

Tirada: 60.000	NEGOCIOS	Superficie: 497,00 cm²	
Difusión: 43.500		Ocupación: 87.19%	
Audiencia: 152.250		Valor: 3.547,28	
Ref: 1268722		Página: 30	
	Nacional	Mensual	
	Economía		
	1ª Edición	01/02/2007	1 / 2

SOCIO-LABORAL

LA FORMACIÓN, OTRA FORMA DE PAGO PARA RETENER A LOS EMPLEADOS

Una inversión estratégica

Se trata de una de las grandes asignaturas pendientes de la pyme española. La formación sigue sin cuajar en las pyme pese a su creciente importancia como elemento diferenciador, tanto para la pequeña y mediana empresa como para sus empleados.

En el devenir de una empresa influyen varios factores, algunos se pueden medir mediante varemos sólidos, como pueden ser las ventas o el número de horas invertido en un determinado proyecto. Sin embargo, también existen muchos otros que no son tan fáciles de valorar. Son los llamados intangibles, cuya gestión "cada día va ganando importancia en el campo de los negocios", indica Jesús Díez, director de Recursos Humanos de Century 21.

La formación es uno de los ejemplos clásicos de este tipo de elementos en la empresa. Si bien se trata de una herramienta de gran utilidad, tanto para incrementar la producción como para aumentar la motivación y el rendimiento de los em-

LA TRADICIONAL FORMACIÓN EN EL AULA SIGUE SIENDO LA MÁS UTILIZADA POR LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS CON UNA TASA DEL 80 POR CIENTO

pleados, su uso no se encuentra excesivamente extendido en el tejido empresarial español, especialmen-



te entre las pyme.

Díez precisa que su uso se encuentra limitado porque el pequeño y mediano empresario "no termina de ver su valor añadido a corto plazo, lo que representa un error de percepción, pues la formación siempre ha sido una inversión a largo plazo". Adolfo Vara de Rey, director de Formación de Alhambra-Eidos, certifica que "desafortunadamente, no existe una política docente asentada en el tejido empresarial español porque habitualmente no se considera la formación como un valor

Lo que hay que saber

- La formación puede ser entendida como otra forma de remuneración al empleado, además de una ayuda para retener a los mejores valores. El único inconveniente se encuentra en cómo cuantificar su valor y cómo gestionarlo adecuadamente.



Tirada: 60.000	NEGOCIOS	Nacional	Mensual	Superficie: 494,00 cm²		
Difusión: 43.500				Ocupación: 86.67%		
Audiencia: 152.250	Economía			Valor: 3.525,57		
Ref: 1268722	1ª Edición		01/02/2007	Página: 32		2 / 2

EL MEJOR ACTIVO

Consejo de Nuestros Negocios



● Es necesario evitar la apuesta de acciones puntuales y fijar un plan de formación completo y evolutivo, que identifique claramente las competencias a adquirir, desarrollar o 'refrescar' y las personas implicadas.

en alza". Las cifras hablan por sí solas, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2003 las pyme apenas destinaron 81,16 euros a formar a sus empleados, lo que que representa el 0,33 por ciento del coste laboral total de cada trabajador.

Sin embargo, la formas en que el aprendizaje puede ayudar a mejorar el rendimiento de la compañía son variadas. Amaury Cardí, consultor de Negocios y Personas de Tatum, precisa que "en todas las empresas, las personas son su principal activo. Entonces, en qué se puede hacer mayor esfuerzo para aumentar la competitividad y productividad en la cualificación de los profesionales". Se trata así de que ambas partes salgan ganando. Por un lado,

el empresa ve cómo aumenta el rendimiento de sus empleados y por otra, el trabajador logra un aumento de sus cualificaciones. En este sentido, el director de formación de Alhambra-Eidos recalca que "la formación de los empleados aumenta significativamente la capacidad de trabajo de los mismos, lo cuál se traduce en un incremento de la competitividad de la empresa de la que forman parte".

Entre los aspectos cuantitativos que aporta el adiestramiento de los trabajadores destacan un incremen-

to de los resultados y la productividad, así como una reducción de la rotación de la plantilla, del gasto y del absentismo laboral. Además, existe otros factores cualitativos como el incremento de las habilidades de la plantilla, así como un aumento su motivación y rendimiento, la mejora en la toma de decisiones y el desarrollo de los empleados como personas y como profesionales.

Por otra parte, la formación también debe entenderse como

otra



ta línea, desde Tatum añaden que "uno de los criterios por parte de los profesionales a la hora de elegir una u otra compañía es si van a recibir o no formación, especialmente en sectores donde la innovación es permanente". Y es que son precisamente las actividades relacionadas

con las nuevas tecnologías donde mayor uso se hace de la enseñanza corporativa, junto con el financiero, el de consultoría y el de transportes de viajeros. En estos casos,

dado el buen nivel tecnológico de estos negocios, pueden beneficiarse de los nuevos métodos de enseñanza como el e-learning -enseñanza a través de in-

Lo que hay que evitar



● El método educativo es clave. Si en la empresa no hay cultura tecnológica, habrá que evitar el e-Learning, por ejemplo.

ternet- que cada vez van ganando más terreno frente a los métodos tradicionales y así ahorrar costes en este apartado.

El valor estratégico de la formación para la empresa se ve representada, "en su capacidad de respuesta, de adaptación y anticipación al mundo dinámico en el que actúa. La forma de competir está cambiando. Cada vez se basa más en el conocimiento, lo que obliga a las empresas a crear y acumular cada vez más conocimiento y más rápido que los demás", comenta Díez desde Century 21. Y es aquí donde mejorar los métodos de aprendizaje por parte de los empleados puede suponer ese elemento diferenciador que lleve al éxito de la compañía.