

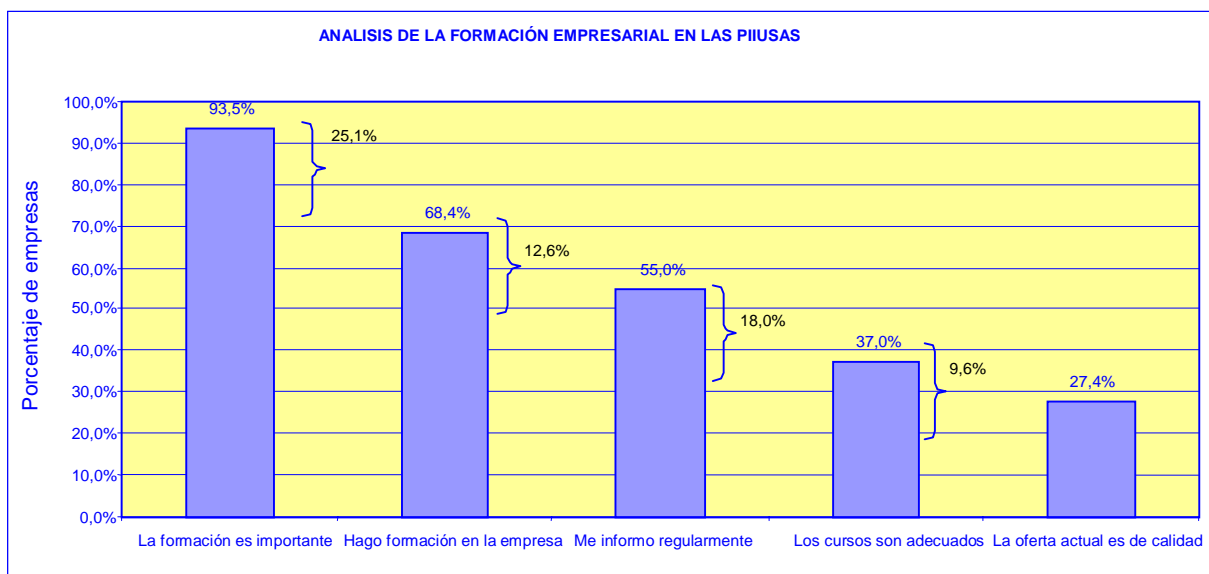
La formación en la empresa Pitiusa

La realidad formativa en las Pitiusas

Para estudiar el estado actual de la formación empresarial en las islas Pitiusas se ha elaborado un cuadro comparativo donde se podrán detectar los principales puntos fuertes y las debilidades más importantes a partir del comportamiento de las empresas.

valoración formativa y la práctica alcanza a un 25.1% de los que declaran la importancia de la formación en la empresa.

Este es el mayor "gap" del mercado formativo pitiuso y la solución la encontraremos a largo plazo mediante planes de sensibilización y formación

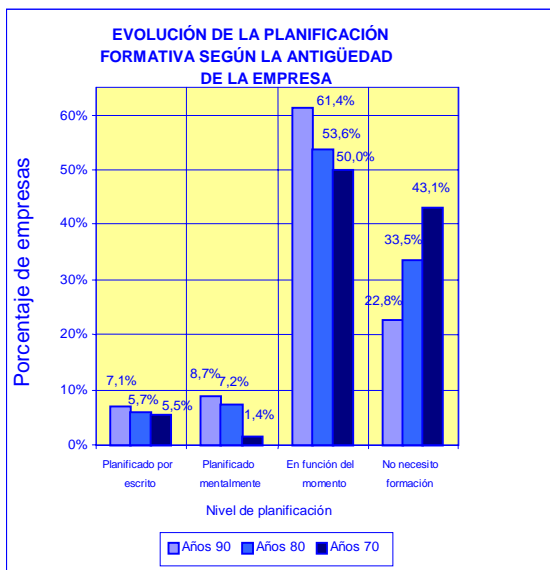


A lo largo del análisis encontramos varios diferenciales que pueden ser indicadores de problemas en materia formativa y que se analizarán a continuación: el primero, compara las empresas que valoran la formación como positiva con aquellas que la practican; el segundo, estudia el nivel de información previa de las empresas sobre la oferta de formación; el tercero, analiza el grado de atractivo y ajuste de los cursos existentes a las necesidades de aquellas empresas que se han informado previamente; y en cuarto lugar, la calidad de los cursos que son adecuados para la empresa.

La formación en el seno de las empresas es valorada, de manera general, como positiva. El 93.5% de las empresas, casi la totalidad, creen que la formación es importante mientras un 6.5% consideran la formación un elemento poco importante de la empresa.

Sin embargo, la realidad formativa es diferente: mientras un 68.4% de las empresas han llevado a cabo acciones formativas alguna vez, el 31.6% declaran no necesitar formación. Esta diferencia de criterio entre la

en dirección de empresas. Estos últimos datos están íntimamente relacionados con la consideración estratégica de la formación y la necesidad de planificación formativa en la empresa, es decir, está en manos de los empresarios, sus creencias y su propia formación. La realidad muestra como tan solo el 7.3% de las empresas actuales elaboran planes estratégicos de formación por escrito y en el 6.8% de los casos es el empresario quien planifica mentalmente las acciones de formación, e ilustran la escasa valoración estratégica de la formación de las empresas pitiusas. Así, el 54.3% de las empresas se plantean soluciones formativas en función de las necesidades del momento, no elaborando planes anuales de formación, fórmula que se convierte en la más habitual entre las empresas pitiusas. Esta distribución no ha sufrido cambios significativos con el paso del tiempo aunque se observa una evolución de tendencias a favor de la formación en las últimas décadas.



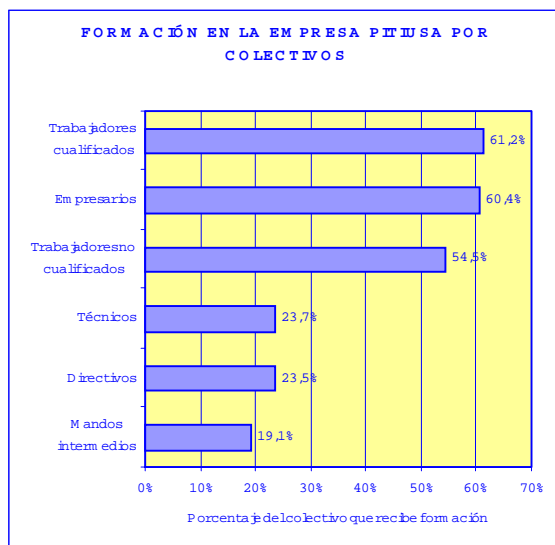
En cambio, sí se observan diferencias significativas en las iniciativas de formación emprendidas por los empresarios en función de su edad y los años de experiencia como empresario. Aquellos empresarios con edades superiores a los 45 años no apuestan por la formación en igual medida que el resto de empresarios y representan el 56.7% del total de empresas que declaran no necesitar formación en la empresa.

NO NECESITO FORMACIÓN Y EDAD

	Mayores de 45 años	Entre 30-45 años	Menores de 30 años
No necesito formación en la empresa	56,7%	36,2%	7,1%

En cambio, por nivel de estudios del empresario no existen diferencias significativas.

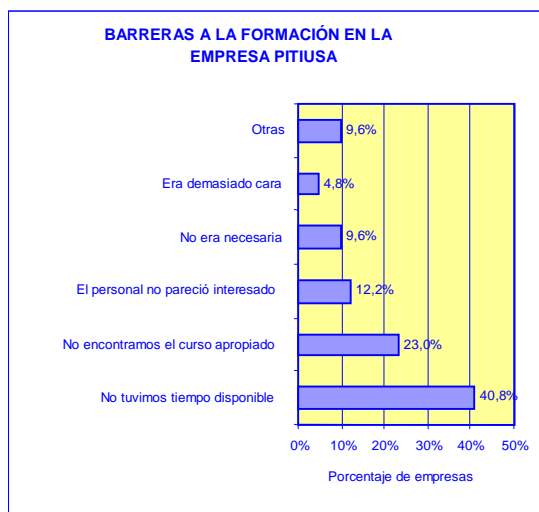
El análisis por colectivos aporta nuevos datos. La estructura organizativa característica de la empresa pitiusa (1-3 trabajadores) suele englobar al empresario y los colectivos de trabajadores cualificados y no cualificados. Por decisión empresarial ninguno de estos colectivos supera el 62% de los individuos formados. Aquellos que más formación empresarial reciben son los trabajadores no cualificados (61.2%) seguidos de los empresarios (60.4%), los trabajadores cualificados (54.5%), los técnicos (23.7%), directivos (23.5%) y, finalmente, los mandos intermedios (19.1%).



Barreras empresariales a la formación

En el estudio de las barreras a la formación destaca como la más importante la escasez de tiempo disponible para la formación, según declara el 40.8% de los empresarios, reafirmando que la formación no es prioritaria para el empresario pituso que prefiere dedicar el tiempo de sus trabajadores a otras actividades. Esta limitación de tiempo disponible no parece estar ligada a soluciones de cambios horarios de las empresas de oferta formativa (aunque un reajuste sería positivo) sino, más bien, a las decisiones empresariales sobre la gestión del tiempo de trabajo y las preferencias en la distribución de tareas y al reducido tiempo que el empresario puede dedicar personalmente a la formación, pues se considera en el 71.3% de los casos el mejor maestro que puede tener un empleado (más tarde matizaremos este dato).

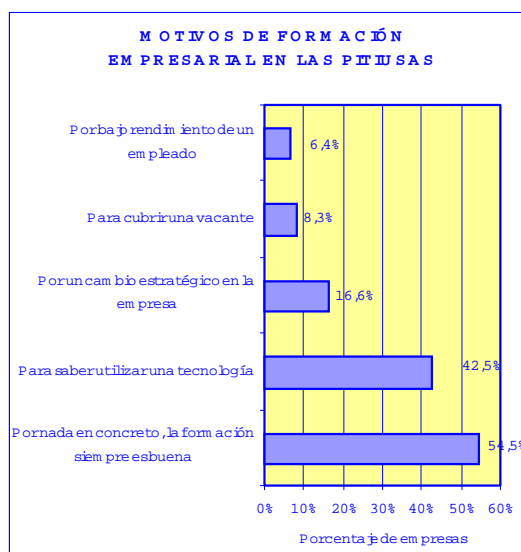
Otras barreras mencionadas son: no encontró el curso apropiado (23%), el personal no pareció interesado (12.2%), la formación no era necesaria (9.6%) y era demasiado cara (4.8%).



Motivos empresariales para la formación

Los motivos más habituales entre los años 1997-1998 por los que las empresas pitiusas decidieron impartir formación a sus empleados fueron: la formación siempre es buena (54.5%), para saber utilizar una tecnología (42.5%), por la necesidad de adaptación ante un cambio estratégico en la empresa (16.6%), por la necesidad de formación para cubrir una vacante (8.32%) y, por último, debido al bajo rendimiento de un empleado (6.4%).

El análisis de los motivos de formación pone de manifiesto de nuevo la visión reducida de la formación como variable estratégica y el tratamiento generalizado de la formación como “algo bueno para la empresa”, sin más.



Hábitos empresariales de información acerca de la oferta formativa

En segundo lugar, encontramos otro diferencial entre las empresas que hacen formación y aquellas que se informan regularmente sobre la oferta de cursos existente. Un 81.4% de las empresas que llevan a cabo formación mantienen una política de información continua de los cursos existentes en el mercado y ello solo es posible si los agentes formadores comunican

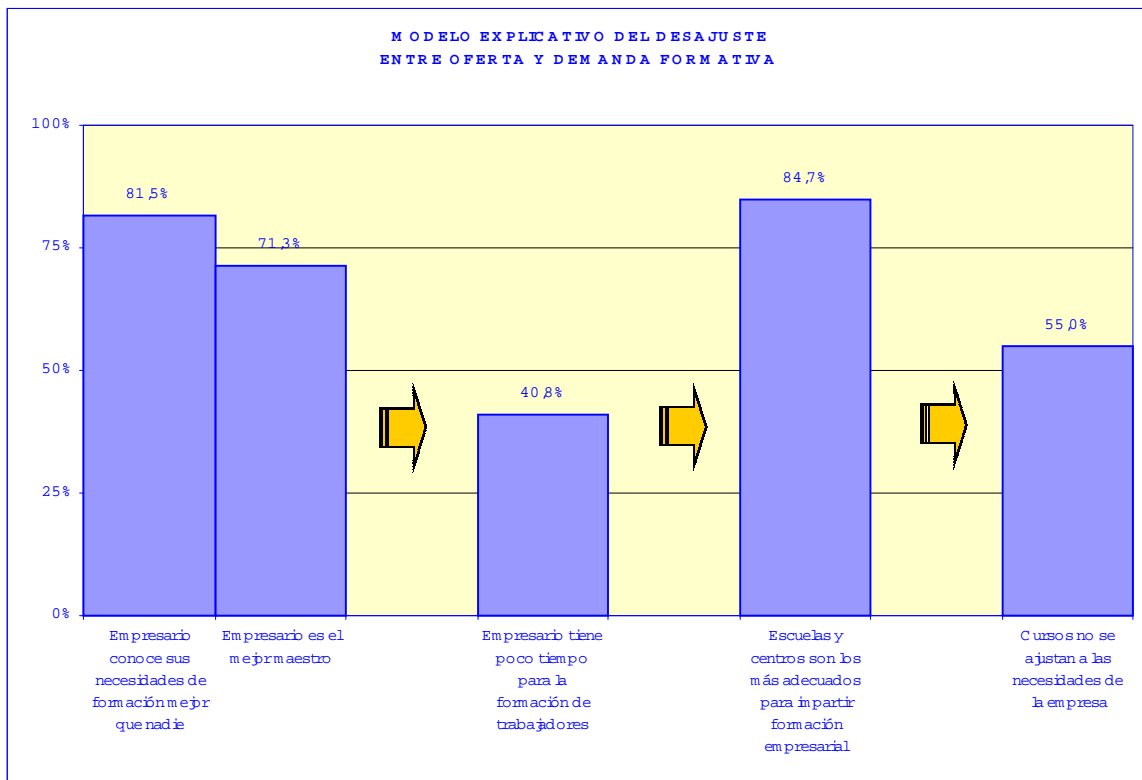
adecuadamente el inicio de los cursos. Por tanto, descartamos la idea de defectos en las acciones de comunicación. Pero existe un 12.6% de las empresas que no buscan información regularmente aún practicando la formación. La razón esgrimida por las empresas es que se interesan en el momento en que la necesitan.

Ajuste entre oferta y demanda formativa

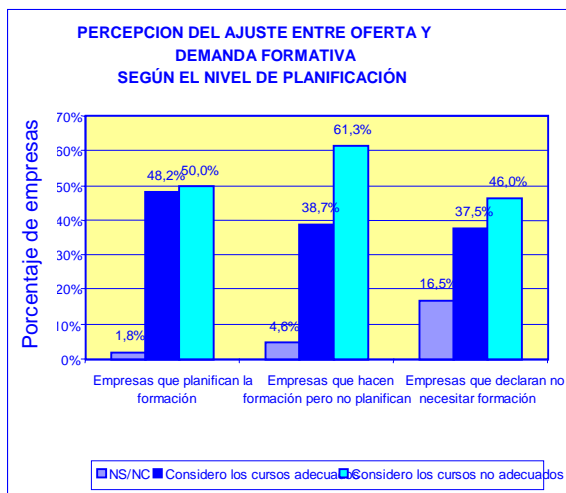
El tercer problema detectado es el grado de ajuste de la oferta formativa a las necesidades de formación de las empresas. Tan sólo un 37% de las empresas pitiusas que se forman encuentran que la oferta existente es adecuada a sus necesidades, un 8% contestan que NS/NC y un 55% piensa que no se ajusta a lo que requieren.

Un análisis más profundo de las creencias empresariales sobre el tema de la formación permite observar una paradoja encerrada que explica parte de este desajuste: aunque un 71.3% considera que el empresario es el mejor maestro que puede tener un empleado y el 81.5% que el empresario es quien mejor conoce la formación

que necesita cada empleado, el 84.7% de los empresarios piensa que las escuelas y centros de formación son los más adecuados para impartir la formación empresarial. De esta manera, se explica parte de este desajuste. El empresario se declara conocedor de las necesidades de formación de su empresa y el mejor maestro para enseñar, pero por falta de tiempo no ejerce de formador y delega esta función a un centro especializado que oferta cursos más estandarizados y aptos para un mayor público. Este cambio de escenario provoca desajustes al tener que adaptar las necesidades concretas a una oferta de cursos más globalizada.

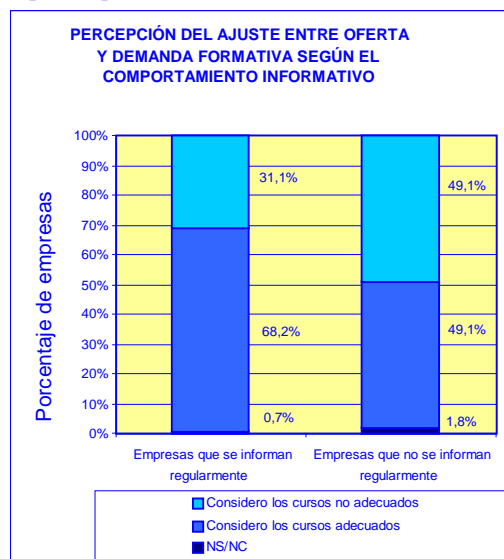


Otra explicación de este desajuste la encontramos al analizar la valoración del grado de ajuste entre necesidades y oferta existente, en función del nivel de prácticas formativas de las empresas. Entre aquellas que planifican la formación el grado percibido de desajuste es sensiblemente inferior (50.0%) de aquellas que deciden la formación en función del momento (61.3%).



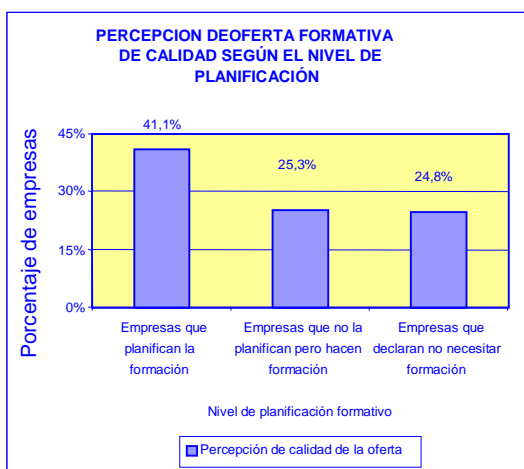
También cabe hacer hincapié en el nivel de respuesta de NS/NC. Aquellos que planifican la formación tienen un nivel de indiferencia o desconocimiento del 1.8%, muy inferior al 4.6% de las empresas que no planifican y al

16.5% de las empresas que declaran no precisar formación. Este desconocimiento real de la oferta formativa global de las Pitiusas podría explicar parte de ese desajuste observado. De igual forma, las empresas que se informan regularmente de la oferta existente en materia de formación tienen una valoración de los cursos significativamente mejor (68.2%) que aquellas empresas que no lo hacen (49.1%).

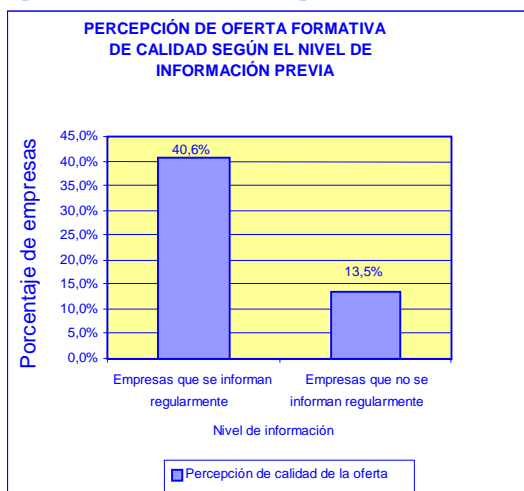


La calidad de la formación

El cuarto indicador de estudio es la calidad percibida de los cursos de formación impartidos en las Pitiusas. El 27.4% de las empresas piensa que la calidad de los cursos ofertados es suficiente y un 63.6% considera que no tienen la calidad esperada. Las estadísticas cambian si las analizamos en función del nivel de planificación de la formación. Entre las empresas que planifican la formación, el 41.1% considera que la oferta formativa tiene suficiente calidad; entre las que no la planifican pero implementan formación, la calidad percibida desciende al 25.3% de las empresas; y entre aquellas que no consideran no necesitar formación, la valoración cae al 24.8%.



Podemos extraer dos conclusiones básicas de este análisis: en primer lugar, es necesario mejorar la calidad de la oferta de formación en las islas Pitiusas y, en segundo lugar, la percepción de calidad ofrecida mejora a medida que la formación es valorada como más importante en el seno de las empresas.



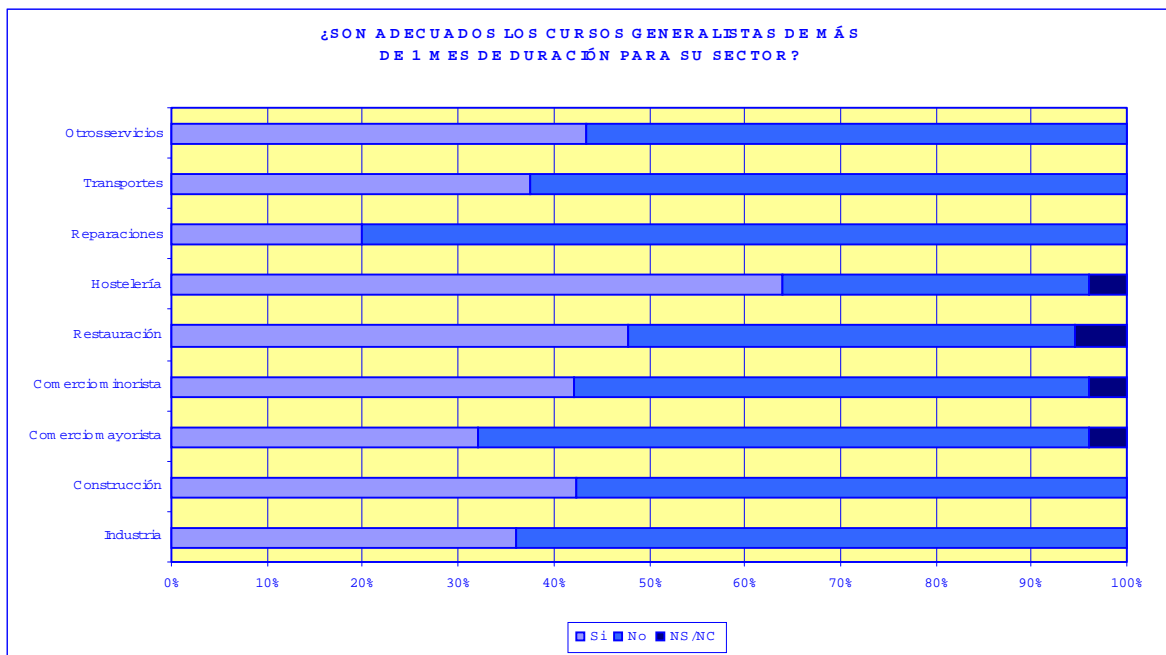
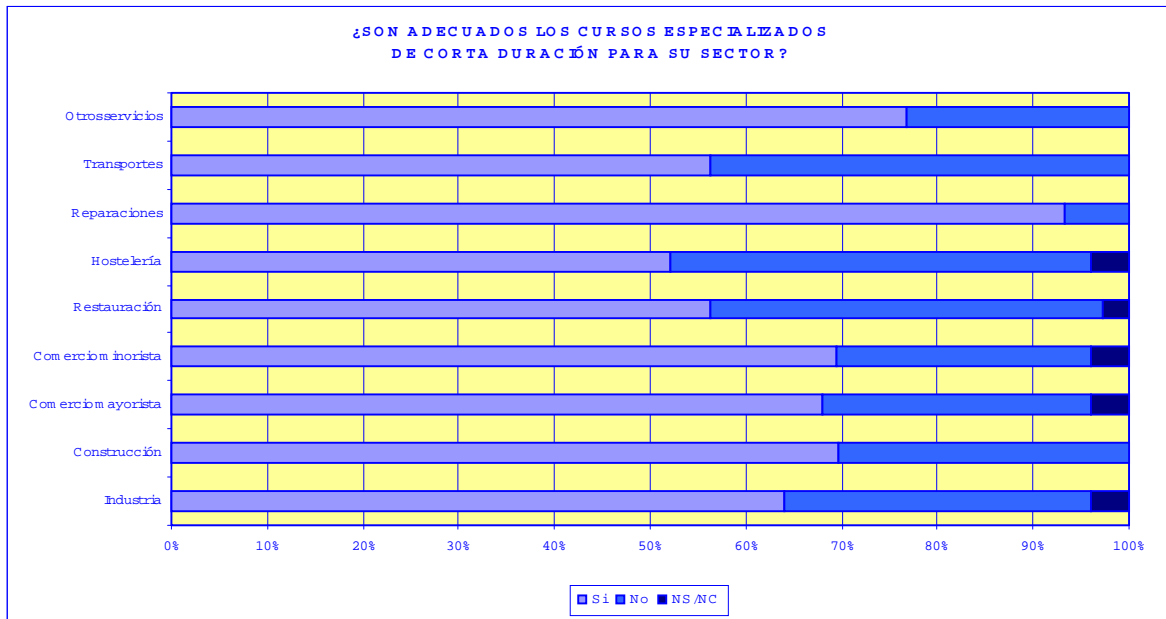
También mejora la calidad percibida entre las empresas que se informan de una manera continua de la oferta existente (40.58%) respecto a las que no se informan de forma regular (13.45%).

Con relación al formato de los cursos no existe unanimidad: el 67% de los empresarios pitiusos declaran que los cursos especializados sobre oficios y técnicas concretas y de una duración aproximada de 40 horas son adecuados para su empresa, mientras un 42.8% prefieren los cursos de duración superior a un mes y de carácter generalista.

Por empresas en función del nivel de planificación estratégica de la formación, los resultados siguen siendo favorables a los cursos especializados: un 81.2% de las empresas que planifican la formación valoran positivamente la oferta de cursos especializados y sólo un 41.1% piensan que los cursos generalistas se ajustan a sus necesidades; entre las empresas que llevan a cabo formación en el momento que la necesitan sin planificación previa, los cursos especializados son valorados en un 68.7% de los casos y los generalistas en un 45.6%.

También es interesante relacionar la calidad percibida con la consideración de la formación como una inversión empresarial.

El 67% de las empresas están de acuerdo que la formación es una inversión, un 4.3% que es un gasto y un 3.7% NS/NC. Pero lo más curioso es que un 25% de las empresas no parecen tener claro si la formación es una inversión o un gasto. Se pueden plantear dos hipótesis explicativas: o algunos empresarios no conocen la diferencia entre inversión y gasto o, en realidad, se considera la formación como una inversión ficticia.



El hecho de que un 89% de las empresas declare que el principal beneficiado de la formación practicada en las empresas es el propio empleado, puede aportar nueva luz a este dilema.

Parece confirmarse que aquellas empresas que gestionan la formación a nivel estratégico tienen una percepción más positiva de la formación existente que aquellas que no la consideran un factor clave de competitividad de la empresa. Como consecuencia, podemos decir que parece existir una combinación de factores ocultos entre un grupo de empresas que crean una resistencia hacia la formación y que son difíciles de explicitar.

Volviendo sobre el análisis previo, enumeramos de modo orientativo una serie de factores que se convierten en barreras a la formación:

- La consideración de la formación como una variable no estratégica de la empresa.
- La percepción del empresario de no tener suficiente tiempo disponible para dedicarlo a la formación.
- La falta de un sistema de información establecido en la empresa provoca un grado elevado de desconocimiento del mercado formativo y genera valoraciones sobre la calidad de la oferta de formación basadas en percepciones subjetivas más que en datos objetivos.
- La consideración por parte de las empresas de la oferta actual formativa de las Pitiusas como demasiado generalista para sus necesidades.

La financiación de la formación

Por último, haremos una referencia sobre el tema de quién paga la formación empresarial. De entre aquellos empresarios que llevan a cabo formación en la empresa, el 33.3% están dispuestos a financiar en su totalidad el coste de los cursos de formación que necesitan sus empleados, el 42% subvencionarían parcialmente esta formación y el 24.7% trasladan íntegramente estos costes al trabajador.

