



### Según un estudio de CEPYME

Más del 40 por ciento de las pequeñas y medianas empresas han participado en acciones formativas en los dos últimos años

-- Los expertos recomiendan simplificar los trámites administrativos relacionados con la gestión de la formación y potenciar las modalidades de formación no presenciales, principalmente a través de Internet.

Madrid, 24 de octubre de 2006.

Más del 40 por ciento de las pequeñas y medianas empresas han participado en acciones formativas en los años 2004 y 2005. Además, en 2005 se incrementó el número de trabajadores que participaron en acciones formativas, de forma que una de cada cuatro empresas envió más trabajadores a formarse, según se desprende del estudio **El acceso de las pequeñas y medianas empresas a la Formación Continua**, presentado por CEPYME y realizado por un grupo de expertos como Acción Complementaria y de Acompañamiento a la Formación de CEPYME en el marco de los III Acuerdos Nacionales de Formación Continua.

En el estudio se analizan de forma precisa y profunda aquellas experiencias de éxito de las pymes en su acceso a la formación continua, se detectan las circunstancias en las que se

lleva a cabo esta formación y se plantean sugerencias que puedan contribuir a mejorar el acceso de las pymes a la misma.

Entre los resultados del estudio cabe destacar el hecho de que en nueve de cada diez empresas la iniciativa de participar en los cursos de formación ha partido del propio empresario.

Nueve de cada diez responsables de formación encuestados se encuentran satisfechos en relación con la preparación del profesorado, la duración del curso (en relación con su contenido), la adaptación de los contenidos a sus necesidades, el método de impartición empleado, la aplicación al puesto de trabajo de los conocimientos adquiridos y el procedimiento administrativo para acceder al curso. Los aspectos que producen mayores niveles de insatisfacción se refieren a los horarios, la proximidad de los centros formativos en que se imparte la formación y la información existente sobre la oferta formativa.

#### Barreras para la formación

Entre las barreras de acceso a la formación en las pymes destacan, entre otras, la inexistencia de personal para sustituir a la persona que acude a formarse, la duración excesiva de los cursos, la baja especialización de los mismos, el hecho de que la formación se imparta dentro del horario laboral y el desconocimiento del procedimiento para acceder a la financiación de los cursos. En este sentido, el estudio revela que sólo : una de cada cuatro empresas conoce el sistema de bonificaciones en las cuotas de la Seguridad Social y sólo una de cada ocho pymes encuestada conoce a cuanto asciende su crédito para el ejercicio 2006.

Los expertos que han participado en el estudio consideran que todas las barreras a las que se hace mención pueden superarse si se entiende la formación continua como un valor añadido a la carrera profesional de cada empleado y un plus de calidad para la empresa siempre que dote de la formación pertinente según las necesidades de su producción.

El reto presente puede ser el de adecuar la formación existente al uso de plataformas virtuales de manera que sea atractiva para sus usuarios, y por tanto, con contenidos válidos para su aprovechamiento en las empresas.

También sostienen la necesidad de impulsar medidas que favorezcan la conciliación de la vida familiar y formativa, establecer medidas para el reparto de las cargas familiares y destinar recursos económicos (vía bonificaciones) para compensar el esfuerzo en horas fuera de la jornada laboral.

#### Propuestas de actuación

Entre las propuestas de actuación formuladas por el grupo de expertos autores del estudio destacan:

- Concienciar a las empresas, y en concreto a los gerentes o empresarios, de la importancia de la formación.
- Formación de calidad como la única solución para superar la creencia de la no necesidad formativa.
- Apoyo económico a las empresas más pequeñas (menos de diez trabajadores) ya que les

resulta más difícil acceder a la formación.

- Conviene que cada empresa tenga su Plan de Formación y que, en empresas medianas, haya al menos, una persona dedicada a tiempo completo a la labor de organización de la formación. Sólo una de cada cinco empresas dispone de un responsable de formación y no siempre dedicado a esta tarea de manera exclusiva.
- La búsqueda de asesoramiento puntual a través de una organización empresarial o sindical se percibe positivamente si la empresa que busca asesoramiento ha elaborado previamente un Plan de Formación y detectado sus necesidades formativas.
- La pertenencia a una asociación empresarial puede crear una red de información que facilitaría el acceso a la formación de muchas empresas y una oferta y demanda más sectorial.
- Favorecer el asociacionismo y la agrupación sectorial de empresas para permitir la formación de grupos más homogéneos de trabajadores.
- Diseñar cursos con una clara orientación práctica, con temática vinculada directamente con las necesidades reales de las empresas.
- Potenciar las nuevas modalidades de impartición no presencial que permiten mayor flexibilidad horaria (principalmente a distancia a través de Internet).
- Una buena selección del profesorado, una atención personalizada y un seguimiento continuo de la formación que se realiza en el centro.
- Permitir el acceso al diseño de la formación, por parte de la administración, a las distintas asociaciones empresariales, por sectores y zonas geográficas.
- Se plantea la conveniencia de que la formación se desarrolle dentro del horario laboral.

Por último, en relación con la organización administrativa de la formación y la información que se proporciona sobre la misma se propone:

- Simplificar los trámites administrativos y cualificar al personal de la administración que gestiona el sistema.
- Dar más flexibilidad en tiempos, plazos, contenidos, lugares de impartición, etc.
- Acometer campañas de comunicación dirigidas tanto a empresas como trabajadores. Además de utilizar medios de comunicación masivos (prensa, radio y televisión) conviene utilizar información personalizada.
- Crear un sistema a través de Internet mediante el cual las empresas estuvieran informadas de los cursos, sistemas de financiación, novedades, etc.
- Reforzar el papel de las organizaciones empresariales y sindicales a la hora de proporcionar esta información tanto a empresas como a trabajadores.

El informe presentado es el resultado de la investigación llevada a cabo por un grupo de expertos, dirigido por el catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Cádiz, Juan Manuel Rey Juliá, a través de 2.600 encuestas a empresarios, responsables de recursos humanos y encargados de formación de pymes, desde microempresas hasta empresas medianas, además de 50 entrevistas en profundidad.