



Alimentado por la globalización y el crecimiento económico de nuevos mercados como China, India, Brasil y Rusia, Deloitte creció de 30,000 a más de 155,000 empleados en menos de una década.



“Determinadas economías de América Latina 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”, comenta Tony Gleeson, Director Global de Programas y Soluciones 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 Programas y Soluciones 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”, declara Gleeson. “Necesitábamos una solución que empleados de todos los niveles y lugares del mundo pudieran utilizar, y que incluyera herramientas de apoyo, aplicables inmediatamente en su puesto de trabajo. El único servicio capaz de hacer frente a este gran reto era GlobalEnglish”, comenta 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. Por otro lado, 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 de comunicación empresarial, no sólo de inglés para uso general. También necesitaba un socio capaz de apoyarle en la implementación de este método

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 capacitación 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.

a nivel internacional, y en su ampliación a medida que aumentaba la plantilla.

Deloitte implementó GlobalEnglish Corporate Learning Service en junio de 2000 en un ocho países. La empresa quedó impresionada con la rápida mejora que se produjo en las habilidades comunicativas de sus empleados y el consiguiente aumento de 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 en 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, en consecuencia, espera el mismo nivel de prestaciones de sus socios de capacitación. No obstante, muchos 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 sólo 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 evalúa favorablemente el servicio ofrecido por GlobalEnglish. “Los comentarios recibidos a través de las encuestas demuestran que uno de los motivos por los que GlobalEnglish se ha vuelto tan popular 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 de GlobalEnglish representa una ventaja indiscutible: es ideal para estudiantes de todos los niveles. Además, no tienen que empezar por la primera lección y seguir la totalidad del programa, sino que pueden seleccionar a su criterio la parte que les interese”.

Mayor retención de empleados

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

Ahorro económico

GlobalEnglish representa una considerable ventaja económica para Deloitte “Es evidente que la enseñanza en línea es más asequible que las clases presenciales, pero también ha permitido ahorrar dinero en otros aspectos. Facilita la tarea de atraer

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

—Tony Gleeson,
Director Global de Programas y Soluciones
de Aprendizaje (Deloitte)

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 nuestros nuevos mercados, lo que suponía un gran gasto. Este programa ha demostrado ser una gran ventaja económica para Deloitte”, afirma 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”, comenta 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”, concluye Gleeson.