

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

- El 80% de los responsables de formación afirma que estas herramientas serán sus aliadas en el futuro. Sin embargo, en la actualidad, menos de un 15% las emplean, principalmente las grandes empresas.
- A pesar de la crisis, el 64,1% de las empresas afirma no haberse visto afectada por recortes en el presupuesto de formación, mientras que un tercio de éstas sí y un 13% ha visto cómo ese presupuesto ha aumentado.
- Los sectores con un mayor recorte, en términos porcentuales, son precisamente los que han liderado la inversión en formación: las TIC, el energético y el bancario y asegurador, que siguen siendo, aun así, los sectores que realizan un mayor esfuerzo inversor en el área formativa.
- 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.
- Mientras, el e-learning se posiciona como la segunda metodología más habitual para el 51,6% de las empresas encuestadas, con una inversión media del 24,6% del presupuesto.
- El 82,4% de empresas afirma contar con un plan de formación anual: la inversión en la capacitación y desarrollo del talento sigue siendo una prioridad básica en las organizaciones, y más aún en tiempos de cambios constantes.
- Más del 90% de las empresas extiende su formación a toda la plantilla, si bien la mayor inversión se realiza en las habilidades directivas, pues la formación de líderes revierte directamente en la estrategia de la compañía y en el desarrollo y retención del talento.

Madrid, 15 de noviembre de 2010.- Tras más de dos años de crisis, en los que el tejido empresarial ha sufrido fuertes recortes de sus ventas y de sus plantillas, ¿cuál es la situación actual en el área de formación de las compañías españolas?

A pesar de los tiempos difíciles que vivimos, **el 64,1% de las empresas afirma no haberse visto afectada por recortes en el presupuesto de formación**, según la encuesta realizada por la consultora **Adecco Training** a cerca de 600 directores de RRHH y Formación.

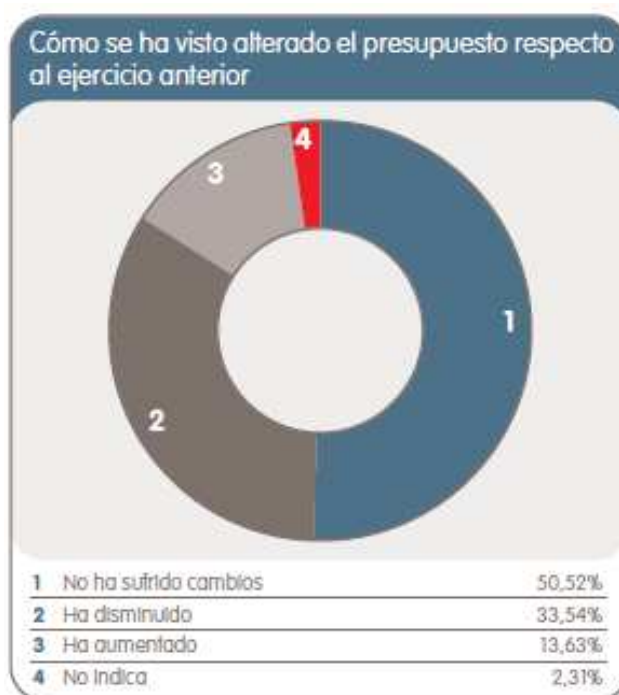
Esto demuestra **que la inversión en la capacitación y el desarrollo del talento sigue siendo una prioridad básica en las organizaciones, y más aún en tiempos de cambios constantes**. Por un lado, la creciente competencia aún más voraz desde la crisis, y por otro lado, los cambios motivados por las nuevas tecnologías que deben ser introducidos en el seno de las empresas. De ello, son conscientes las compañías y por eso, la mayoría no ha dejado 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.

Según David Herranz, Director Nacional de Adecco Training, “los departamentos de Formación y Recursos Humanos han hecho sus deberes y las direcciones ya son conscientes de que **no es recomendable reducir costes a corto plazo para afrontar problemas de competitividad a medio plazo**. Invertir en formación es invertir en desarrollo de talento y del negocio, y es la llave para la atracción y retención de éste”.

La crisis no recorta la inversión en formación de las empresas

El **82,4% de empresas encuestadas afirma contar con un plan de formación anual**. Por tamaño, las compañías con mayor número de empleados son las que, casi en su totalidad, cuentan con dicho plan de formación, frente a las pequeñas y medianas empresas, en las que el porcentaje es ligeramente inferior al 65%.



En torno a la mitad de las empresas encuestadas afirma que la coyuntura económica de los últimos meses no ha afectado al presupuesto anual de formación, que no ha sufrido cambios respecto al ejercicio anterior. El recorte en el presupuesto sólo ha afectado a un tercio de las empresas encuestadas, mientras que un porcentaje superior al 13% ha visto cómo ese presupuesto ha aumentado.

Los **sectores** con un mayor recorte, en términos porcentuales, son precisamente aquéllos que en los últimos años han liderado la inversión en formación, a saber: **las empresas TIC, las del sector energético y las pertenecientes al sector bancario y asegurador**, que siguen aún así siendo los sectores con mayor esfuerzo inversor en el área formativa.

Por tamaño, el número de empresas de más de 1.500 empleados que han visto modificado su presupuesto es superior a la media, siendo estas organizaciones las que más han aumentado su inversión respecto al año anterior.

Evidentemente, la reducción del número de acciones formativas así como la mayor atención a los costes de las formaciones han sido las primeras medidas adoptadas ante las situaciones de recorte presupuestario. Sin embargo, cabe desatacar que empiezan a tomar protagonismo otras medidas más novedosas en búsqueda de contener los gastos, sin eliminar la formación.

En los últimos años, **las empresas están concediendo un mayor protagonismo al aprendizaje informal, están introduciendo las herramientas 2.0 y se dibuja una tendencia clara hacia la reducción de horas en aula para combinar ésta metodología con el e-learning** (y por tanto, reducir el coste).

El reto de las nuevas tecnologías

Nos encontramos en los comienzos de la era 2.0, una nueva etapa que abre un sin fin de oportunidades para el mundo empresarial. Aprovechar todo el potencial que ofrecen estas nuevas tecnologías se presenta como un reto para las organizaciones, y especialmente, para áreas como la de la formación.

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.**

Aún así, cabe destacar el gran salto profesional que ha dado este tipo de metodología. Así lo asegura David Herranz: "las empresas líderes ya están empleando las herramientas 2.0 a través de grandes proyectos innovadores. Pero no sólo ellos, si no que cada vez más empresas medianas se apuntan a esta transformación, acelerada probablemente por la crisis económica. **Es precisamente ahora cuando hay que rentabilizar al máximo los activos con los que se cuenta para ayudar a mejorar los resultados, y en este caso, el e-learning es más operativo y supone un gran ahorro de tiempo y dinero, que puede ir destinado a otras actividades formativas**".

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, webinars, 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, aún en entornos con recursos limitados.

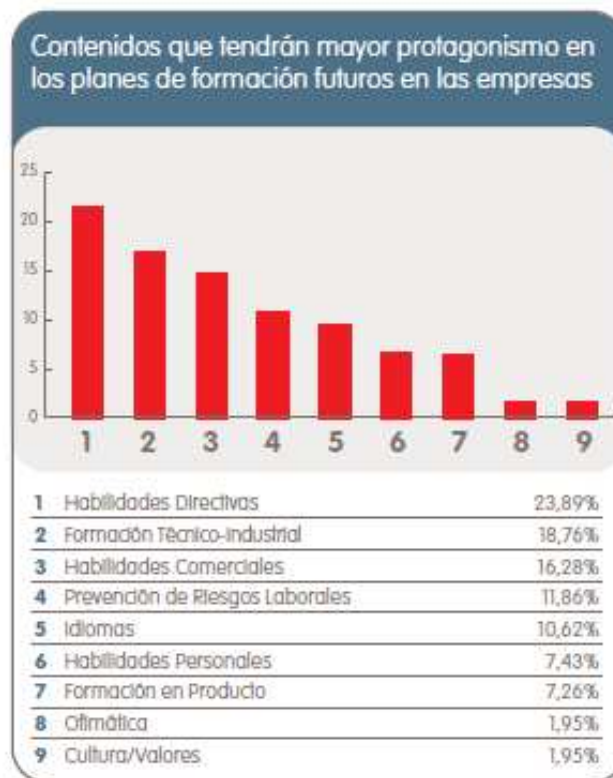
Formación para toda la plantilla

Más del 90% de las empresas encuestadas tiene en cuenta a los distintos colectivos que forman parte de su plantilla a la hora de planificar su formación. Si bien existe una clara diferencia entre el porcentaje de presupuesto invertido por departamento y colectivo: los departamentos de operaciones, comercial y producción/distribución son los más beneficiados en la asignación de recursos.

Esta situación es especialmente significativa en sectores como el bancario, el energético y las TIC, donde más del 60% de sus presupuestos se invierten en el área comercial/operaciones, el departamento de producción o el área técnica, respectivamente.

En cuanto a los contenidos que tendrán mayor protagonismo en los planes de formación futuros en las empresas y orden de preferencia, el 23,9% de las empresas destaca los dirigidos a las habilidades directivas. 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.

Otro de los focos principales de la formación de las empresas estará en las **habilidades comerciales.** Un 16,3% de las empresas destinarán su inversión a estos contenidos ya que el aumento de las ventas es uno de los objetivos empresariales en la actualidad. También la **formación técnica-industrial (18,7%), la prevención en riesgos laborales (11,8%) y los idiomas (10,6%)** acapararán un importante protagonismo en los planes de formación de las empresas españolas en los próximos meses.



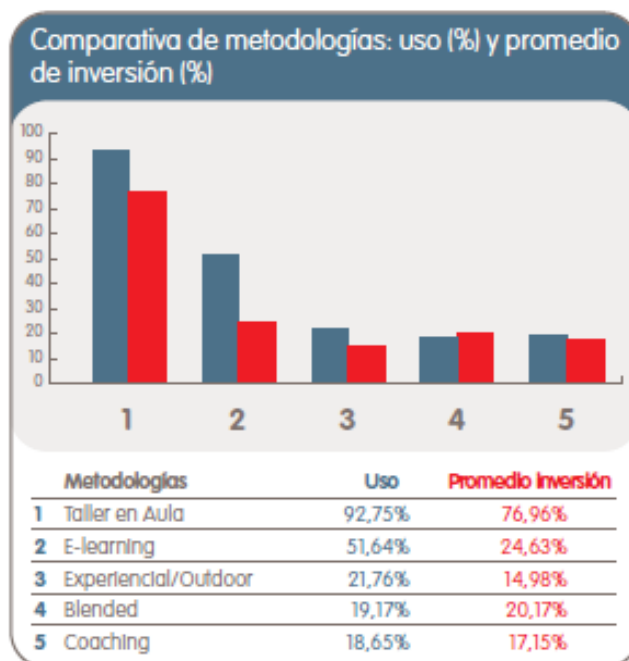
Las metodologías protagonistas

La metodología presencial en aula-taller sigue siendo la principal protagonista, aunque cada vez cede más espacio a la combinación con e-learning y otros medios. La formación informal, a pesar de estar en la vanguardia de las revistas de recursos humanos todavía no ha llegado a consolidarse dentro de los planes de formación de las empresas encuestadas.

En concreto, 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.



Aunque todos los sectores recurren al e-learning, destacan sin duda la banca y el sector de contact center, en los que más del 75% de empresas utilizan esta metodología, con una inversión superior al 30% de su presupuesto.

La metodología experiencial está presente en el 21,76% de los planes de formación de las empresas consultadas, aunque la inversión media para este tipo de metodología es inferior que para el resto, situándose en el 15%. De nuevo, es el sector bancario el que realiza un mayor grado de implantación (un 40% de las empresas de este sector).

Por el contrario, el coaching, también minoritario en los planes de formación (18,65% de encuestados), suele recibir una inversión media superior que las actividades experienciales.

Por último, las modalidades blended, que combinan dos o varias de las anteriores metodologías, es utilizado por más del 19% de las empresas encuestadas, con una inversión media del 20% del presupuesto de formación

Más de 9 de cada 10 empresas externalizan su formación

Cerca del 93% de las empresas encuestadas externaliza la impartición de parte (70,47%) o todo su plan de formación (22,45%).

Este elevado grado de externalización de la impartición de la formación por parte de las empresas es muy destacable, y 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 situación más habitual es que se acuda a más de un proveedor a la hora de externalizar la formación, en función de los contenidos y metodologías demandadas. Las empresas encuestadas afirman que tienden a poner en manos de las consultoras de formación los contenidos que, por su especialización, requieren una mayor profesionalización. Estos son los relacionados con habilidades directivas, idiomas, formación técnica y prevención de riesgos laborales; mientras, las formaciones en producto, cultura y valores suelen ser asumidas directamente por las empresas encuestadas.

El grado de satisfacción con el proveedor es, en general, muy alto: **más del 91% de los encuestados afirma estar satisfecho o muy satisfecho con su/s proveedor/es actuales de formación.**

Cómo medir el retorno de la inversión en formación

El gran reto del futuro dentro del ámbito de formación, será avanzar en herramientas que nos permitan medir el impacto de los programas formativo 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.

Por el momento, la mayoría de encuestados (más del 80%) sigue utilizando de manera habitual la encuesta de satisfacción del alumno al final de cada acción formativa, aunque cada vez es más frecuente combinar esta medición con otras herramientas de evaluación que permiten traducir de una manera más directa la inversión en formación en resultados en el negocio. Así, cerca del 40% de encuestados utiliza además indicadores individuales de desempeño, mientras que más de un tercio de empresas encuestadas realiza un análisis de indicadores organizacionales.

Sobre Adecco Training

Adecco Training es la consultora de formación del Grupo Adecco. Aporta soluciones formativas innovadoras gracias al conocimiento sectorial de las líneas de negocio del Grupo, ofreciendo soluciones específicas a sus necesidades de desarrollo de Recursos Humanos en tres grandes áreas de actividad: consultoría de formación, desarrollo de soluciones formativas y outsourcing de formación. Sus diferentes

metodologías abarcan desde el outdoor training, hasta el coaching, training day, taller experiencial y e-learning, combinándolas de forma adecuada para garantizar los objetivos planteados para el colectivo de profesionales a formar.

Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:

Marina Gómez/Luis Perdiguero
Dpto. de Comunicación Adecco
Tlf: 91 432 56 57
marina.gomez@adecco.com
luis.perdiguero@adecco.com

Silvia Enrique /Laura García
Trescom Comunicación
Tlf: 670 61 92 50
silvia.enrique@trescom.es
laura.garcia@trescom.es