnglish es ideal para una empresa internacional como Deloitte”, comentó Gleeson. “Permite impartir lecciones de inglés en 12 idiomas diferentes, y todas y cada una de las actividades se ofrecen en línea. Además, con gerentes de cuentas distribuidos por cinco continentes, el servicio suministrado es excepcional, independientemente de la ubicación de nuestras oficinas. Con GlobalEnglish, un solo proveedor fue suficiente para implantar el programa en el mundo entero”.

Deloitte es sinónimo indiscutible de excelencia en el servicio de atención al cliente y, por tanto, espera el mismo nivel de prestaciones de sus socios de formación. No obstante, fueron muchas las ocasiones en las que estos no cumplieron las expectativas. “La mayoría de nuestros proveedores ofrecen a sus usuarios un buzón de correo de ‘asistencia’”, comentó Gleeson. “Sin embargo, GlobalEnglish demuestra en todo momento su intención de ayudarnos; no solo se limita a resolver los problemas de los usuarios sino que también intenta identificar posibles mejoras para nuestra empresa. Se esfuerza por comprender las necesidades específicas de cada una de las distintas zonas geográficas en las que trabajamos y ello ha influido considerablemente en nuestros resultados comerciales”.

Resultados

Máxima satisfacción

El 86% de los usuarios de Deloitte evalúan favorablemente el servicio ofrecido por GlobalEnglish. “Los comentarios recibidos a través de las encuestas, demuestran que uno de los motivos por los que GlobalEnglish ha tenido tan buena acogida ha sido la gran flexibilidad del programa, que se adapta fácilmente al estilo de vida laboral y personal de nuestros empleados”, comentó Gleeson. “Nuestros empleados son perfectamente conscientes de que no pueden aprender inglés asistiendo a cursos presenciales porque no disponen del tiempo necesario para ello. La flexibilidad del servicio GlobalEnglish supone una ventaja indiscutible: es ideal para estudiantes de todos los niveles. Además, estos no tendrán que empezar por la primera lección y seguir la totalidad del programa, sino que podrán seleccionar a su criterio la parte que les interese”.

Mayor retención de empleados

Los jóvenes profesionales pertenecientes a mercados no angloparlantes consideran que la formación en lengua inglesa es una de las principales oportunidades de desarrollo laboral, por lo que Deloitte decidió implantar el programa GlobalEnglish para aumentar el nivel de satisfacción de sus empleados. “Gracias al completo programa de formación que ofrecemos en Deloitte, hemos podido retener a nuestros empleados más prometedores con mucha más facilidad que otras empresas asiáticas”, comentó Gleeson.

Cost Savings

GlobalEnglish ha supuesto una considerable ventaja económica para Deloitte “Es evidente que la enseñanza en línea es más asequible que las clases presenciales,

“ El aspecto financiero es, al fin y al cabo, uno de los factores que más se tienen en cuenta y nuestro rendimiento de la inversión ha sido excelente en comparación con el incremento de productividad. Según los usuarios, están ahorrando una media de 3,5 horas semanales gracias a los nuevos conocimientos de inglés adquiridos. ”

—Tony Gleeson,
Tony Gleeson, Director global de soluciones y programas de aprendizaje (Deloitte)

pero también ha permitido que Deloitte ahorre dinero en otros aspectos. Facilita la tarea de atraer buenos candidatos y reducir así los gastos derivados de las contrataciones. Además, nuestros empleados tienden a quedarse más tiempo en la empresa, lo que evita perder tiempo y dinero buscando personal. Por último, disminuye la necesidad de tener que trasladar a empleados a otros países, lo que suponía un gran gasto. Este programa ha supuesto, por tanto, una gran ventaja económica para Deloitte”, afirmó Gleeson.

Mejora del trabajo en equipo y el servicio de atención al cliente

“Lo que más me ha impresionado es que nuestras comunicaciones a nivel internacional han mejorado considerablemente y nuestros equipos colaboran ahora entre sí de manera más eficiente”, comentó Gleeson. “Las reuniones se han convertido en debates interactivos en lugar de simples monólogos en los que los empleados recibían una serie de instrucciones. Dos empleados que pueden comunicarse fácilmente entre sí pueden entablar una relación más fructífera, lo que les permitirá ayudarse mutuamente y compartir más oportunidades empresariales”.

Mayor productividad

En concreto, los empleados de Deloitte son ahora más eficientes en los siguientes aspectos: lectura y redacción de mensajes de correo electrónico, preparación de documentos y respuestas a preguntas y solicitudes realizadas en inglés. “Esta mayor productividad supone una ventaja directa para nuestros clientes. Dicho en pocas palabras, realizamos más tareas en menos tiempo y nuestros clientes están satisfechos”, concluyó Gleeson.