

## **MEDAC, un instituto de Formación Profesional andaluz que crece al 128% en número de empleados desde el 2012**

**La organización ha publicado los datos de su crecimiento anual en función del porcentaje de nuevos empleados contratados y no en función de un indicador económico porque, según afirma Paco Ávila, CEO de la empresa: "los trabajadores son el motor de nuestra empresa".**

El número de trabajadores del Instituto del Deporte y la Salud (MEDAC) ha aumentado un 128%. Así como explica el CEO de MEDAC, Paco Ávila, "el éxito de una empresa del sector educativo reside en poner en el foco de su organización tanto a clientes como a empleados. Si desplazamos los indicadores económico-financieros de nuestras compañías hacia un lado, descubrimos que el motor de la organización son los docentes." Es por ello, que la empresa ha decidido dejar de lado a otros indicadores como el ROI o el Ebitda y expresar su crecimiento con indicadores como el INP, más centrados en la experiencia del cliente o de los empleados.

Para la empresa no resulta únicamente importante la creación de más empleo, si no que la calidad del mismo también se vuelve imprescindible. En este sentido, Paco Ávila expone: "Elaborar en el sector educativo estrategias excesivamente centradas en indicadores de rentabilidad o en la experiencia de cliente obviando la experiencia de los empleados, puede costar muy caro a medio o largo plazo."

La estrategia de esta organización impacta directamente en la reputación de la marca. Si bien es cierto que puede resultar complicado calcular el impacto de las inversiones en los empleados en la explotación de la inversión, Paco Ávila tiene claro que: "Si los empleados no están contentos con la organización, difícilmente podrán hacer que los clientes se enamoren de la marca."

Según expresa el mismo CEO de MEDAC, esta relación con los empleados no puede incentivarse únicamente por vía salarial porque "el resultado es la creación de trabajadores adictos a los incentivos y a las subidas de sueldo cuya satisfacción, en el mejor de los casos, no les durará más de 6 meses."

Para mejorar la relación con sus empleados, el Instituto MEDAC, especializado en grado medio y superior de formación deportiva, realizó un Customer Journey de su plantilla, con el que pudo detectar todos los puntos de dolor que tenían con su marca. En palabras del CEO de la empresa: "Se trata en definitiva de aplicar la misma metodología de la experiencia de cliente para mejorar y reforzar la experiencia de los trabajadores con su compañía." Una dinámica que ha llevado a MEDAC a aumentar el crecimiento de su plantilla, pero también el bienestar de sus empleados, sintiéndose con este dato más orgullosos que por otros indicadores de índole económico o financiero.

El verdadero motor de esta organización educativa son sus docentes, por eso, se ven en la obligación de empoderarlos, devolviéndoles la autoridad en el aula y cuidando cada una de sus interacciones que

tienen con MEDAC. Sólo así, consiguen dirigir el rumbo de la organización hacia el corazón de los clientes y transformarlos en fans de la compañía. Según expresa Paco Ávila, “un fan de tu marca puede transmitir de forma veraz y creíble los valores de tu compañía por lo que no hay más remedio que tratar a los empleados como clientes y embajadores de tu marca”.

**Datos de contacto:**

Medac, Instituto del Deporte y la Salud  
952211262

Nota de prensa publicada en: [Málaga](#)

Categorías: [Educación](#) [Sociedad](#) [Andalucía](#) [Recursos humanos](#) [Formación profesional](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>