

# La formación: una prioridad básica en tiempos de crisis



[Stockphoto]/Thinkstock.

La consultora Adecco Training acaba de hacer pública una encuesta de coyuntura realizada a cerca de 600 directores de RRHH y formación de la que se extraen importantes conclusiones en relación con la formación en las empresas tras más de dos años de crisis. Entre muchas de sus conclusiones, merece la pena destacar que, en contra de lo que en un primer momento se podía pensar, los presupuestos de formación no parecen haberse visto muy recortados.

Yolanda Antón

**S**egún la encuesta de Adecco, tras más de dos años de crisis, en los que el tejido empresarial ha sufrido fuertes recortes de sus ventas y de sus plantillas, el 64,1% de las empresas afirma no haberse visto afectada por recortes en el presupuesto de formación. Esto demuestra que la inversión en la capacitación y el desarrollo del talento sigue siendo una prioridad básica en las organizaciones y más aun en tiempos de cambios constantes. De un lado, la creciente competencia, todavía

más voraz desde la crisis, y, de otro, los cambios motivados por las nuevas tecnologías que deben ser introducidos en el seno de las empresas han contribuido a que la mayoría de las compañías no dejen en este tiempo de prestar atención a la formación de sus empleados.

Además, las organizaciones han vivido fusiones y reestructuraciones de plantillas que han forzado a procesos de adaptación cultural, movilidad funcional y reducción

de los puestos duplicados, en los que la formación ha sido fundamental para su correcta consecución.

El 82,4% de empresas encuestadas afirma contar con un plan de formación anual, porcentaje que se aproxima al 100% en el caso de las compañías con mayor número de empleados.

En torno a la mitad de las empresas, afirma que la coyuntura económica de los últimos meses no ha afectado al presupuesto anual de formación, el cual no ha sufrido cambios respecto al ejercicio anterior. Un tercio de las empresas ha reducido su presupuesto, mientras que un porcentaje superior al 13% lo ha visto aumentar.

La reducción del número de acciones formativas, así como la mayor atención a los costes de las mismas, han sido las primeras medidas adoptadas ante las situaciones de recorte presupuestario, pero también se están esforzando por introducir el uso de herramientas 2.0 (aquellas surgidas de la web 2.0 o web social, que nos permiten dejar de ser un receptor de comunicación y pasar a tener la oportunidad de crear y compartir información y opiniones con los demás usuarios de internet) y se dibuja una tendencia clara hacia la reducción de horas en aula para combinar esta metodología con el *e-learning* para así reducir costes.

**La inversión en la capacitación y desarrollo del talento sigue siendo una prioridad básica en las organizaciones y más aun en tiempos de cambios constantes**

En la actualidad, el uso de estas herramientas 2.0 son más un futuro que un presente, ya que sólo el 15% de las empresas encuestadas afirman estar empleándolas de una forma estratégica en sus planes de formación. El perfil de estas empresas es principalmente el de una multinacional a la vanguardia del uso de las nuevas tecnologías en todas las áreas y, por supuesto, también en la de la formación.



Sin embargo, las previsiones muestran una tendencia clara por las 2.0 como aliado perfecto de la formación en un futuro. Así lo afirma el 80% de los encuestados, que cree que las nuevas tecnologías contarán con una muy alta o alta importancia en esta área.

El coste de oportunidad que supone para cualquier empresa el ausentar a un empleado de su puesto de trabajo también está acelerando la implantación de herramientas 2.0. La utilización de vídeos, *podcast*, píldoras, *online*, *webseminars*, etc., combinadas en su justa medida con formación presencial, hacen posible que los departamentos de formación puedan cubrir las necesidades formativas de los distintos colectivos de la organización, aun en entornos con recursos limitados.

En tiempos difíciles, la formación para los líderes es una de las prioridades de las empresas, ya que, cuando ésta se enfoca a los directivos, los resultados se revierten en la estrategia de la compañía. Son los directivos quienes gestionan y toman las decisiones de las empresas y su formación es esencial para el desarrollo y retención del talento. De ahí que los contenidos que tendrán mayor protagonismo en los planes de formación futuros en las empresas sean los dirigidos a las habilidades directivas (24%), seguidos a distancia de las habilidades comerciales, la formación técnica-industrial, la prevención en riesgos laborales y los idiomas.

Por lo que respecta a las metodologías utilizadas, el 96,5% de las empresas encuestadas afirma que la metodología presencial es una de las modalidades más utilizadas, destinando de media cerca de un 80% de su presupuesto de formación a la misma.

Frente a ella, las metodologías no presenciales, de manera aislada o combinadas con la presencial, continúan registrando una evolución creciente en los últimos años, tanto en número de acciones como en su porcentaje de inversión.

Así, en la era de las metodologías 2.0, el *e-learning* empieza a ganarle terreno al taller en aula y se posiciona como la segunda metodología más habitual a la que recurren el 51,64% de las empresas encuestadas, con una inversión media del 24,63% del presupuesto total de formación.

**Las herramientas 2.0 serán el futuro de la formación, aunque hoy en día las emplean menos del 15% de las empresas**

La encuesta se complementa con datos relativos a la externalización de la impartición. En este sentido, cerca del 93% de las empresas encuestadas externaliza la impartición de parte (70,47%) o todo su plan de formación (22,45%), lo cual demuestra la elevada profesionalización y calidad de servicio que las consultoras de formación han adquirido en los últimos años. Los aspectos más valorados a la hora de elegir un proveedor de formación son la calidad de los contenidos que éste ofrece, según el 27% de los encuestados, así como la flexibilidad en el diseño de programas y el conocimiento y experiencia sectoriales, para el 20 y 18%, respectivamente.

La consultora plantea como reto para el futuro avanzar en herramientas que nos permitan medir el impacto de los programas formativos en el negocio. Más allá de la evolución de la satisfacción, será esencial poder traducir la inversión en acciones formativas en variables críticas de negocio ::