

ENCUESTA ADECCO TRAINING:  
Tendencias en la Formación para el Empleo 2013

## La reforma laboral no afectará a la inversión en formación: el 55,7% de las empresas así lo cree

- A pesar de la obligatoriedad de dar permiso para 20 horas de formación a los trabajadores recogida en la ley, todavía hay un 31,9% de las compañías que ha reducido su inversión en acciones formativas en este año.
- En 2012, el 55% de las compañías encuestadas reconoce haber mantenido o incluso incrementado (10%) la inversión en formación.
- El 54% de la inversión en acciones formativas realizada en 2012 se ha destinado a habilidades técnicas, formación íntimamente ligada a la cuenta de resultados, lo que confirma la apuesta por la formación como herramienta de productividad y competitividad de las empresas.
- En el último año, ha aumentado la formación que se imparte internamente. La llamada formación de formadores ha sido la más demandada en 2012 con el 46%.
- En cuanto a las metodologías de formación, la presencial sigue siendo la formación estrella elegida por las compañías (60,3%), seguida de la formación *e-learning* (26,2%), el *coaching* (5%), la metodología *blended* (4,4%) y la experiencial (4,1%).
- Las áreas empresariales que más formación reciben son, en primer lugar, Comercial, con el 44% de la partida, seguida por el área de producción (20,1%), Informática (10,6%) y el departamento financiero (10,5%).
- El 54% de los encuestados por Adecco Training destaca la importancia de las herramientas 2.0 en el aprendizaje como garantía de gestión del conocimiento y de la transmisión de valores en la empresa.
- El 57,3% de las empresas utiliza encuestas de satisfacción al alumno al final de cada acción formativa como fórmula para medir el retorno de la inversión en formación, frente al 17,1% que utiliza indicadores individuales de desempeño y el 9,3% que emplea análisis de indicadores de negocio.
- Para 2013, las acciones de formación que se perfilan como críticas son las relacionadas con habilidades comerciales y técnico-productivas, dos acciones que claramente tienen que ver con los resultados de la empresa, convirtiéndose así la formación en una parte estratégica de las compañías.

**Madrid, 18 de diciembre de 2012.-** Una de las demandas que históricamente los empleados solicitan a sus empresas es la formación en el ámbito laboral: que las propias compañías se involucren y posibiliten la formación continua de los trabajadores. El objetivo no es otro que mejorar sus resultados dentro de la compañía y seguir renovándose y reciclándose, tanto dentro de la empresa, como en su propia carrera profesional.

Es por todo ello que **Adecco Training**, la consultora especializada en formación del Grupo Adecco, ha querido tomar el pulso al mercado laboral y saber **qué importancia se le sigue concediendo a la formación dentro de las empresas**. Este estudio llega en un momento crítico, en el que las compañías están pasando por momentos de incertidumbre, muchas de ellas están inmersas en procesos de reestructuración y la mayoría de presupuestos para 2013 se están ajustando lo más posible en previsión de un año igualmente inestable para el empleo.

Para ello, Adecco Training ha realizado una **encuesta entre 540 empresas clientes procedentes de doce sectores de actividad diferentes** en la que se ha valorado tanto las

inversiones realizadas a lo largo de 2012 como las perspectivas existentes de cara al año que comienza y los puntos clave a abordar en el sector de la formación para convertirlo en un área estratégica en todas y cada una de las empresas.

Pese a la crítica situación que atraviesan las empresas, los resultados de la encuesta son esperanzadores para el sector: **el 55% de las compañías encuestadas reconoce haber mantenido o incluso incrementado (10%) la inversión en formación en 2012**. Sin embargo, pese a los cambios suscritos con la última reforma laboral aprobada por el Parlamento y que recogía entre otros aspectos la obligatoriedad de dar 20 horas de permiso para formación a los trabajadores o la definición de un plan específico de formación para toda la plantilla de la empresa, **más de la mitad de los encuestados (55,7%) reconoce que esto no afectará a la inversión en formación**, aunque un 29,3% confiesa que existe un gran desconocimiento sobre este tema.

Para 2013, **las acciones de formación que se perfilan como críticas son las relacionadas con habilidades técnico-productivas y comerciales, dos acciones que claramente tienen que ver con los resultados de la empresa**, convirtiéndose así la formación en una parte estratégica de las compañías.

A continuación, Adecco Training presenta las principales conclusiones de la **Encuesta Tendencias en la Formación para el Empleo 2013**.

## La inversión se mantiene

Para poder desarrollar las principales directrices de la política formativa de las empresas en el próximo ejercicio es necesario partir de un análisis sobre la situación actual en la que se encuentra el sector.

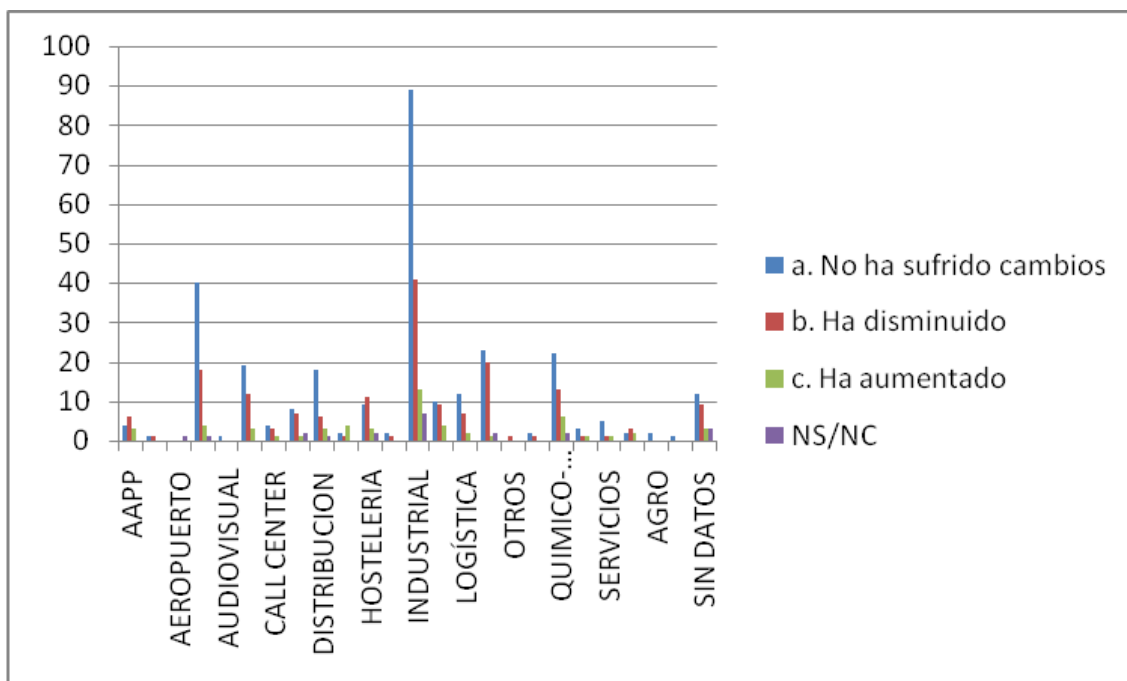
Del total de los encuestados por Adecco Training, **el 55% afirma haber mantenido e incluso incrementado (10%) la inversión en formación con respecto a 2011**, lo cual sitúa, a pesar de los tiempos que corren, a ésta como una **importante herramienta de productividad y competitividad de las empresas**.

Sin embargo, un **31,9% de ellos ha reducido su partida presupuestaria para formación a pesar de los nuevos cambios introducidos en la última reforma laboral** en los que se recogía, entre otros aspectos, la obligatoriedad de dar 20 horas de permiso para formación a los trabajadores o la definición de un plan específico de formación para toda la plantilla de la empresa, lo que hacía pensar en una mayor inversión en formación.

Además, **más de la mitad de los encuestados (55,7%) reconoce que estos cambios normativos no afectarán a la inversión en formación para el próximo año**, aunque un 29,3% confiesa que existe un gran desconocimiento sobre este tema y no sabe si realmente la reforma laboral variará o no las partidas dedicadas a la formación en las empresas.

El **porcentaje elevado de la inversión realizada en 2012 se ha destinado a habilidades comerciales y técnicas**, lo que refuerza la conclusión de que la inversión en formación está íntimamente ligada a los resultados de la empresa. Y las previsiones para 2013 siguen en la misma línea: el 55% de los encuestados cree que la mayor parte del presupuesto se dedicará a este tipo de actividades.

¿Cómo se ha visto alterado el presupuesto destinado a formación en su empresa con respecto al ejercicio anterior?



Con respecto al ejercicio anterior, **ha aumentado la formación que se imparte internamente** en las empresas y dentro de esta parcela **es la formación de formadores la más demandada en 2012 (46%) y lo será también en 2013 (49,5%)**.

Ésta es, cada vez más, una apuesta con más peso, sin embargo no como se ha concebido hasta la actualidad sino dando mucho más valor a la generación de herramientas pedagógicas y su explotación en el aula (vídeos, dinámicas, podcast, blogs, foros...). La destreza en herramientas 2.0 se convierte en punto clave para que los formadores internos se posicionen y gestionen correctamente el talento y el conocimiento interno.

En cuanto a las metodologías de formación, **la presencial sigue siendo la formación estrella elegida por las compañías (60,3%), seguida de la formación e-learning (26,2%), el coaching (5%), la metodología blended (4,4%) y la experiencial (4,1%)**.

El *e-learning* (o aprendizaje electrónico) es más demandado por sectores concretos como el de Call Center (40,4%) o el de las Administraciones Públicas (29,8%), ambos en busca de la autogestión individual del entorno de formación y aprendizaje. El *coaching* es más empleado en Hostelería (14,7%) y en Office (12,2%) mientras que la formación *blended* (a medio camino entre la formación presencial y la electrónica) es más demandada por el sector Servicios (26,7%) y por el área I+D (20,3%). Por último, la formación *outdoor* es solicitada en mayor medida por el sector Sanitario (20,6%) y el de Banca y Seguros (17,1%).

### ¿Qué nos deparará 2013?

Para el próximo año, **las acciones de formación que se perfilan como críticas son las relacionadas con habilidades técnico-productivas y comerciales, dos acciones que claramente tienen que ver con los resultados de la empresa**, convirtiéndose así la formación en una parte estratégica de las compañías.

En cuanto a las metodologías de formación, las previsiones para este año serán: un 62% destinado a modalidad presencial (1,7 puntos porcentuales más de lo invertido en 2012), 29% a

*e-learning* (2,8 p.p. de incremento), algo menos del 6% para *coaching* (ligero incremento de menos de un punto porcentual), y el resto se repartirá a partes iguales entre la formación *blended* y la experiencial (mantienen o disminuyen ligeramente sus partidas con respecto a 2012).

## Externalización y entorno 2.0

Cuando se trata de formación empresarial, los procesos de *outsourcing* o externalización de servicios son habituales a la hora de impartir el conocimiento. Son cuatro las áreas que normalmente se externalizan con proveedores: la impartición de la formación, la gestión administrativa de los planes, la gestión de la bonificación y la labor de consultoría.

Entre los encuestados por Adecco Training, **es la impartición el proceso que más externalizan las empresas (65,3% de media)**, seguido por la gestión de la bonificación (54,9%). Paradójicamente, las dos áreas que más se externalizan son las dos que más y menos valor añadido ofrecen a las empresas, respectivamente.

En tercer lugar, se externaliza la gestión administrativa de los planes de formación (30,7%) y por último, la acción que menos se deja en manos de *partners* es la labor de consultoría (18,3% de media).

Por otra parte, preguntados por la **importancia de las herramientas 2.0 en el aprendizaje, los encuestados por Adecco Training aseguran que éstas son herramientas básicas para una buena formación (54%)**. Para las empresas, la integración de las herramientas 2.0 en cualquier proceso formativo, individual o colectivo, son garantía de gestión del conocimiento y de la transmisión de valores en la compañía. Así, cada persona tiene la posibilidad de crear su propio entorno de aprendizaje, seleccionando los temas, las herramientas y los gurús que más le aportan. El PLE (*personal learning enviroment*) se convierte en una realidad más cercana para todos.

Son el sector Industrial, el de Office y el Químico-Farmacéutico, quienes valoran en mayor medida la importancia de estas herramientas.

## Hacia la mejora del retorno de la formación

Una de las asignaturas pendientes en el campo formativo es la manera en que se cuantifica el retorno de la formación: **los métodos y herramientas de medición son deficitarios, según los encuestados por Adecco Training**.

El **57,3% de las empresas utiliza encuestas de satisfacción al alumno al final de cada acción formativa como fórmula para medir el retorno de la inversión en formación**, frente al 17,1% que utiliza indicadores individuales de desempeño o el 9,3% que emplea análisis de indicadores de negocio.

El método habitual para medir el éxito de un programa, por tanto, se basa en la opinión de los participantes acerca de la soltura y capacidad oratoria del ponente, el material entregado y otros aspectos relacionados con el entorno físico donde se realiza la formación. O lo que es lo mismo, una puntuación que indica el nivel de satisfacción de los alumnos.

Es responsabilidad de las empresas y de sus *partners*, garantizar que **cada hora que destina un trabajador a formarse, repercute de forma exponencial en la cuenta de resultados**.

Por todo ello, Adecco Training ha establecido diferentes pasos para mejorar el retorno de la inversión en formación y evolucionar hacia métodos más eficaces:

- En primer lugar, es necesario entender el momento que atraviesa cada empresa y cuál es su estrategia a corto y medio plazo. Sus retos y planes de negocio.

- Analizar en profundidad las capacidades reales de todas y cada una de las personas que componen la plantilla.
- Establecer un plan de áreas de mejora sobre el que se basarán los planes de desarrollo (individuales y organizacionales).

En este sentido es importante dar respuesta a cuestiones fundamentales como:

- ¿Sabemos cuáles son los comportamientos observables necesarios para conseguir incidir en las variables críticas de negocio?
- ¿Hemos establecido hitos de seguimiento a lo largo del programa?
- ¿Estamos preparados para establecer planes de acción orientados a reforzar los comportamientos necesarios?

La clave de todo el proceso se ha de centrar en la **capacidad de la empresa para definir los comportamientos observables realmente críticos**, aquellos que realmente nos llevan a conseguir mejores resultados de negocio.

## El debate: ¿cómo gestionamos los recursos?

La mayoría de las empresas encuestadas por Adecco Training coinciden en que, con la situación actual del mercado de trabajo y la economía en general, han de enfrentarse a la compleja tarea de adquirir y desarrollar nuevas competencias dentro de la organización que favorezcan una mejor capacidad de adaptación de la empresa a un entorno adverso.

De este modo, surgen para las compañías retos de racionalización económica o de mejora de la productividad, desafíos de diversificación de productos, clientes y mercados, de innovación en los procesos de generación de valor o de mejora de la eficacia comercial, entre otros. Estos desafíos **requieren de equipos más y mejor formados en competencias específicas para liderar esos procesos y adecuadamente alineados con la estrategia empresarial**.

No obstante, ello coincide con una enorme restricción presupuestaria en el ámbito formativo, por lo que **surge el problema de cómo financiar la formación**.

Desde el punto de vista de la gestión de los costes, **se observan prácticas en las empresas dirigidas a capacitar al formador interno para que sea éste quien replique la actividad formativa en el seno de la organización**. Este tipo de prácticas se completan con contenidos de formación *e-learning* (microcápsulas, podcasts, vídeos...) y el recurso al trabajo colaborativo online en el que formadores y mentores internos dinamizan y tutorizan la actividad formativa de los compañeros. La empresa externaliza el diseño pedagógico, la formación de formadores y el diseño de contenidos, pero imparte y trabaja los contenidos con recursos propios.

También se observan en este sentido prácticas que tienden a sistematizar la gestión del conocimiento, para que el mismo esté disponible para todo aquel que lo requiera.

Desde el punto de vista de la gestión de los presupuestos, empieza a surgir una preocupación creciente en las compañías por **optimizar el uso del crédito de la formación de demanda**, por entender de qué modo pueden utilizarse los Permisos Individuales de Formación (PIF) o saber **de qué modo pueden acceder a subvenciones formativas** acordes a sus necesidades e intereses.

En este sentido, es llamativo el importante desconocimiento de buena parte del tejido empresarial sobre las fuentes de financiación de la formación, especialmente entre las empresas de menor dimensión. Ayudas y subvenciones concebidas para financiar diagnósticos de necesidades, formación para la innovación y/o para la internacionalización, o la formación para el uso intensivo de las TIC, entre otras, son las grandes desconocidas para las compañías.

Por último, es importante destacar el **escaso calado que tienen todavía en las empresas algunas de las medidas derivadas de la última reforma laboral**, como son el nuevo modelo del contrato para la formación y el aprendizaje o las primeras convocatorias para recibir formación dual.

### **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:*

Patricia Herencias/Luis Perdiguero  
Dpto. de Comunicación Adecco  
Tlf: 91 432 56 30  
[patricia.herencias@adecco.com](mailto:patricia.herencias@adecco.com)  
[luis.perdiguero@adecco.com](mailto:luis.perdiguero@adecco.com)

Laura Llauradó /Laura García  
Trescom Comunicación  
Tlf: 91 411 58 68  
[laura.llaurado@trescom.es](mailto:laura.llaurado@trescom.es)  
[laura.garcia@trescom.es](mailto:laura.garcia@trescom.es)