


















## LA APLICACIÓN EN LA EMPRESA





	<b>1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO</b>	<b>5</b>
	<b>2. PRESENTACIÓN DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL COMERCIO EN LA CIUDAD DE BURGOS</b>	<b>7</b>
	2.1. GISCOM	7
	2.1.1. Actividad comercial y tipo de negocio	
	2.1.2. Trabajadores del sector	
	2.1.3. Análisis de la estructura del sector en Burgos	
	2.2. ESTUDIO FUNCIONAL DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	10
	2.3. ESCUELA DE VERANO	13
	<b>3. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE LA FORMACIÓN</b>	<b>14</b>
	3.1. NIVELES DE EVALUACIÓN	14
	3.2. MÉTODOS APLICADOS PARA LA RECOGIDA DE DATOS	15
	<b>4. EVALUACIÓN DE LAS ACCIONES FORMATIVAS</b>	<b>17</b>
	4.1. EVALUACIÓN CUANTITATIVA	17
	4.1.1. Cursos FORCEM	
	4.2.2. Otros cursos específicos para el sector	
	4.2. EVALUACIÓN CUALITATIVA	55
	4.2.1. Entrevistas en profundidad	
	4.2.2. Paneles de expertos	
	<b>5. ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN</b>	<b>69</b>
	<b>6. PRINCIPALES CONCLUSIONES</b>	<b>74</b>
	<b>7. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS</b>	<b>77</b>
	<b>8. EQUIPO TÉCNICO</b>	<b>77</b>



# **Objetivos del estudio**

Este estudio se ha centrado en el análisis de la formación continua en el comercio de proximidad y su posterior aplicación en el mundo de la empresa.

El objetivo perseguido ha sido analizar la aplicación de los contenidos aprendidos en el puesto de trabajo y en las diferentes áreas de la empresa, así como la formación continua llevada a cabo por las PYMES del sector comercio, analizando el nivel de satisfacción y el grado de aprovechamiento de los alumnos que han acudido a formación.

La Federación de Empresarios de Comercio de Burgos muestra un interés creciente sobre el conocimiento de la evolución del sector y el mercado laboral, lo que le permite establecer nuevos retos y analizar las potencialidades y oportunidades existentes en el sector.

En el mercado laboral actual no sólo es necesario captar a los mejores, es esencial también desarrollar a los empleados.

La calidad de las personas, sus conocimientos, experiencias y cualidades son las herramientas más valiosas de competitividad para las empresas del comercio, trazan el camino para alcanzar los objetivos empresariales, siendo fundamental integrar la gestión y desarrollo de los empleados.

Este planteamiento implica que la empresa ha de ser dinámica y creativa, estableciendo como premisa fundamental el valor de la formación como un activo de los empleados, se hace necesario que los trabajadores del comercio mantengan y mejoren su cualificación profesional, aumentando la competitividad de la empresa, ya que de esta forma se verán consolidados los puestos de trabajo, evitando además, a largo plazo, la falta de profesionales cualificados.

El *“Análisis de la Formación Continua en el Comercio de Proximidad de Burgos: la Aplicación en la Empresa”*, ha tenido, por tanto, como uno de sus objetivos principales, ser un mecanismo por el cual las empresas del comercio puedan tener una visión global sobre el grado de aprovechamiento, aplicación y nivel de satisfacción de las acciones formativas realizadas, estableciendo así qué acciones formativas son las más demandadas. Se ha pretendido además identificar aquellas acciones formativas cuyos contenidos tienen un mayor grado de aprovechamiento y transferencia al puesto de trabajo, así como señalar en que áreas funcionales de la empresa, la formación continua recibida aporta nuevos conceptos de mejora y competitividad.

A su vez, el estudio ofrece una evaluación de las acciones formativas realizadas por los empleados de este sector, así como de las necesidades de formación requerida, expectativas y proyección del sector para el futuro y de los problemas principales a los que se enfrenta.

La información recogida en este estudio y su posterior análisis va a permitir a la FEC adaptar en mayor medida el *“Plan Estratégico de Formación para el comercio 2004-2008”*, en función del puesto de trabajo y el área de la empresa en la que el trabajador desempeña sus funciones. Este Plan que integra las acciones de formación continua que realiza la FEC se va perfeccionando a medida que los diferentes subsectores de actividad definen sus propios Planes de Formación. Propone el desarrollo a través de un itinerario formativo definido y adaptado al puesto de trabajo y categoría profesional de cada uno de los trabajadores del sector comercio, con el fin de obtener una CERTIFICACIÓN de CUALIFICACIÓN PROFESIONAL de cada alumno.



# Presentación de la estructura empresarial del comercio en la ciudad de Burgos

## 2.1. GISCOM

Para definir y disponer de una aproximación a la estructura empresarial del comercio en Burgos se ha utilizado el GISCOM, una herramienta informática creada por la FEC que permite visualizar información de los comercios de Burgos sobre una base cartográfica (mapas, callejeros urbanos, ...) proporcionando diversas posibilidades de gestión de la información desde una perspectiva espacial.

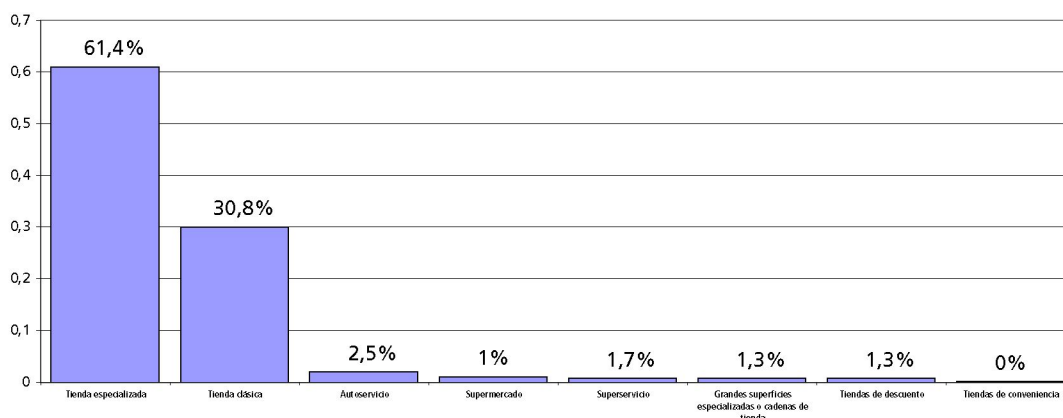
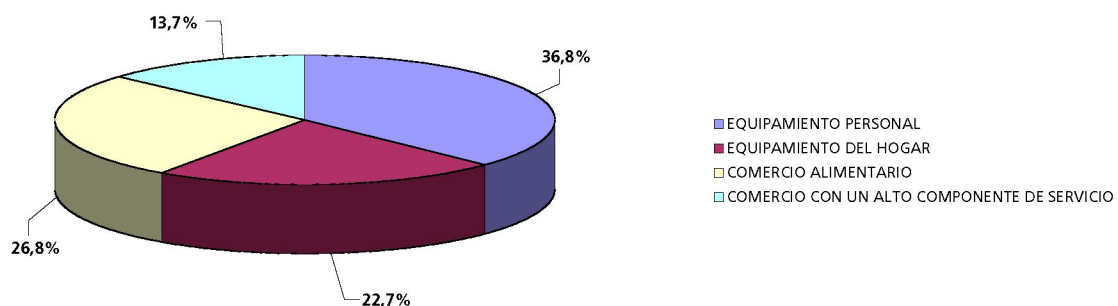
Se trata de una plataforma de apoyo a la decisión estratégica y a la mejora competitiva del comercio minorista. Para ello, ofrece la posibilidad de realizar diversas acciones de Geomarketing, como son: simulaciones de buzoneo, obtención de zonas de influencia de los establecimientos, acceso a las características socioeconómicas de la población, estudio de la competencia y obtención de nichos de mercado. El resultado de estas acciones se muestra en forma de mapas y tablas.

Para ello, cuenta con otra información relevante para el comercio, como puede ser la ubicación de la actividad comercial asociada, la de los locales vacíos, y cualquier otra información que sea susceptible de ser georreferenciada (situada sobre un plano en base a su dirección postal).

La información incluida en el GISCOM ha sido recogida mediante diferentes encuestaciones, tanto para recoger la información inicial como para mantenerla actualizada, en colaboración con la Universidad de Burgos.

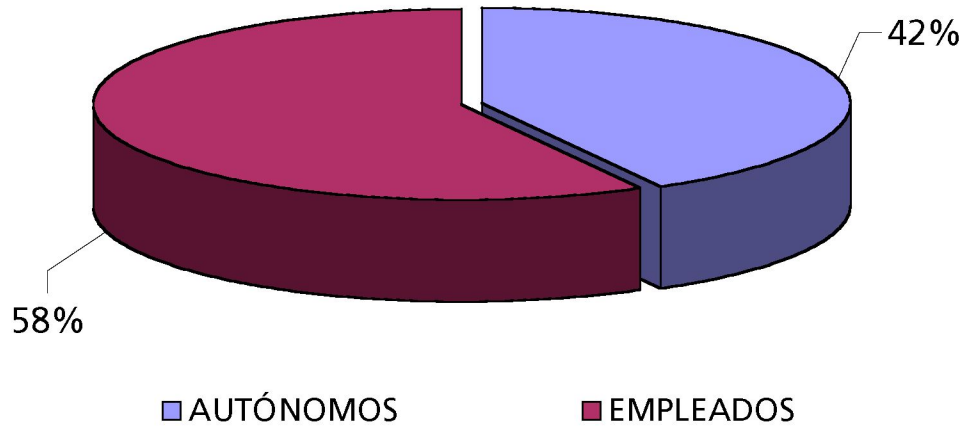
### 2.1.1. Actividad comercial y tipos de negocio

DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

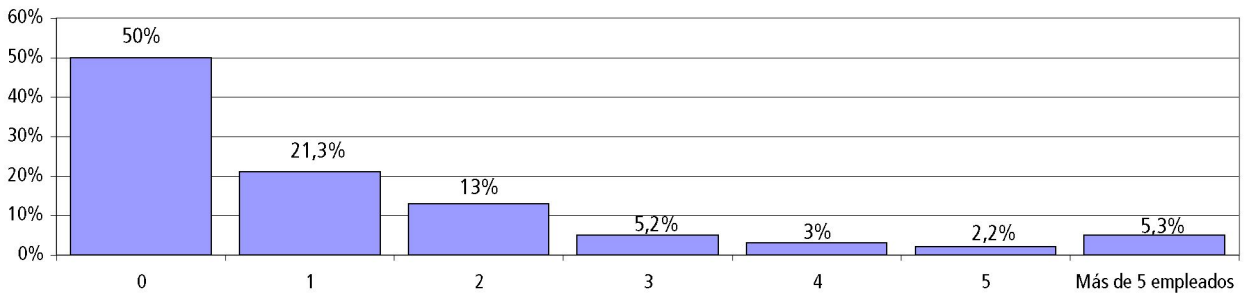


## 2.1.2. Trabajadores del sector

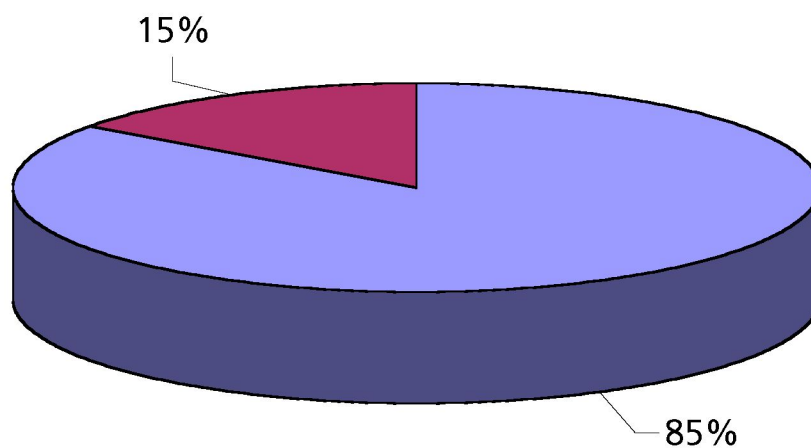
### DISTRIBUCIÓN EMPLEADOS/AUTÓNOMOS



### PORCENTAJE DE EMPLEADOS POR COMERCIO

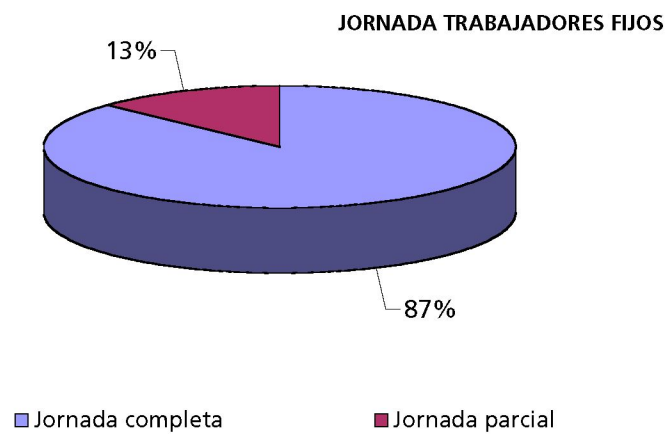


### TRABAJADORES FIJOS Y TEMPORALES

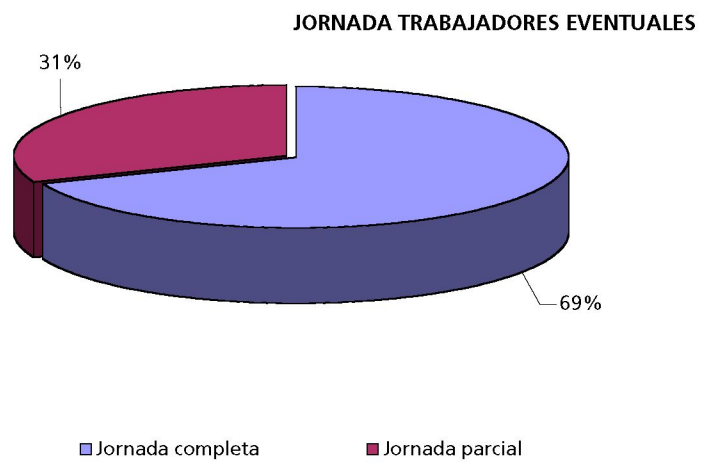




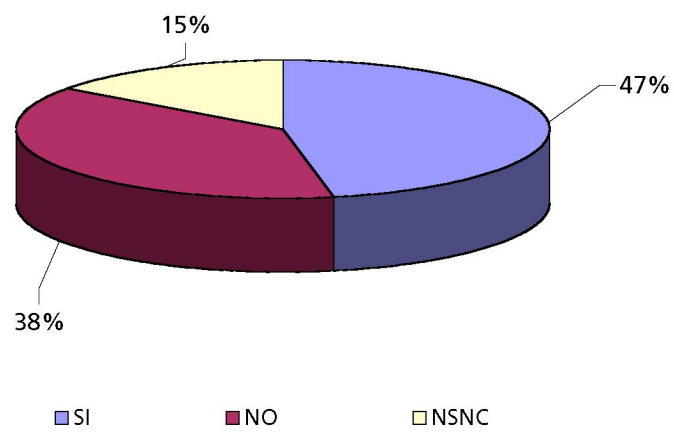
## TRABAJADORES CON CONTRATACIÓN TEMPORAL



## TRABAJADORES CON CONTRATACIÓN TEMPORAL



## ACTITUD INICIAL ANTE LA FORMACIÓN



### 2.1.3. Análisis de la estructura del sector en Burgos

– La actividad comercial predominante es el comercio del equipamiento personal (36,8%), seguido del comercio alimentario (26,8%) y del comercio dedicado al equipamiento del hogar (22,7%). El comercio con un alto componente de servicio representa el porcentaje más bajo de la actividad comercial, un 13,7%.

– En cuanto al tipo de negocio, el 61,4% de las empresas son tiendas especializadas, es decir comercios especializados en líneas de productos: textil, calzado, carnicerías... y un 30,8% tiendas clásicas, las tradicionales. Este es un factor clave a la hora de diseñar las acciones de formación y definir los objetivos de aplicabilidad. Al tratarse mayoritariamente de empresas muy especializadas en una línea de producto, mayor será la aplicación de conocimientos al puesto cuanto más adaptada al tipo de actividad sea la formación.

– El número estimado de trabajadores en el sector es de 3.842, de los cuales un 42% son autónomos y un 58% empleados por cuenta ajena. El número de trabajadores del comercio en Burgos es lo suficientemente alto como para valorar positivamente el esfuerzo que se realiza tanto en programas de formación orientados al sector como en otro tipo de acciones dirigidas a desempleados que pretenden preparar y facilitar el acceso de éstos a una actividad, el comercio, que genera y mantiene un buen número de empleos.

El autónomo acude con más facilidad a acciones formativas, está más motivado, pero necesita una estructura mínima en su empresa que le permita acudir a cursos cuando éstos coinciden con el horario comercial.

– Aproximadamente el 50% de los comercios no tiene ningún empleado. Los comercios que sí tienen empleados son generalmente empresas con uno o dos trabajadores por cuenta ajena, siendo excepcionales los comercios con más de ocho empleados. Por tanto, el comercio tipo es una empresa pequeña y con una estructura en cuanto a recursos humanos sencilla: uno o dos empleados, e incluso empresas familiares sin empleados pero con varios autónomos.

– El comercio es un sector con trabajo estable: el 85% de los empleados por cuenta ajena tienen un contrato indefinido y el tipo de jornada más habitual tanto en empleados fijos como temporales es la jornada completa. Las contrataciones temporales son más frecuentes en periodos de actividad con índices de venta más elevados, como pueden ser Navidad y las temporadas de rebajas.

– La actitud inicial ante la formación es positiva: un 47% de los encuestados está interesado en recibir formación específica, curiosa afirmación que no se traduce en una realidad concreta, pues es mucho menor el número de empresas que acuden con frecuencia a acciones de formación.

## 2.2. ESTUDIO FUNCIONAL DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

En el año 2004 la Federación de Empresarios de Comercio desarrolló un estudio en profundidad de la gestión de los Recursos Humanos en el sector.

El "*Estudio Funcional de los Puestos de Trabajo en el Comercio*" permitió concretar una serie de dificultades a las que el sector se enfrenta. Participaron 393 empresas del sector y se obtuvo un conocimiento más exhaustivo acerca de la gestión que las empresas estaban realizando de sus empleados, a través de qué fuentes eran seleccionados, qué tipos de pruebas de selección aplicaban, qué formación recibían, cuál era el clima laboral dentro de la empresa...

En el estudio no solo se incluyó la opinión y valoración del empresario, sino también un punto de vista hasta entonces no tenido en cuenta: el de los propios empleados del sector. De esta forma se obtuvo información de los puestos de trabajo y las personas que lo ocupan, tareas y responsabilidades que asumen, motivación y ambiente de trabajo.

La recogida de información se realizó con herramientas cuantitativas, encuestas, y cualitativas, entrevistas a empleados y empresarios. Estas entrevistas, a través de la ficha "Análisis Funcional del Puesto de Trabajo" se pudo determinar qué cualificación, formación y competencias son necesarias para que empleado y empresario desempeñen correctamente su trabajo y la empresa continúe progresando a un buen ritmo.

Una parte de las encuestas y las entrevistas hacía referencia a la participación en acciones de formación continua en la empresa y al nivel de formación-cualificación de los empleados y empresarios: necesidades formativas y participación en acciones formativas.

Reflejamos en este informe las principales conclusiones obtenidas en el "Estudio Funcional de los Puestos de Trabajo" acerca de la formación como un primer acercamiento a la situación del sector en este ámbito:

1. Un 83% consideraba que su plantilla tenía los conocimientos adecuados para desempeñar su trabajo pero el 100% de los empresarios mostraron que siguen existiendo áreas en las que se necesita mejorar y actualizar conocimientos, considerando muy importantes las acciones de formación continua.

Estas carencias están relacionadas con el desempeño diario del trabajo – producto, aprendizaje de procesos, motivación, trabajo en equipo, gestión empresarial – y ante acciones de promoción comercial – técnicas de venta, atención al cliente, merchandising, escaparatismo, nuevas iniciativas, diseño y desarrollo de acciones de promoción.

Los empleados también manifestaban carencias en estos mismos temas, siguen deseando mejorar en atención al cliente. Solo un 31% de los empleados entrevistados tenían formación especializada en su sector comercial.

2. Un 44% de los empresarios consideraba que necesita formarse en algunos aspectos, principalmente aquellos que comprenden el área de gestión de empresa y nuevos mercados.

3. El 52% de los empleados había recibido formación en el puesto de trabajo, por parte, en la mayoría de los casos, de sus compañeros o jefe inmediato.

Si el empleado recibe la formación al incorporarse a un nuevo comercio únicamente de esta forma corre el riesgo de "desaprender", es decir si el empresario o sus compañeros utilizan metodologías y maneras equivocadas en la gestión del comercio éste las asumirá como adecuadas y positivas. En la mayoría de los casos este tipo de formación es el único que recibían.

Cuando en la descripción de los puestos de trabajo se preguntaba al empleado por los conocimientos técnicos, habilidades, competencias y experiencia que consideraban imprescindibles para realizar las tareas del puesto, se paraban a pensar, después concretaban que es básica la atención al público y el conocimiento del producto, dos campos que engloban muchos matices y cantidad de habilidades, competencias y conocimientos.

El empleado del comercio, por tanto, **infravalora** los conocimientos no solo que necesita, sino los que ya posee. Muchos responden que no se necesita nada, cuando en la práctica están haciendo uso de muchos conocimientos.

El empleado se infravalora porque la percepción social que existe sobre el comercio es que para vender y estar detrás de un mostrador vale cualquiera; el asumir esta premisa como válida lleva a muchos empleados a subestimarse, lo que conlleva una desmotivación por el trabajo y por formarse y mejorar día a día.

4. La participación en acciones formativas según las respuestas a las encuestas era alta (54%); la experiencia de la FEC en este campo, así como las entrevistas, no concuerdan con este dato, la participación en acciones formativas es más bajo.

5. La formación se ha realizado ante acciones de promoción comercial – técnicas de venta, atención al cliente, escaparatismo– para actualizar los conocimientos y ponerse al día en nuevas tendencias y cuando han detectado falta de conocimientos para el correcto desempeño del puesto.

6. La mayor dificultad que encontraban los empresarios para que ellos o sus empleados acudan a cursos es el horario: la jornada partida de trabajo deja un margen limitado para participar en acciones de formación continua.

7. Para una gran parte de los consultados la calidad de la formación que han recibido es buena, satisface sus expectativas.

8. En la mayoría de las empresas no se facilitaba que los empleados acudan a formación: Para el 57% de los empresarios, las acciones formativas deben llevarse a cabo fuera de las horas de trabajo.

Cuando los empleados han acudido a formación ha sido para mejorar su cualificación, reciclarse profesionalmente y en algunos casos para mejorar sus expectativas laborales.

9. La opinión sobre la oferta de formación continua que hay en el mercado es buena, un 60% la consideraba aceptable. Es importante tener en cuenta que el 19% desconocía esta oferta.

10. El 70% de empresas que habitualmente participan en acciones de formación continua lo han hecho a través de acciones continuas gratuitas.

11. Los principales resultados obtenidos de las acciones formativas son: contar con personal más cualificado, que el personal se sienta más valorado y permanezca en la empresa y que aumente la venta progresando la empresa a buen ritmo.

#### *Empresas que no realizan formación:*

1. Los principales motivos que llevaban a estas empresas a no participar en acciones formativas son que los empleados no están interesados debido, sobre todo, al problema del horario y evaluaciones negativas de cursos en los que han participado.

2. Estas empresas estaban dispuestas a realizar formación si estas acciones formativas fueran más específicas y dieran una respuesta más concreta a las necesidades de la empresa.

3. Las acciones formativas debían llevarse a cabo fuera de las horas de trabajo, 64%, porcentaje mayor que el de aquellas empresas que sí realizan acciones formativas, 57%.

4. Un 53% desconocía la oferta de formación continua y un 56% no conocía los medios a través de los cuales los empleados pueden acceder a formación continua gratuita, porcentajes ambos más elevados que entre aquellas empresas que realizan formación.

Este estudio previo puso, por tanto, de manifiesto que la participación en acciones formativas se puede y debe mejorar:

- Se debe tomar conciencia de que la formación es una vía importante para mejorar los resultados de la empresa. La atención profesional que el pequeño comercio ofrece al cliente es una de sus fortalezas, no formarse significa perder esta ventaja competitiva.

- Hay que realizar un esfuerzo en participar en acciones formativas y buscar fórmulas que faciliten al empleado y al empresario acudir a esta formación.

- La información acerca de la formación que existe en el mercado y la forma de participar gratuitamente parece que no llega a todos, hay que mejorar en este punto para que la información, además de llegar al empresario, llegue también al empleado.

### **2.3. ESCUELA DE VERANO**

La Federación de Empresarios de Comercio organiza e imparte a lo largo del mes de julio la Escuela de Verano. Se trata de diferentes mesas redondas donde se profundiza en diversos temas de actualidad que preocupan al sector. La Escuela de Verano está abierta a la participación de empresarios y empleados del sector, centrales sindicales, expertos en el tema a tratar, entidades públicas como el Ayuntamiento de Burgos, la Junta de Castilla y León, la Universidad de Burgos... y todas aquellas personas vinculadas al comercio y que estén especialmente interesadas en la problemática del sector.

Una de las mesas redondas que se mantiene en las diferentes ediciones de la Escuela de Verano es la referente a la Formación Continua. Estas son las principales conclusiones de las últimas mesas redondas celebradas, que muestran la preocupación del sector por la mejora continua a través de la formación:

- La formación continua es un factor clave para mantener y mejorar la competitividad del sector. No solo el empleado ha de esforzarse en ampliar conocimientos, también el empresario debe comprometerse a facilitar la formación y a mejorar su propio nivel de cualificación.

- Se puede trabajar en una nueva línea: la adaptación de los contenidos formativos de los ciclos de la Formación Profesional en función del subsector de actividad del comercio, garantizando así a medio plazo unos futuros candidatos con un mayor ajuste entre su preparación académica y la demanda laboral del sector.

- Se necesita sensibilizar y motivar hacia la formación, ligando el concepto de formación al de rentabilidad a corto plazo.

- Las organizaciones deben apoyar a las empresas planificando la actividad formativa y ayudando en la tramitación administrativa de la financiación.

Es necesario flexibilizar más el entorno administrativo de la formación, aun manteniendo un control estricto sobre la utilización de los fondos públicos, para poder facilitar una formación específica y especializada.

# Metodología de evaluación de la formación

## 3.1. NIVELES DE EVALUACIÓN

El presente estudio pretende conocer el nivel de aplicabilidad de los aprendizajes adquiridos en la formación continua al puesto de trabajo.

Con este objetivo se ha realizado un análisis de la formación en diferentes niveles:

### **1. Satisfacción del participante con la formación:**

Detectar la opinión de los participantes sobre la formación recibida y su nivel de satisfacción al respecto:

- La adecuación de la formación a sus necesidades y expectativas.
- El logro de los objetivos planteados por la formación.
- La calidad de los contenidos: su adecuación, nivel, profundidad, interés, proporción entre teoría y práctica.
- La calidad de los recursos pedagógicos: documentación, materiales audiovisuales, equipos de proyección...
- El formador: sus conocimientos y habilidades a nivel pedagógico, comunicativo, de conducción de grupos...
- El clima creado en el grupo y el nivel de participación.
- La calidad de otros recursos puestos en juego, como las aulas y espacios, los servicios, los horarios, la información recibida...
- Las posibilidades de aplicación de la formación en el puesto de trabajo.
- Sus sugerencias y propuestas de mejora.

### **2. Coherencia pedagógica del proceso de formación**

Se centra en determinar el nivel de coherencia interna del proceso de formación desde un punto de vista pedagógico. Indaga sobre la adecuación pedagógica tanto del diseño como de la impartición de la formación, para alcanzar los objetivos fijados de la forma más eficaz y eficiente. Los elementos que se evalúan en este nivel son aquellos relacionados con el diseño y la realización de la formación y con su adecuación al colectivo destinatario:

- Objetivos de la formación: se analiza su adecuación a la necesidad o necesidades que se pretenden cubrir, su adecuación al nivel del colectivo destinatario y su calidad de formulación y redacción.
- Contenidos: se determina su adecuación a los objetivos fijados, la adecuación de su selección, su nivel de concreción y estructuración y el equilibrio entre contenidos teóricos y prácticos.
- Metodología: se analiza su adecuación a los objetivos fijados y a los contenidos seleccionados, la pertinencia de los métodos y técnicas, la presencia y adecuación de métodos prácticos y la calidad en la aplicación de la metodología.
- Recursos Humanos: se evalúan las competencias docentes de los formadores, tanto a nivel de conocimientos y de experiencia práctica como de capacidad pedagógica y de conducción de grupos.
- Recursos materiales y funcionales: se analiza la adecuación y calidad de los espacios, el mobiliario, los recursos pedagógicos, los horarios.

### 3. Transferencia de los aprendizajes al puesto de trabajo

Se centra en detectar los cambios acontecidos en el puesto de trabajo como consecuencia de la formación, la traducción de los aprendizajes a cambios en la conducta laboral de las personas.

Este nivel es el objetivo principal del estudio, ¿los participantes aplican lo que han aprendido?:

- ¿Los objetivos de formación se han cumplido?, ¿Han adquirido las competencias previstas?
- Detectar si las competencias adquiridas con la formación se aplican en el entorno de trabajo y si se mantienen a lo largo del tiempo.
- Los participantes autoevalúan la transferencia al puesto y valoran las posibles barreras existentes para esta aplicación de aprendizajes.
- El empresario conoce con detalle el desempeño diario de sus colaboradores y observa si se están aplicando o no esos aprendizajes.

### 4. Impacto de la formación en los objetivos de la organización

En este nivel se trata de conocer las repercusiones que la realización de unas acciones formativas conllevan para la empresa:

- Cambios que la realización de unos aprendizajes, gracias a la formación y su aplicación al puesto de trabajo, genera en el comercio.
- La evaluación del impacto se centra así en detectar los resultados y beneficios que la formación aporta a la empresa.

## 3.2. MÉTODOS APLICADOS PARA LA RECOGIDA DE DATOS

Para evaluar estos niveles y profundizar en el nivel 3, la aplicación al puesto de trabajo, y el nivel 4, impacto de la formación en la empresa, se han utilizado métodos cuantitativos y cualitativos a través de los cuales se ha obtenido información relevante para la investigación:

#### 1. Métodos Cuantitativos:

##### **Cuestionario al participante:**

Al finalizar las acciones formativas todos los participantes completan un cuestionario acerca del curso realizado. En este cuestionario se recoge información sobre los objetivos y contenidos del curso, la metodología aplicada, el profesorado, los materiales, la organización, las aulas, la aplicación al puesto de trabajo...

#### 2. Métodos Cualitativos:

##### **Entrevistas en profundidad:**

Se han recogido un total de 50 entrevistas, dirigidas todas ellas a empleados del sector comercio de la ciudad de Burgos, cuyo requisito imprescindible ha sido que hubiesen participado en acciones formativas durante los últimos doce meses.

La herramienta de recogida de información pertenece a la investigación cualitativa, y esto ha supuesto llevar a cabo un proceso de reflexión, observación y análisis para poder extraer las conclusiones que se aportan.

Las diferentes fases por las que ha discurrido esta recogida y análisis de información se pueden sintetizar en los siguientes apartados:

1. Elaboración del guión: Se estructuró partiendo de los objetivos propuestos inicialmente, teniendo presente la longitud y tiempo empleado para desarrollar la entrevista, ya que se ha llevado a cabo en el puesto de trabajo del empleado del pequeño comercio.

2. Selección de la muestra: El tamaño de la muestra,  $n=50$ , fue calculado de manera no probabilística. Los elementos muestrales fueron seleccionados del universo muestral de manera aleatoria.

3. Formación de los entrevistadores: Se han desarrollado varias sesiones de información-formación dirigidas a los entrevistadores encargados de recopilar las respuestas y opinión vertidas por la persona colaboradora. El fin de estas sesiones ha sido que conociesen el objetivo del estudio y las pautas que deben seguir a la hora de realizar la entrevista.

4. Proceso de citación: Teniendo siempre presente que las entrevistas se iban a desarrollar en el puesto de trabajo del entrevistado, se pautó, en colaboración con los sujetos objeto de análisis, el lugar, fecha y hora donde iba a tener lugar la reunión.

5. Desarrollo de la entrevista: El guión establecido ha marcado el ritmo y la estructura de la misma. Se ha intentado crear un clima de confianza con el sujeto entrevistado, con el fin de que sus respuestas fueran lo más ajustadas y cercanas a la realidad. Las herramientas con las que ha contado el entrevistador han sido el guión y una grabadora que ha registrado la conversación mantenida. El uso de esta última herramienta ha ayudado a fidelizar los comentarios vertidos, a la par que no se distraía la atención del sujeto entrevistado (caso contrario al transcribir toda la conversación en papel en el mismo instante).

6. Análisis de los resultados: Debemos señalar que la grabación de la conversación no ha sido posible en todas las entrevistas mantenidas, dado que algunas personas no se sentían cómodas ante esta situación. Por ello, tras la reunión con el sujeto, se anotaban todas las respuestas del modo más fidedigno posible. El proceso de análisis se ha basado en la transcripción de la conversación y en las observaciones contempladas por el entrevistador.

7. Informe de las entrevistas: esta tarea implica fraccionar y seleccionar el material recogido en base al criterio elegido, que en este caso ha sido la temática de los diferentes bloques establecido en el guión. Las observaciones que se anotaron en el desarrollo de las entrevistas han servido como apoyo al informe final.

### **Paneles de Expertos:**

Son muy eficaces para obtener información acerca de cambios de actitudes, percepciones y puntos de vista. Los participantes aportan, a través de conversaciones grupales previamente planeadas, sus particulares puntos de vista, fomentando la discusión grupal.

Se han realizado dos paneles de expertos con dos grupos homogéneos en cuanto al perfil de sus componentes, uno con empresarios del sector cuyos empleados, además de ellos, habían participado en acciones de formación, y otro con empleados.

El moderador del grupo elaboró un guión para dirigir el panel, en el que se estructuraron los temas a tratar en forma de preguntas abiertas.

En todo momento se ha tratado de fomentar un clima de confianza que ha estimulado la participación.

Como último paso, se ha analizado el contenido de los datos registrados, procediendo a su interpretación y elaboración de conclusiones.



# Evaluación de las acciones formativas

## 4.1. EVALUACIÓN CUANTITATIVA

### 4.1.1. Cursos FORCEM AÑO 2005

Número total de cursos	43
Total de alumnos que completan el cuestionario	503
Porcentaje de horas presenciales	33%
Porcentaje de horas no presenciales	67%

#### HORARIO DE LOS CURSOS

Dentro de la jornada laboral	7%
Fuera de la jornada laboral	92%
Ambos	1%

ACCIÓN FORMATIVA	Nº DE CURSOS DE ESTA ACCIÓN	Nº HORAS PRESENCIALES	Nº HORAS A DISTANCIA
Aplicaciones Informáticas Específicas en Comercio	3	40	60
Arte Floral y Floricultura	1	30	60
Base de Datos Avanzado	2	40	60
Calidad en el Servicio y Atención al Cliente	3	40	60
Conocimiento Especializado del Producto	3	30	60
Contabilidad Informatizada	1	40	60
Dependiente de Comercio	1	12	250
Diseño Gráfico, Rotulación e Imagen Comercial	1	40	60
Envoltorio y Presentación del Producto	1	30	60
Escaparatismo Comercial	2	40	60
Gestión Comercial	1	40	60
Habilidades Personales y Comunicación	1	40	60
Hoja de Cálculo Avanzado	2	40	60
Inglés Comercial Aplicado a la Atención al Cliente	2	60	60
Interiorismo y Decoración	2	40	60
Internet Aplicado a la Gestión Comercial	1	40	60

ACCIÓN FORMATIVA	Nº DE CURSOS	Nº HORAS	Nº HORAS
	DE ESTA ACCIÓN	PRESENCIALES	A DISTANCIA
Manipulación de Productos Fitosanitarios	1	25	60
Marketing	1	40	60
Merchandising Estratégico	2	40	60
Nuevas Tecnologías Aplicadas al Comercio	4	40	210
Operaciones con Carretillas	1	20	60
Procesador de Textos Avanzados	2	40	60
Técnicas Comerciales de Venta	2	40	60
Técnicas de Relajación y Antiestrés	3	30	60

## A) CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN (Anexo 15 )



Fundación Tripartita  
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



**CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA  
CALIDAD DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN  
CONTINUA EN LAS EMPRESAS  
MODALIDAD MIXTA**

(Artículo 30.1 de la Orden TAS/500/2004, de 13 de febrero)

**Instrucciones de cumplimentación**

Para poder cumplimentarlo es necesario marcar con una cruz (X) la casilla que más se ajuste a la opinión que usted tiene ante la afirmación expuesta en cada apartado. La puntuación que puede darse a cada afirmación va desde el valor 0, que representa el **mínimo acuerdo** con la frase, hasta el valor 10, que representa el **máximo acuerdo**.

**LES RECORDAMOS QUE ESTA INFORMACIÓN  
SERÁ TRATADA CONFIDENCIALMENTE.**

**POR FAVOR, LE ROGAMOS RESPONDA A  
TODAS Y CADA UNA DE LAS PREGUNTAS DE  
ESTE CUESTIONARIO.**

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**A.DATOS IDENTIFICATIVOS del curso/ acción formativa**

*A cumplimentar por la empresa o entidad organizadora:*

CIF Empresa/ CIF Entidad Organizadora:	
Id Agrupación:	
Código Grupo de acciones:	
Número de Acción Formativa:	Número de grupo:

*A cumplimentar por el participante:*

Denominación del curso/ acción formativa:	
Fecha de inicio:	Fecha de finalización:
Número de horas presenciales:	Número de horas a distancia:
<b>Horario:</b> Dentro de la jornada laboral <input type="checkbox"/> Fuera de la jornada laboral <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>	<b>Formación a distancia:</b> Con teleformación <input type="checkbox"/> Sin teleformación <input type="checkbox"/>

**B. MOTIVACION hacia el curso/ acción formativa**

Señale la **razón principal** para realizar el curso/ acción formativa (solamente elegir **uno** de los motivos expuestos).

- 1. Adquirir nuevas habilidades y capacidades que pueda aplicar a mi puesto de trabajo
- 2. Aumentar mis posibilidades para cambiar de puesto de trabajo en la empresa o fuera de ella
- 3. Ampliar mis conocimientos para progresar en mi carrera profesional
- 4. Por interés de la empresa
- 5. Para mi desarrollo personal
- 6. Otra razón. Especificar \_\_\_\_\_

**C. VALORACION del curso/ acción formativa**

Señale el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones en una escala de 0 a 10, cuyos extremos son: Mínimo acuerdo, 10= Máximo acuerdo.

**Contenidos del curso/ acción formativa**

- 7. Existe correspondencia entre objetivos y contenidos del curso/ acción formativa
- 8. El curso/ acción formativa contempla una combinación adecuada de contenidos teóricos y prácticos
- 9. Los contenidos del curso/ acción formativa responden a mis necesidades de formación
- 10. Los contenidos son de aplicación práctica en el puesto de trabajo
- 11. Los contenidos me ofrecen posibilidades de desarrollo profesional o personal

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Existe correspondencia entre objetivos y contenidos del curso/ acción formativa											
8. El curso/ acción formativa contempla una combinación adecuada de contenidos teóricos y prácticos											
9. Los contenidos del curso/ acción formativa responden a mis necesidades de formación											
10. Los contenidos son de aplicación práctica en el puesto de trabajo											
11. Los contenidos me ofrecen posibilidades de desarrollo profesional o personal											

**Metodología y medios didácticos aplicados en el curso/ acción formativa**

- 12. La metodología mixta (presencial/ distancia o teleformación) empleada ha sido adecuada a los contenidos
- 13. La documentación y materiales entregados (manuales, fichas, informes...) son claros, comprensibles y adecuados
- 14. En caso de que se hayan utilizado medios audiovisuales (cintas audio, vídeo, DVD...), éstos han servido para reforzar el aprendizaje
- 15. En caso de que se hayan utilizado TIC - Tecnologías de la Información y Comunicación (internet, teleconferencia...), éstas han servido para facilitar el aprendizaje
- 16. El curso ha incluido la realización de ejercicios, casos prácticos o simulaciones que han reforzado la adquisición de conocimientos

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Organización e impartición del curso/ acción formativa**

- 17. La organización del curso ha sido adecuada (información previa, convocatoria e inscripción, resolución de incidencias, envíos de información...)
- 18. El horario del curso/ acción formativa ha sido apropiado
- 19. La duración del curso/ acción formativa permite cumplir los objetivos
- 20. El número de participantes del grupo ha sido adecuado
- 21. El nivel del grupo ha sido homogéneo

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**FORMACIÓN PRESENCIAL**

**Formadores**

- 22. Exponen con claridad los conceptos e ideas fundamentales
- 23. Conocen en profundidad el tema a tratar en el curso/ acción formativa
- 24. Han resuelto eficazmente las dudas de los participantes
- 25. Han sido capaces de captar el interés del grupo
- 26. Han fomentado la participación de los asistentes

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Medios técnicos e instalaciones**

- 27. Los medios técnicos (pizarras, pantallas, proyectores, TV, vídeo, ordenadores, programas...) han sido suficientes para desarrollar el contenido del curso/ acción formativa
- 28. Los medios técnicos han funcionado correctamente durante el curso/ acción formativa
- 29. Se ha contado con instalaciones de apoyo (laboratorios, talleres de prácticas, bibliotecas, salas de estudio...) que han facilitado el aprendizaje
- 30. El aula y las instalaciones (espacio, mobiliario, niveles de luminosidad, acústica, ventilación y climatización...) han sido apropiadas para el desarrollo del curso/ acción formativa
- 31. Las aulas se hallaban en un lugar accesible y/o con buenas comunicaciones de transporte

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## FORMACIÓN A DISTANCIA/ TELEFORMACIÓN

### Sistema tutorial

32. He contado con un tutor que me ha orientado de forma personalizada
33. El tutor ha resuelto mis dudas
34. El tutor ha sido accesible garantizando su respuesta en un plazo de 24-48 horas
35. Las tutorías han incluido corrección de pruebas de evaluación
36. Desde el inicio he contado con una guía tutorial que me ha permitido abordar fácilmente el curso
37. El curso me ha ofrecido acceso a profesorado especializado de consulta

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### Medios técnicos (para el caso de Teleformación)

38. Las aplicaciones y servicios telemáticos ha resultado de fácil manejo (navegación, calidad audiovisual, diseño de la página e iconos...)
39. Los materiales están adaptados a la modalidad de teleformación
40. Se ha contado con medios auxiliares que han facilitado el aprendizaje (correo y listas de distribución, teleconferencia, biblioteca virtual, buscadores...)
41. El sistema ha incluido módulos de comunicación que han favorecido el trabajo colaborativo ( foros, chats, campus virtual...)
42. En caso necesario, la empresa ha puesto a disposición de los participantes los equipos necesarios para el desarrollo del curso
43. Ha existido un espacio de intercambio de materiales con el tutor
44. Los tiempos de conexión y respuesta han sido correctos
45. He dispuesto de materiales e itinerarios personalizados

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### VALORACIÓN GENERAL

46. El curso/ acción formativa ha satisfecho mis expectativas
47. El curso/ acción formativa ha ampliado mis conocimiento y/o habilidades
48. Me va a permitir desarrollar mejor mi trabajo
49. Me ofrece posibilidades de movilidad laboral
50. La valoración general del curso/ acción formativa es buena

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Observaciones Generales:

.....

.....

.....

**Fecha:**

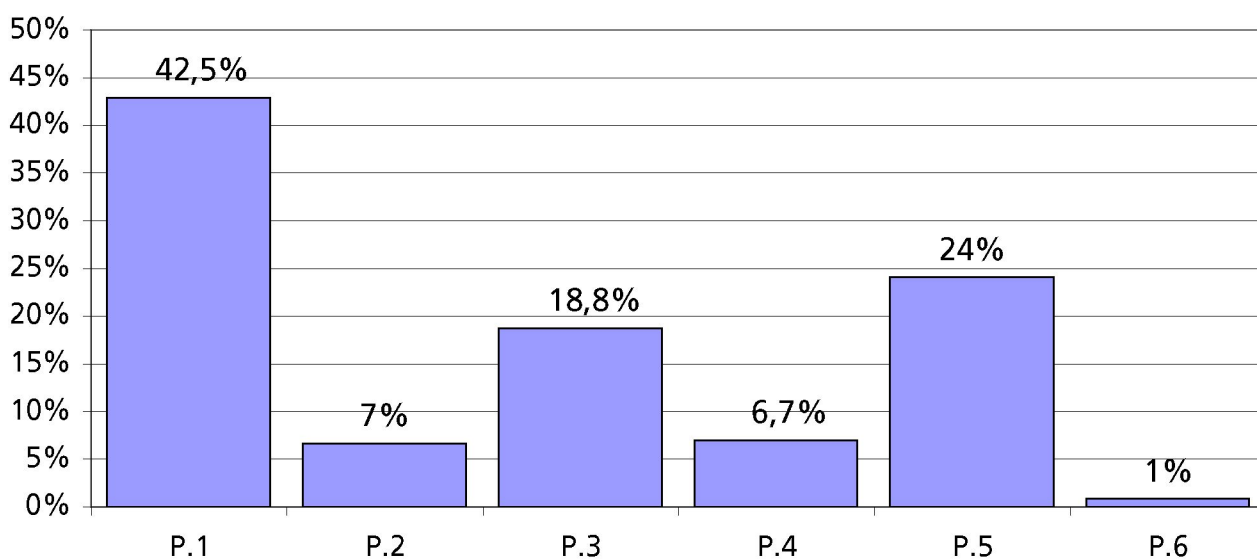
**Firma (opcional):**

## B) EVALUACIÓN CUANTITATIVA DE LAS RESPUESTAS AL ANEXO 15

### A. DATOS IDENTIFICATIVOS

### B. MOTIVACIÓN HACIA EL CURSO / ACCIÓN FORMATIVA

- P.1 Adquirir nuevas habilidades y capacidades
- P.2 Aumentar mis posibilidades para cambiar de puesto de trabajo
- P.3 Ampliar mis conocimientos para progresar en mi carrera profesional
- P.4 Por interés de la empresa
- P.5 Para mi desarrollo personal
- P.6 Otra razón. Especificar

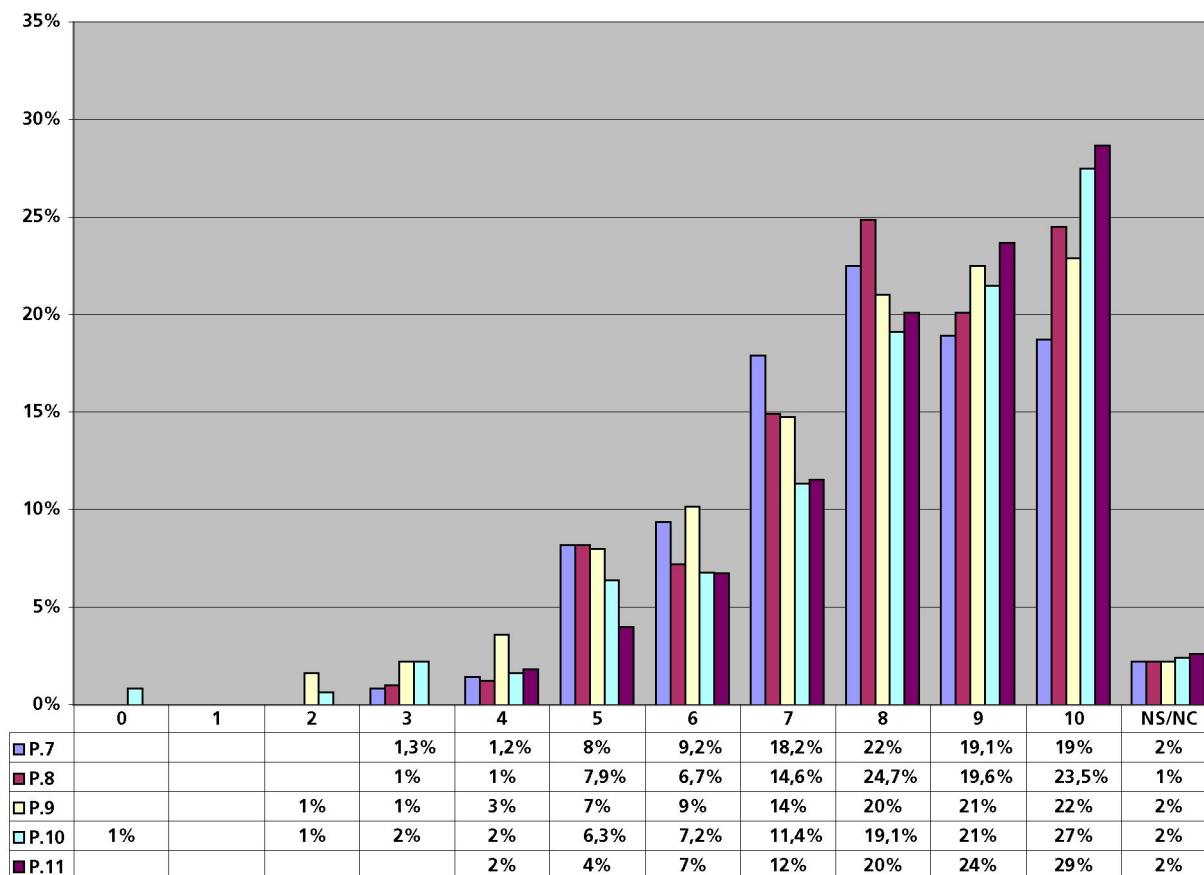




## VALORACIÓN DEL CURSO / ACCIÓN FORMATIVA

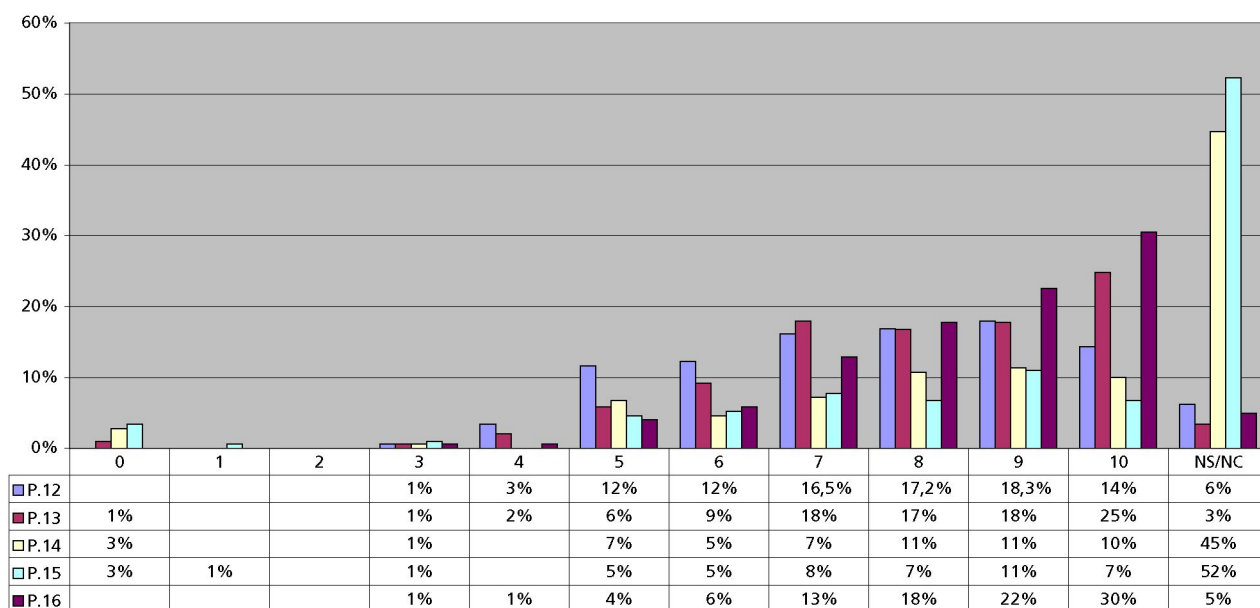
### 1. CONTENIDOS DEL CURSO/ ACCIÓN FORMATIVA

- P.7 Existe correspondencia entre objetivos y contenidos del curso
- P.8 Combinación de contenidos teóricos y prácticos
- P.9 Los contenidos del curso/acción formativa responden a mis necesidades de formación
- P.10 Los contenidos son de aplicación práctica en el puesto de trabajo
- P.11 Los contenidos me ofrecen posibilidades de desarrollo profesional o personal



## 2. METODOLOGÍA Y MEDIOS DIDÁCTICOS APLICADOS EN EL CURSO / ACCIÓN FORMATIVA

- P.12 La metodología mixta (presencial, distancia o teleformación) empleada ha sido adecuada a los contenidos
- P.13 La documentación y materiales entregados son claros, comprensibles y adecuados
- P.14 En el caso de que se hayan utilizado medios audiovisuales, éstos han servido para reforzar el aprendizaje
- P.15 En el caso de que se hayan utilizado tecnologías de la información y comunicación, éstas han servido para facilitar el aprendizaje
- P.16 El curso ha incluido la realización de ejercicios, casos prácticos o simulaciones que han reforzado la adquisición de conocimientos



### 3. ORGANIZACIÓN E IMPARTICIÓN DEL CURSO/ACCIÓN FORMATIVA

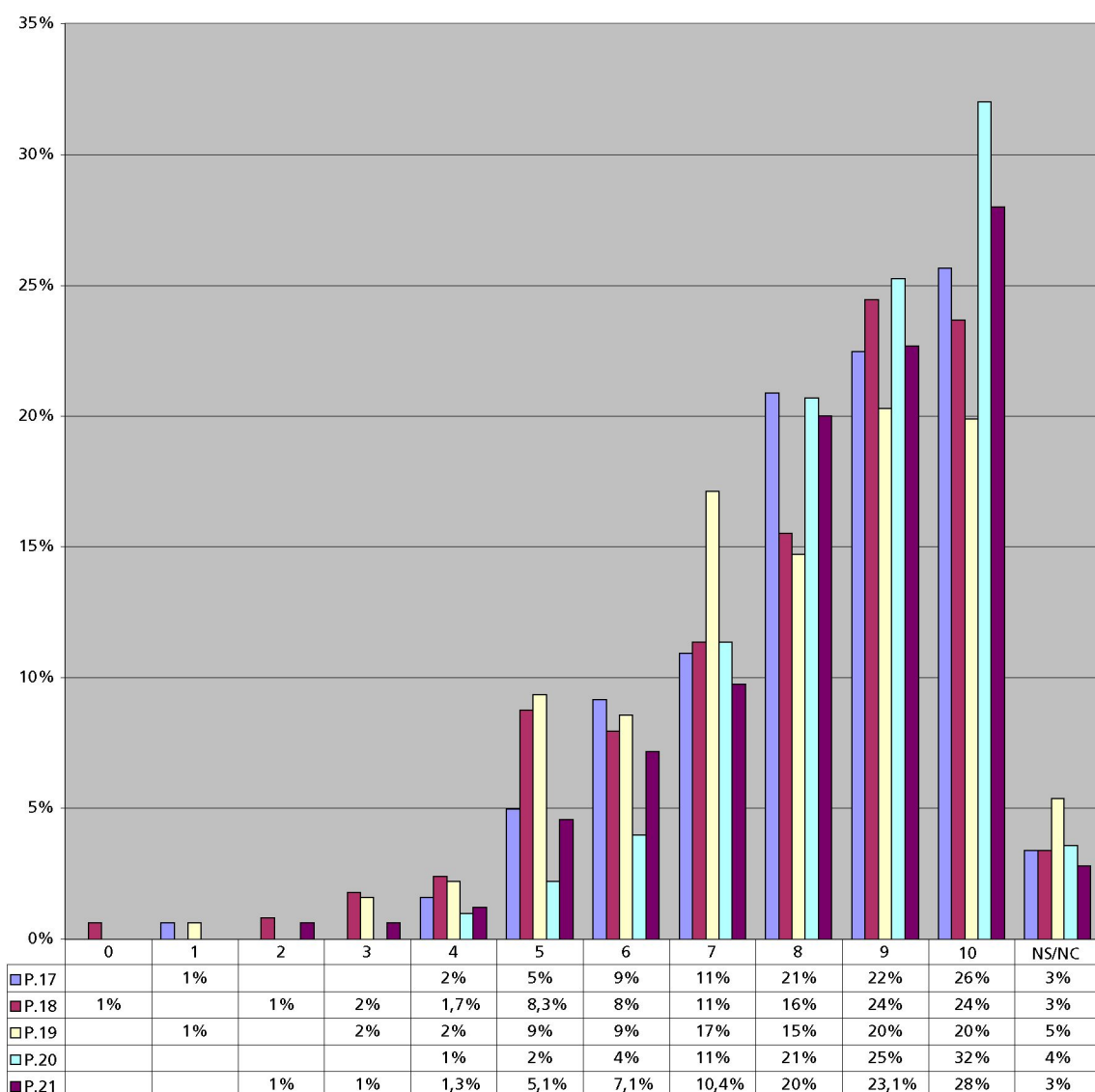
P.17 La organización del curso ha sido adecuada (información previa, convocatoria e inscripción, resolución de incidencias, envíos de información)

p.18 El horario del curso ha sido apropiado

p.19 La duración permite cumplir los objetivos

p.20 El número de participantes ha sido adecuado

P.21 El nivel del grupo ha sido homogéneo



## FORMACIÓN PRESENCIAL

### a) FORMADORES

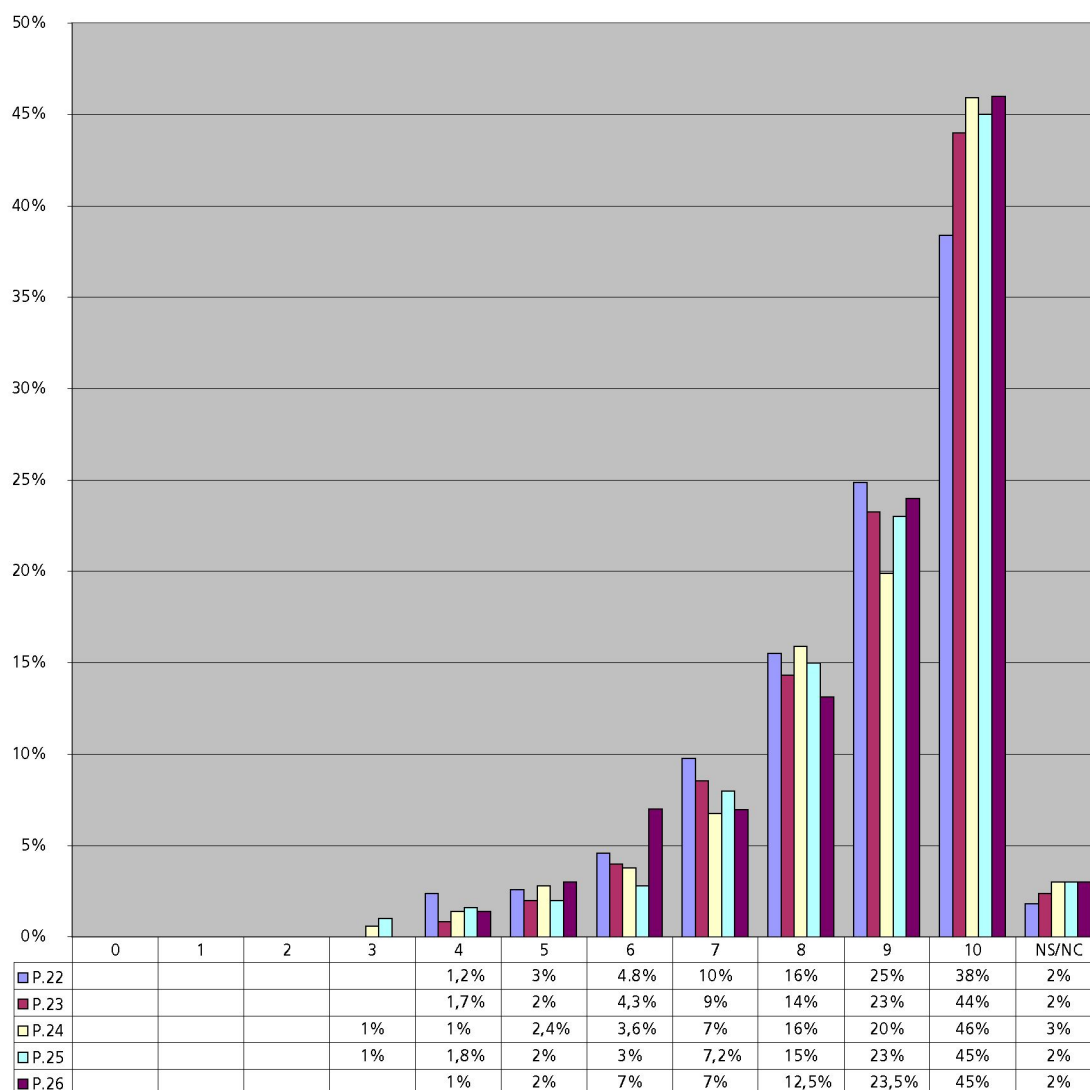
P.22 Exponen con claridad los conceptos e ideas fundamentales

P.23 Conocen en profundidad el tema a tratar en el curso/ acción formativa

P.24 Han resuelto eficazmente las dudas de los participantes

P.25 Han sido capaces de captar el interés del grupo

P.26 Han fomentado la participación de los asistentes



## b) MEDIOS TÉCNICOS E INSTALACIONES

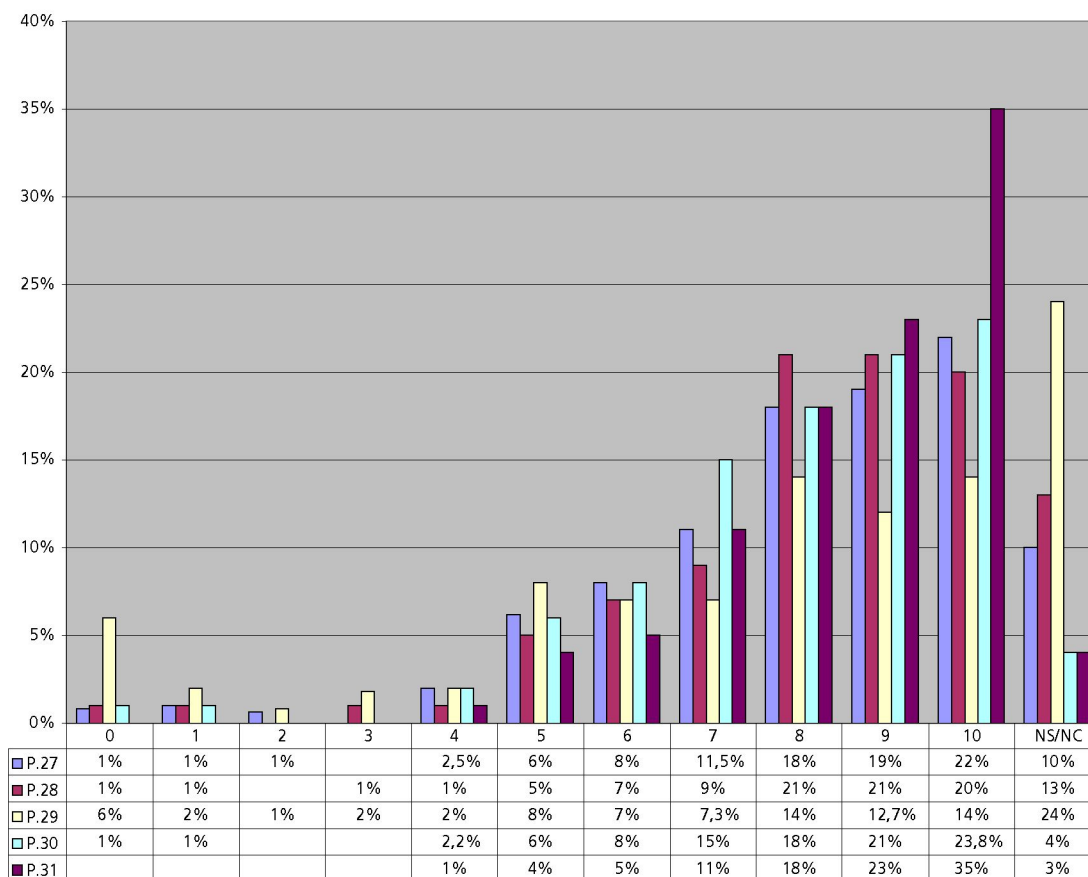
P.27 Los medios técnicos ( pizarras, pantallas, proyectores, TV, video, ordenadores, programas...) han sido suficientes para desarrollar el contenido

p.28 Los medios técnicos han funcionado correctamente

p.29 Se ha contado con instalaciones de apoyo (laboratorios, talleres de prácticas, bibliotecas, salas de estudio...) que han facilitado el aprendizaje

p.30 El aula y las instalaciones (espacio, mobiliario, niveles de luminosidad, acústica, ventilación y climatización) han sido apropiadas para el desarrollo del curso

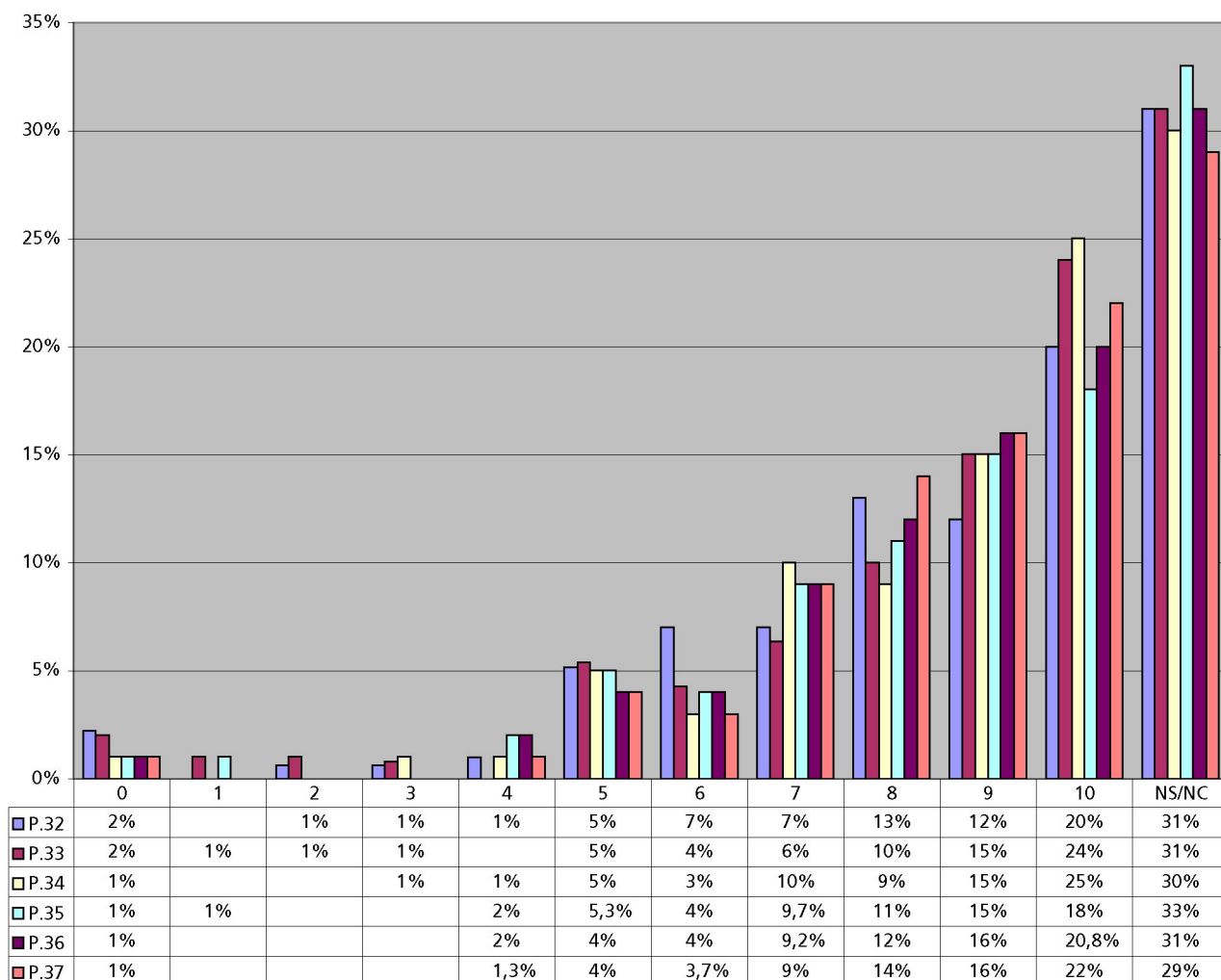
p.31 Las aulas se hallaban en un lugar accesible y/o con buenas comunicaciones de transporte



## FORMACIÓN A DISTANCIA/TELEFORMACIÓN

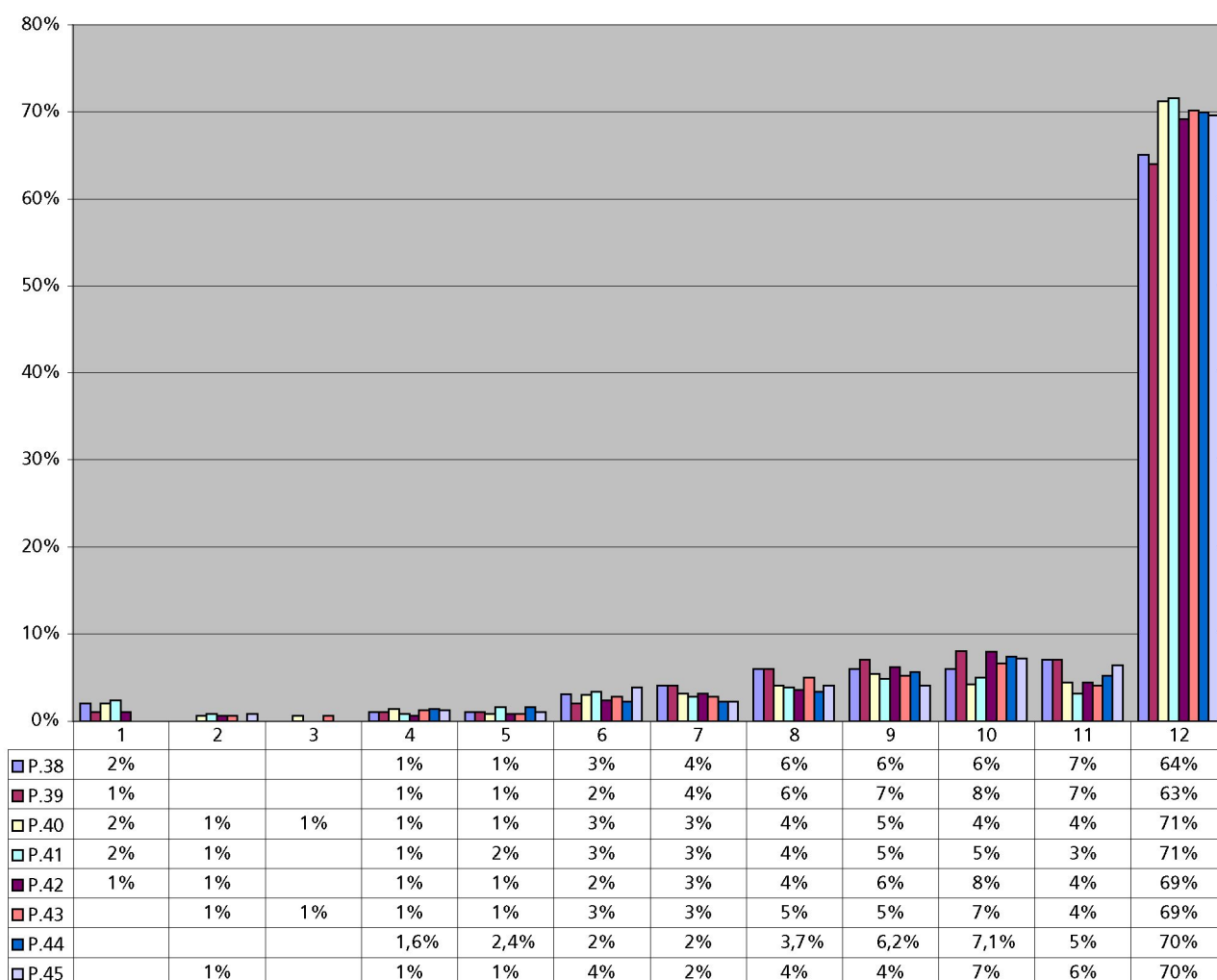
### c) SISTEMA TUTORIAL

- P.32 He contado con un tutor que me ha orientado de forma personalizada
- P.33 El tutor ha resuelto mis dudas
- P.34 El tutor ha sido accesible garantizando su respuesta en un plazo de 24-48 horas
- P.35 Las tutorías han incluido corrección de pruebas de evaluación
- P.36 Desde el inicio he contado con una guía tutorial que me ha permitido abordar fácilmente el curso
- P.37 El curso me ha ofrecido acceso a profesorado especializado de consulta



#### d) MEDIOS TÉCNICOS (PARA EL CASO DE TELEFORMACIÓN)

- P.38 Las aplicaciones y servicios telemáticos ha resultado de fácil manejo
- P.39 Los materiales están adaptados a la modalidad de teleformación
- P.40 Se ha contado con medios audiovisuales que han facilitado el aprendizaje (correo y listas de distribución, teleconferencia, biblioteca virtual...)
- P.41 El sistema ha incluido módulos de comunicación que han favorecido el trabajo colaborativo (foros, chats, campus virtual...)
- P.42 En caso necesario, la empresa ha puesto a disposición de los participantes los equipos necesarios para el desarrollo del curso
- P.43 Ha existido un espacio de intercambio de materiales con el tutor
- P.44 Los tiempos de conexión y respuesta han sido correctos
- P.45 He dispuesto de materiales e itinerarios personalizados



## VALORACIÓN GENERAL

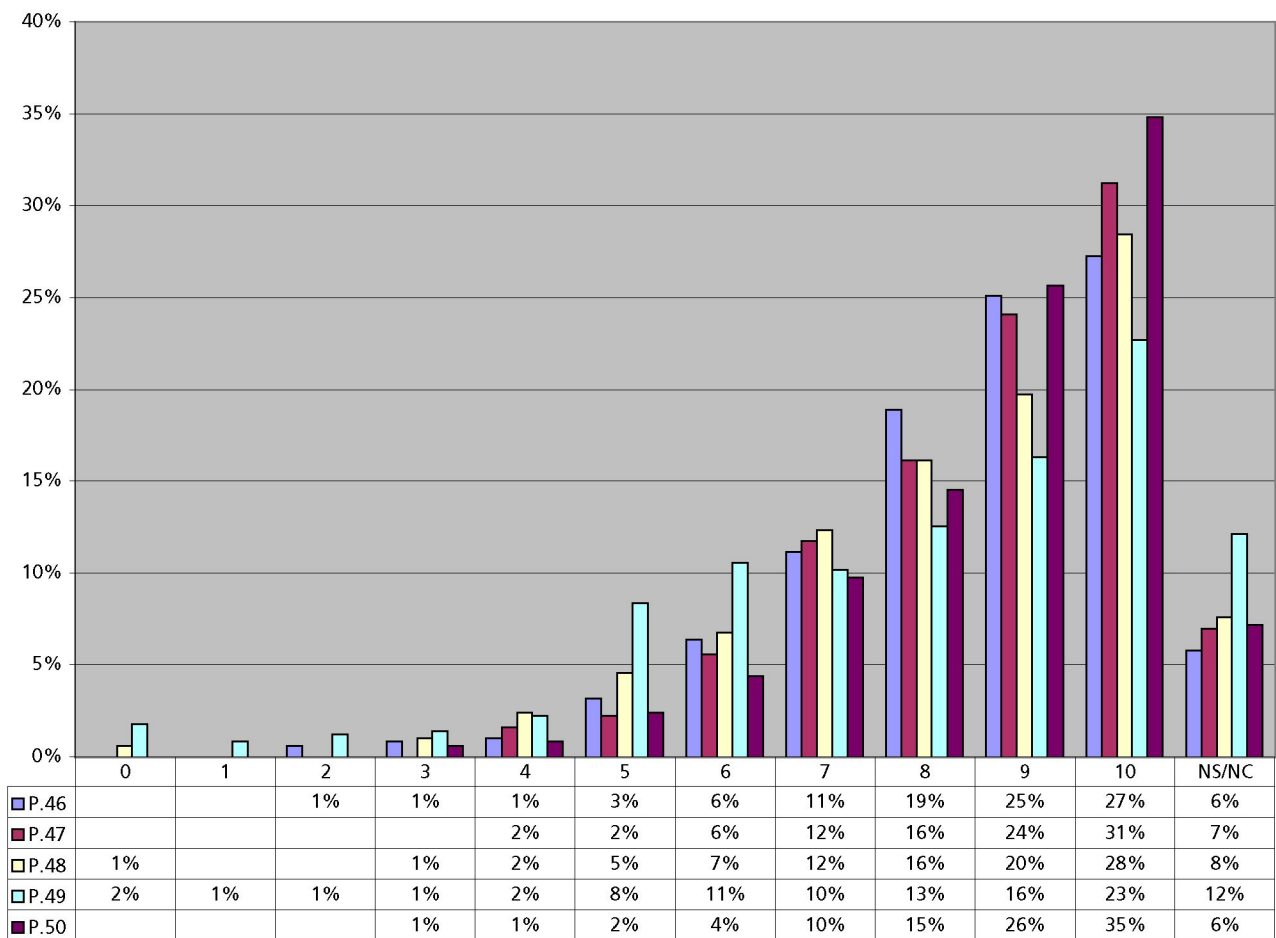
P.46 El curso ha satisfecho mis expectativas

P.47 El curso ha ampliado mis conocimientos y/o habilidades

P.48 Me va a permitir desarrollar mejor mi trabajo

P.49 Me ofrece posibilidades de movilidad laboral

P.50 La valoración general del curso es buena



## C) CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN (ANEXO 10)



## CUESTIONARIO PARA EL ALUMNO

ANEXO 10

CURSO.....FECHA.....

INSTRUCCIONES: Señale con una cruz el grado de acuerdo en las casillas de 1 a 4 en la escala de la derecha. Nos interesa que su opinión sea personal y sincera. **Muchas gracias por su colaboración.**

<b>PROGRAMACIÓN DEL CURSO</b>		1	2	3	4	
Información general sobre el curso	escasa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muy buena
Cumplimiento de los objetivos	no conseguidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	totalmente conseguidos
Nivel de los temas tratados	superficial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	con detenimiento
Expectativas personales	defraudadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	satisfechas
Contenidos de los temas	poco interesantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muy interesantes
Vigencia y actualidad de los temas	poco actualizados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muy actualizados
En el contenido del programa, qué temas						
SOBRAN.....						
FALTAN.....						

<b>ACTIVIDADES Y MATERIALES</b>		1	2	3	4	
Relación entre la teoría y la práctica	muy teórico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muy práctico
Valor de la documentación	escaso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	elevado
Utilización de medios audiovisuales	inadecuados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	adecuados
Utilización de dinámicas participativas	escasa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	elevada

<b>APLICABILIDAD</b>		1	2	3	4	
Grado de aplicabilidad de los conocimientos	baja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	alto
Motivación para aplicarlos en el puesto de trabajo	baja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	alta
Cambios que piensa realizar como resultado del curso	ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muchos
Mejora de la rentabilidad	ninguna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	elevada
Mejora del proceso	ninguna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	elevada
Mejora del ambiente de trabajo	ninguna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	elevada

<b>CALIDAD DE LA ACCIÓN FORMATIVA</b>		1	2	3	4	
Dominio de la materia por parte del profesor	bajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	alto
Claridad en la exposición de los temas	poco claro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muy claro
Adecuación al grupo por parte del profesor	poco adecuado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	muy adecuado
Clima afectivo del grupo	negativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	positivo
El profesor resolvió dudas	nunca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	siempre
Identificación de lo importante y lo secundario	escasa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	satisfactoria
En general, las clases han sido	monótonas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	amenas
Valore globalmente la calidad de la formación	deficiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	satisfactoria

<b>ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA</b>		1	2	3	4	
Condiciones físicas del aula	inadecuadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	adecuadas
Los procedimientos burocráticos han sido	lentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	rápidos

<b>VALORACIÓN GLOBAL DEL CURSO</b>	insatisfactorio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	satisfactorio
------------------------------------	-----------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	---------------

**NOMBRE Y APELLIDOS**.....

**OBSERVACIONES**.....

**CÓDIGO**

## D) EVALUACIÓN CUANTITATIVA DE LAS RESPUESTAS AL ANEXO 10

### PROGRAMACIÓN DEL CURSO

Información general	escasa	1	2	3	4	Ns/Nc	muy buena
		1%	5%	49%	44%	1%	
Cumplimiento de los objetivos	no conseguidos	1	2	3	4	Ns/Nc	totalmente conseguidos
			5%	50%	43%	2%	
Nivel de los temas	superficial	1	2	3	4	Ns/Nc	con detenimiento
		1%	6%	46%	46%	1%	
Expectativas personales	defraudadas	1	2	3	4	Ns/Nc	satisfechas
			8%	41%	49%	2%	
Contenido de los temas	poco interesantes	1	2	3	4	Ns/Nc	muy interesantes
			6%	42%	51%	1%	
Vigencia y actualidad de los temas	poco actualizados	1	2	3	4	Ns/Nc	muy actualizados
			4%	43%	52%	1%	

### ACTIVIDADES Y MATERIALES

Relación entre la teoría y la práctica	muy teórico	1	2	3	4	Ns/Nc	muy práctico
		3%	6%	47%	43%	1%	
Valor de la documentación	escaso	1	2	3	4	Ns/Nc	elevado
		1%	12%	50%	36%	1%	
Utilización de medios audiovisuales	inadecuados	1	2	3	4	Ns/Nc	adecuados
		9%	13%	28%	28%	22%	
Utilización de dinámicas participativas	escasa	1	2	3	4	Ns/Nc	elevada
		2%	9%	38%	45%	6%	

### APLICABILIDAD

Grado de aplicabilidad	baja	1	2	3	4	Ns/Nc	alto
			6%	49%	43%	2%	
Motivación para aplicarlos en el puesto de trabajo	baja	1	2	3	4	Ns/Nc	alta
		1%	10%	43%	44%	2%	
Cambios que piensa realizar como resultado del curso	ninguno	1	2	3	4	Ns/Nc	muchos
		4%	19%	43%	32%	2%	
Mejora de la rentabilidad	ninguna	1	2	3	4	Ns/Nc	elevada
		1%	16%	52%	28%	3%	
Mejora del proceso	ninguna	1	2	3	4	Ns/Nc	elevada
		2%	16%	50%	29%	3%	
Mejora del ambiente de trabajo	ninguna	1	2	3	4	Ns/Nc	elevada
		3%	17%	46%	31%	3%	

### CALIDAD DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Dominio de la materia por parte del profesor	bajo	1	2	3	4	Ns/Nc	alto
			2%	19%	77%	2%	
Claridad en las exposiciones de los temas	poco claro	1	2	3	4	Ns/Nc	muy claro
			4%	29%	65%	2%	
Adecuación al grupo por parte del profesor	poco adecuado	1	2	3	4	Ns/Nc	muy adecuado
			3%	27%	68%	2%	
Clima afectivo del grupo	negativo	1	2	3	4	Ns/Nc	positivo
			4%	28%	66%	2%	
El profesor resolvió dudas	nunca	1	2	3	4	Ns/Nc	siempre
			3%	20%	76%	1%	
Identificación de lo importante y lo secundario	escasa	1	2	3	4	Ns/Nc	satisfactoria
			4%	39%	55%	2%	
En general, las clases han sido	monótonas	1	2	3	4	Ns/Nc	amenas
			3%	25%	70%	2%	
Valore globalmente la calidad de la formación	deficiente	1	2	3	4	Ns/Nc	satisfactoria
			3%	26%	69%	2%	

### ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Condiciones físicas del aula	inadecuadas	1	2	3	4	Ns/Nc	adecuadas
		1%	9%	40%	48%	2%	
Los procedimientos burocráticos han sido	lentos	1	2	3	4	Ns/Nc	rápidos
		4%	10%	37%	45%	4%	
Valoración global del curso	insatisfactoria	1	2	3	4	Ns/Nc	satisfactorio
			3%	27%	65%	5%	

## E) CONCLUSIONES ACERCA DE LAS RESPUESTAS A LOS ANEXOS 15 Y 10

### MOTIVACIÓN HACIA EL CURSO

- La principal motivación para participar en acciones formativas es adquirir nuevas habilidades y capacidades (42,5%), factor que estimula el desarrollo personal.

### PROGRAMACIÓN DEL CURSO

- En cuanto a los contenidos del curso, son definidos como muy interesantes y totalmente actualizados.
- Los participantes valoran positivamente la combinación entre contenidos teóricos y prácticos, la gran aplicación práctica de estos contenidos al puesto de trabajo y las posibilidades de desarrollo personal y profesional adquiridas a través de la mejora en formación.
- Los objetivos planteados al inicio del curso se han cumplido en su mayoría.
- El nivel de los temas es adecuado al grupo de participantes y se han tratado con suficiente detenimiento.

### METODOLOGÍA Y MEDIOS DIDÁCTICOS

- Respecto a la metodología y medios didácticos empleados, los dos puntos mejor valorados son el tipo y calidad de la documentación (materiales entregados, temario...) y la realización de simulaciones y casos prácticos que refuerzan la adquisición de conocimientos.
- La elevada utilización de dinámicas participativas fomenta, además de la adquisición de aprendizajes, la mayor participación de alumnos en acciones formativas.

### **APLICABILIDAD / TRANSFERENCIA AL PUESTO DE TRABAJO**

(Anexo 10 - escala del 1 al 4)

- Un 43% puntúa con un 4 el grado de aplicabilidad.
- La motivación para aplicar los nuevos conocimientos y aprendizajes al puesto también es alta.
- Planean realizar bastantes cambios en el desempeño de su trabajo en función de las nuevas competencias adquiridas en el curso.
- Los participantes consideran que las acciones formativas hacen mejorar la rentabilidad de sus empresas.
- Como consecuencia directa de las acciones formativas y la adquisición de nuevos conocimientos y su posterior aplicación al puesto de trabajo mejoran tanto los procesos diarios en el comercio como el ambiente de trabajo.

### CALIDAD DE LAS ACCIONES FORMATIVAS

- Los formadores constituyen uno de los puntos fuertes de estas acciones formativas: son valorados muy positivamente.

Exponen con claridad los conceptos, conocen en profundidad el tema a tratar y resuelven las dudas planteadas por los participantes.

Los profesores adecúan los contenidos del curso y los métodos pedagógicos al nivel del grupo.

Dinamizan y captan la atención del grupo, fomentando la participación de todos los asistentes y propiciando un clima óptimo para el desarrollo de las clases.

### ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA

- Los medios técnicos e instalaciones son adecuados, las aulas han sido apropiadas para el desarrollo del curso, son accesibles y están bien comunicadas.

– La organización e impartición del curso es valorada positivamente, sobre todo en cuanto a la información previa, convocatoria e inscripción, el número de participantes y la homogeneidad del grupo.

#### *Formación a distancia*

– La formación a distancia presenta más dificultades en cuanto a su metodología. El alumno tiene a su disposición métodos tradicionales de formación y métodos que se basan en el desarrollo de las nuevas tecnologías.

El alumno recibe, para completar la formación a distancia, una serie de manuales, con unos test y un CD, y una clave de acceso a una plataforma *e-learning*. También cuentan con un teléfono de apoyo que pone a su disposición un tutor fácilmente accesible y que resuelve las dudas planteadas en el menor tiempo posible.

– Las encuestas muestran satisfacción con el sistema tutorial: el tutor ha sido accesible, ofrece un trato personalizado y resuelve las dudas.

– Las dificultades aparecen en el acceso y utilización de la plataforma *e-learning*. Las preguntas de las encuestas que hacen referencia a los medios técnicos de la teleformación, muestran un porcentaje alto de respuestas NS/NC. Los alumnos no responden o no saben qué responder, es decir, muy pocos han accedido al portal y los que sí lo han hecho no han sabido utilizarlo con la suficiente agilidad.

Los alumnos necesitan, como estructura de trabajo para acceder al portal, un ordenador con conexión a internet y unos conocimientos a nivel usuario en informática.

Las dificultades que muestran las encuestas se traducen, por tanto, en un déficit en el acceso y uso de esta tecnología.

Los alumnos o no disponen de acceso a internet o no tienen una base de conocimientos que les permita hacerlo, lo que pone de manifiesto el gran esfuerzo que queda por realizar en el fomento del uso de las nuevas tecnologías.

#### VALORACIÓN GENERAL

La valoración general de las acciones formativas es muy positiva:

- Los cursos han satisfecho las expectativas previas de los participantes.
- Han ampliado significativamente sus competencias laborales, conocimientos y habilidades.
- Facilitan el desarrollo más adecuado del puesto de trabajo.
- Favorecen la empleabilidad de los participantes, al mejorar sus competencias y movilidad laboral.

## F) COMPARACIÓN ENTRE LAS DIFERENTES ACCIONES FORMATIVAS: LA APLICACIÓN EN LA EMPRESA

Para realizar esta comparación se han tenido en cuenta:

a) Las respuestas a las preguntas nº 10 y nº 48 del cuestionario ANEXO 15:

**P.10: Los contenidos son de aplicación práctica en el puesto de trabajo**

**P. 48: La acción formativa me va a permitir desarrollar mejor mi trabajo**

b) Las respuestas a las preguntas nº 13, nº 14 y nº 15 del cuestionario ANEXO 10:

**P. 13: Motivación para aplicar los conocimientos en el puesto de trabajo**

**P. 14: Cambios que piensa hacer como resultado del curso**

**P. 15: Mejora de la rentabilidad**

### 1. Aplicaciones Informáticas Específicas en Comercio

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
			3%	9%		11%	14%	14%	<b>23%</b>	9%	17%	
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
					3%	11%	11%	17%	<b>23%</b>	17%	14%	4%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
			10%	36%	48%	6%	
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
		7%	20%	49%	20%	4%	
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
		4%	30%	42%	17%	7%	

### 2. Arte Floral y Floricultura

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
				17%		8%		8%		25%	<b>33%</b>	9%
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
						8%		17%	17%	<b>25%</b>	17%	16%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
			36%	36%	27%	1%	
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
		9%	45%	27%	18%	1%	
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			45%	36%	18%	1%	

### 3. Base de Datos avanzada

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
					8%		15%	15%	15%	15%	<b>31%</b>	1%
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
							<b>31%</b>	23%	15%		23%	8%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
			15%	46%	38%	1%	
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		8%	23%	46%	23%		
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
		8%	23%	54%	15%		

### 4. Calidad en el Servicio y Atención al Cliente

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
				3%				5%	16%	11%	<b>65%</b>	
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
						3%		8%	11%	3%	<b>73%</b>	2%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
				23%	70%	7%	
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
			3%	27%	63%	7%	
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			7%	33%	50%	10%	

### 5. Conocimiento especializado del Producto

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
					2%	4%	7%	11%	<b>33%</b>	21%	19%	3%
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
				2%	2%	5%	7%	12%	<b>26%</b>	12%	21%	13%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
		2%	7%	53%	37%	1%	
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		4%	21%	42%	32%	1%	
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			16%	56%	26%	2%	

## 6. Contabilidad Informatizada

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
								16%	17%	50%	17%	
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
									50%		17%	33%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
				67%	33%		
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
			17%	17%	50%	16%	
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			17%	67%	16%		

## 7. Dependiente de Comercio

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
				14%		21%	7%	7%	14%	14%	21%	2%
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
				7%		14%	7%	21%		21%	21%	9%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
			20%	60%	20%		
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
			33%	40%	27%		
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			7%	13%	20%	27%	33%

## 8. Diseño Gráfico, Rotulación e Imagen Comercial

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
				25%				25%		25%	25%	
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
					25%			25%		25%	25%	

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
				17%	50%	33%	
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
			17%	17%	33%	33%	
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			17%	33%	17%	33%	

## 9. Envoltorio y Presentación del Producto

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
						7%	7%		20%	13%	53%	
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
					7%	13%	13%	7%	7%	33%	7%	13%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
			12%	69%	19%		
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
			31%	44%	25%		
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			18%	63%	19%		

### 10. Escaparatismo Comercial

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
					3%	8%	8%	11%	16%	30%	22%	2%
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
				3%	3%		8%	16%	16%	24%	19%	11%
P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA					
				51%	49%							
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS					
			7%	49%	44%							
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS					
		2%	5%	44%	49%							

### 11. Gestión Comercial

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
						9%	5%	33%	10%	10%	33%	
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
						9%	24%	10%	14%	5%	38%	
P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA					
			3%	13%	81%	3%						
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS					
			3%	39%	58%							
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS					
			6%	58%	35%	1%						

### 12. Habilidades Personales y Comunicación

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
									24%	18%	53%	5%
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
								6%	12%	18%	47%	17%
P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA					
				50%	50%							
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS					
			5%	60%	35%							
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS					
				55%	45%							



### 13. Hoja de Cálculo Avanzado

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
						17%	8%	25%	17%	<b>25%</b>	8%	
P.48						<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
							8%	25%	<b>33%</b>	17%	17%	

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
			17%	50%	33%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
			17%	67%	8%	8%	
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			17%	50%	8%	25%	

### 14. Inglés Comercial Aplicado a la Atención al Cliente

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	4%				6%	17%	<b>28%</b>	6%	11%	11%	17%	
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	4%			6%	11%	17%		6%	11%	11%	<b>17%</b>	17%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
		5%	6%	72%	17%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		11%	39%	39%	11%		
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			44%	56%			

### 15. Interiorismo y Decoración

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
				5%		12%	6%	12%	24%	<b>41%</b>		
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
						11%		12%	18%	<b>35%</b>	24%	

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
			28%	33%	39%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		11%	28%	22%	39%		
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			16%	56%	28%		

### 16. Internet Aplicado a la Gestión Comercial

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
			7%		7%	7%	7%	<b>29%</b>	7%	21%	14%	1%
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
		7%			7%		7%	14%	21%	<b>21%</b>	14%	9%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
			10%	58%	32%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
			15%	53%	32%		
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			15%	53%	32%		

### 17. Manipulación de Productos Fitosanitarios

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	7%				7%			21%	14%	<b>29%</b>	14%	8%
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
						7%	14%	7%	14%	<b>29%</b>	14%	15%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
			13%	40%	47%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
			13%	13%	53%	20%	1%
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
				60%	40%		

### 18. Marketing

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
									50%	17%	33%	
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
									17%	33%	50%	

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
				80%	20%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
			60%	20%	20%		
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			40%	40%	20%		

### 19. Merchandising Estratégico

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
								8%	25%	17%	50%	
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
									8%	33%	42%	17%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
				33%	67%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
			8%	33%	58%	1%	
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
			8%	33%	58%	1%	

## 20. Nuevas Tecnologías Aplicadas al Comercio

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	3%			3%		5%	5%	13%	18%	32%	21%	
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	2%				5%	3%		11%	18%	37%	24%	

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
		3%	11%	46%	38%	2%	
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		5%	27%	35%	27%	6%	
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
		5%	19%	46%	27%	3%	

## 21. Operaciones con Carretillas

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
						8%	17%	17%	8%	25%	25%	
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
			8%	8%	8%			58%	17%			1%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
			16%	42%	42%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		8%	17%	50%	25%		
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
		8%	17%	58%	17%		

## 22. Procesador de Textos Avanzados

P.10	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	4%		4%		4%	8%	13%	8%	17%	13%	21%	8%
P.48	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>NS/NC</b>
	4%				4%	4%	8%	13%	13%	29%	13%	12%

P.13	BAJA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ALTA
		3%	13%	42%	42%		
P.14	NINGUNO	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	MUCHOS
		8%	25%	58%		9%	
P.15	NINGUNA	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Ns/Nc</b>	ELEVADAS
		8%	21%	63%		8%	

### 23. Técnicas Comerciales de Venta

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
								7%	10%	45%	34%	4%
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
									10%	34%	52%	4%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
			10%	58%	30%	2%	
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
			25%	60%	13%	2%	
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			10%	71%	17%	2%	

### 24. Técnicas de Relajación y Antiestrés

P.10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
					3%	8%	5%	5%	28%	18%	26%	7%
P.48	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
			3%				13%	10%	10%	15%	44%	5%

P.13	BAJA	1	2	3	4	Ns/Nc	ALTA
			18%	16%	66%		
P.14	NINGUNO	1	2	3	4	Ns/Nc	MUCHOS
			5%	37%	58%		
P.15	NINGUNA	1	2	3	4	Ns/Nc	ELEVADAS
			8%	58%	34%		

#### Cursos con mayor aplicación

- |  |  |
|--|--|
| 1. Calidad en el servicio y Atención al Cliente  | 6. Habilidades Personales y Comunicación |
| 2. Contabilidad Informatizada                    | 7. Merchandising Estratégico             |
| 3. Diseño gráfico, Rotulación e Imagen Comercial | 8. Técnicas Comerciales de Venta         |
| 4. Escaparatismo Comercial                       | 9. Técnicas de Relajación y Antiestrés   |
| 5. Gestión Comercial                             |  |

#### 4.1.2. OTROS CURSOS ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR

##### CURSO 1: INTERNET Y CORREO ELECTRÓNICO

Duración de los cursos	20 horas
Número de cursos de dicha acción	10 cursos
Total de alumnos inicial	60
Total de alumnos que completan el cuestionario	47

## A) CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN

Acción Formativa:

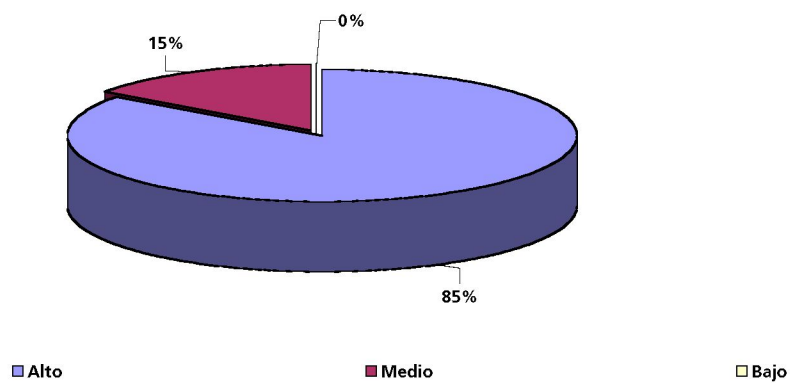
Lugar de Realización:

**"Programa de Formación Comercial"**

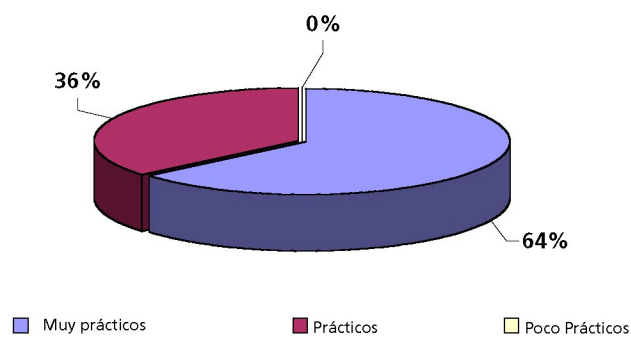
1. Los objetivos del curso ¿se han cumplido en grado?  
 Alto  
 Medio  
 Bajo
  2. Los contenidos del curso le han parecido...  
 Muy prácticos  
 Prácticos  
 Poco prácticos
  3. La metodología empleada considera que ha sido...  
 Muy adecuada  
 Adecuada  
 Poco adecuada
  4. El tiempo dedicado al curso ¿ha sido?  
 Excesivo  
 Suficiente  
 Escaso
  5. ¿Qué documentación ha recibido del curso?  
 Libro  
 Apuntes  
 Fotocopias  
 Ninguno  
 Otras (Especifíquese)
  6. La documentación entregada es, en cantidad y calidad...  
 Muy adecuada  
 Adecuada  
 Poco adecuada
  7. La organización y coordinación (horarios, descansos, información, etc.) ha sido:  
 Buena  
 Regular  
 Mala
  8. En términos globales, ¿el curso le ha satisfecho y ha contribuido para mejorar su actividad profesional?:  
 Ampliamente  
 Suficientemente  
 En parte  
 Poco
  9. Horario del Curso:  
 Mañana de \_\_\_ H a \_\_\_ H  
 Tarde de \_\_\_ H a \_\_\_ H
  10. Fecha de Inicio:    □□ / □□ / □□□□
  11. Fecha Finalización:   □□ / □□ / □□□□
- Opinión que le merece que el curso sea gratuito \_\_\_\_\_
- Observaciones, comentarios y sugerencias: \_\_\_\_\_

## B) EVALUACIÓN CUANTITATIVA DE LAS RESPUESTAS AL CUESTIONARIO

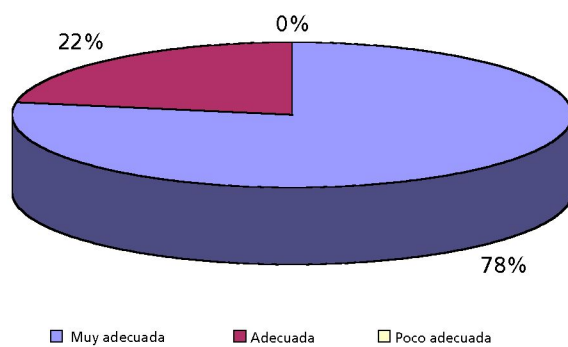
P.1. Los objetivos del curso se han cumplido en grado...



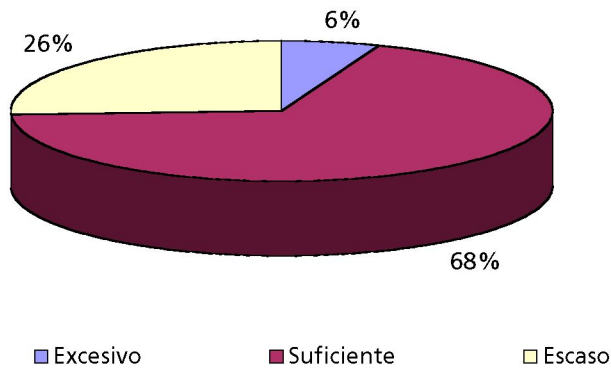
P.2. Los contenidos del curso le han parecido en relación a la aplicación práctica...



P.3. La metodología aplicada considera que ha sido...



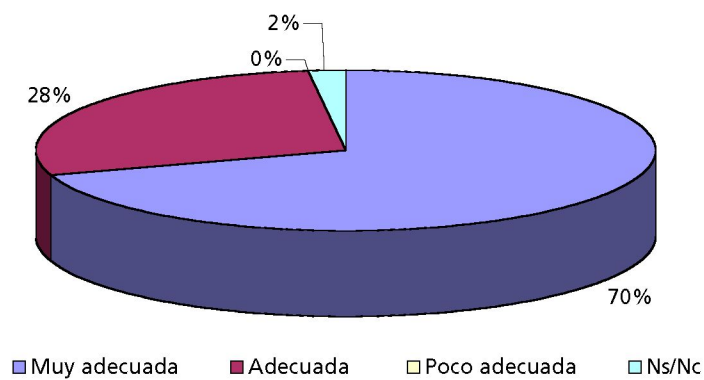
P.4. El tiempo dedicado al curso ha sido...



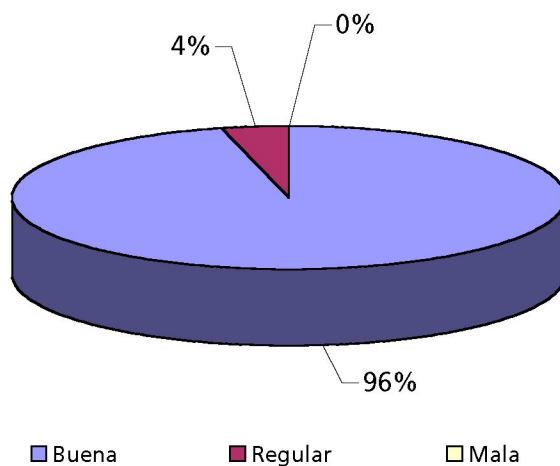
P.5. ¿Qué documentación ha recibido del curso?

*Todos los presentes recibieron un libro, complementado con apuntes, fotocopias y material de escritura (bolígrafo, portaminas y lápiz).*

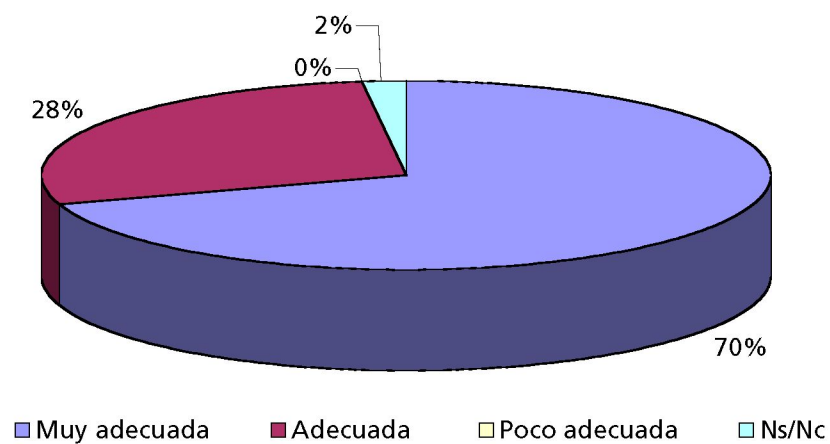
P.6. La documentación entregada es, en cantidad y calidad...



P.7. La organización y coordinación (horarios, descansos, información) ha sido...



P.8. En términos globales, el curso ha satisfecho y ha contribuido a mejorar su actividad empresarial



P.9. Horario del curso

P.10. Fecha de inicio y finalización

P.11. Opinión general del curso

En general el curso ha sido valorado como bueno o muy bueno, sugieren que se aumenten las horas, consideran que pudiera haber una continuación, piensan que el horario se podría mejorar algo y, por último, consideran que el profesor ha sido muy bueno.



## CURSO 2: INNOVACIÓN Y CAMBIO GESTIONADO / TRABAJO EN EQUIPO

	INNOVACIÓN Y CAMBIO GESTIONADO/ TRABAJO EN EQUIPO
DURACIÓN DEL CURSO	<b>18 HORAS</b>
NÚMERO DE CURSOS DE DICHA ACCIÓN	<b>2</b>
TOTAL DE ALUMNOS INICIAL	<b>41</b>
TOTAL DE ALUMNOS QUE COMPLETAN EL CUESTIONARIO	<b>40</b>
CELEBRADOS	<b>FUERA DE LA JORNADA LABORAL</b>

### a) CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN

EMPRESA: _____
Nombre de la acción formativa:
Profesor:
Fecha / horario:

<b>ORGANIZACIÓN</b>		Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Mal
P.1	Coordinación					
P.2	Instalaciones					
P.3	Horario					
P.4	Se han cumplido sus expectativas					

<b>PROGRAMA</b>		Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Mal
P.5	Su nivel inicial para la recepción asimilación del curso era suficiente					
P.6	Tiempo adecuado					
P.7	Aplicable al puesto de trabajo					
P.8	La exposición fue práctica					
P.9	Durante el desarrollo de las clases la participación fue alta					

<b>PROFESORADO</b>		Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Mal
P.10	Se explicaba la materia con claridad					
P.11	El profesor respondió adecuadamente a las dudas					
P.12	El profesor se centró en el tema					

<b>DOCUMENTACIÓN</b>		Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Mal
P.13	Clara y concreta					
P.14	Es de utilidad práctica					
P.15	Presentación, orden, calidad					

<b>GLOBAL</b>		Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Mal
P.16	Su opinión general sobre el curso es					
P.17	¿Qué le resultó más útil?					
P.18.	¿En qué áreas de actividad es aplicable el contenido de esta acción?					
P.19	¿Qué sugiere mejorar?					

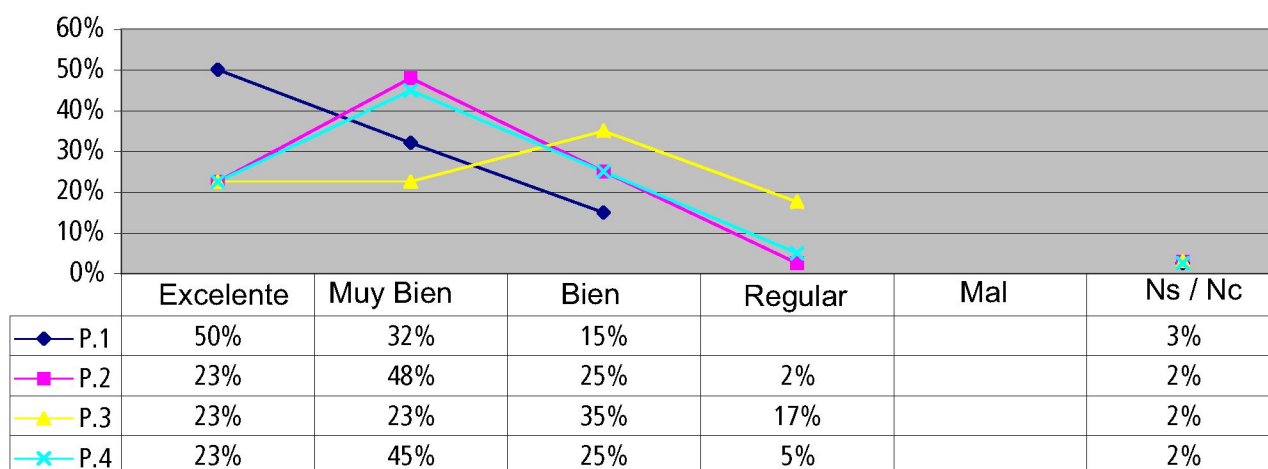
## A. ORGANIZACIÓN

P.1 Coordinación

P.3 Horario

P.2 Instalaciones

P.4 Expectativas



## B. PROGRAMA

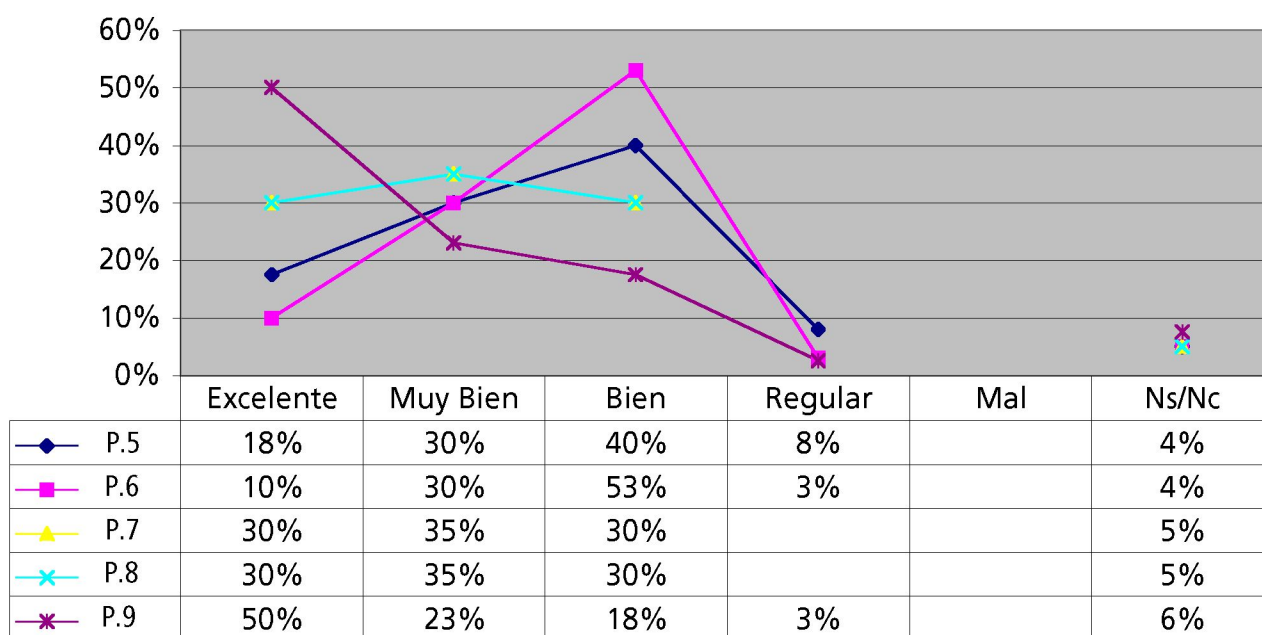
P.5 Nivel inicial adecuado

P.6 Tiempo adecuado

P.7 Aplicable al puesto de trabajo

P.8 Exposición práctica

P.9 La participación de la clase fue alta

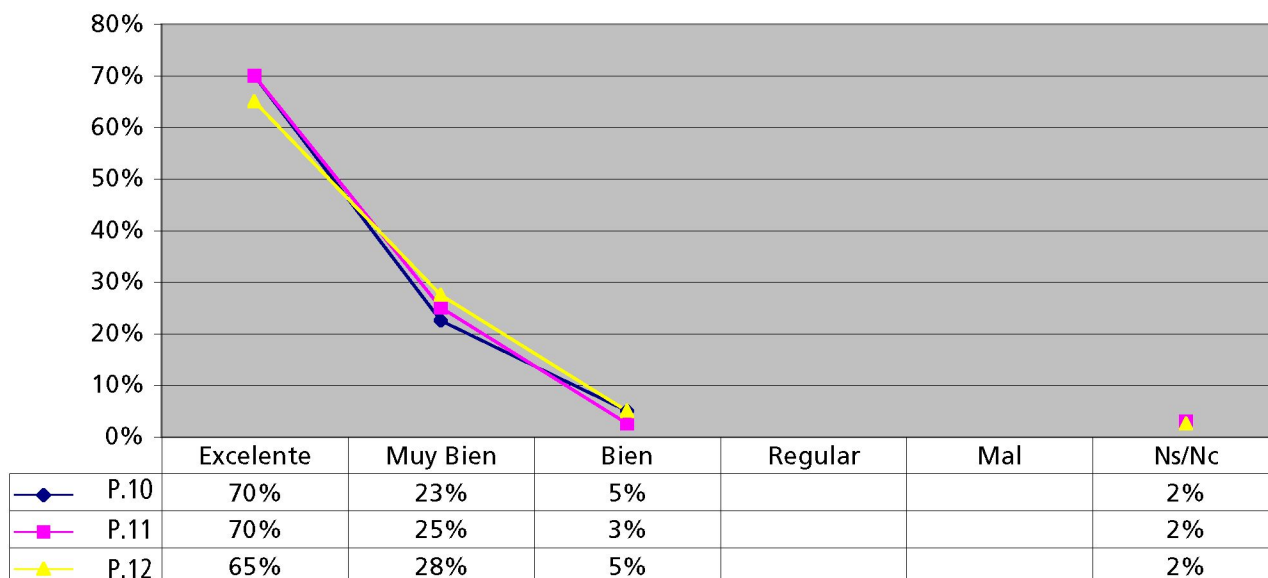


### C. PROFESORADO

P.10 Explicaba la materia con claridad

P.11 Respondió adecuadamente las dudas

P.12 Se centró en el tema

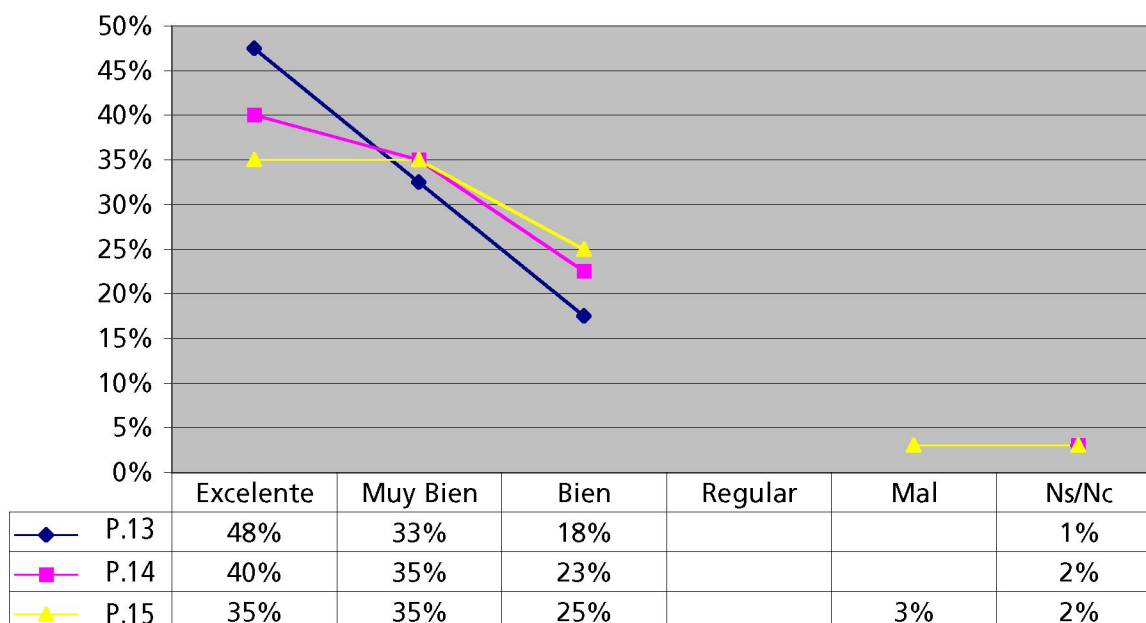


### D. DOCUMENTACIÓN

P.13 Clara y concreta

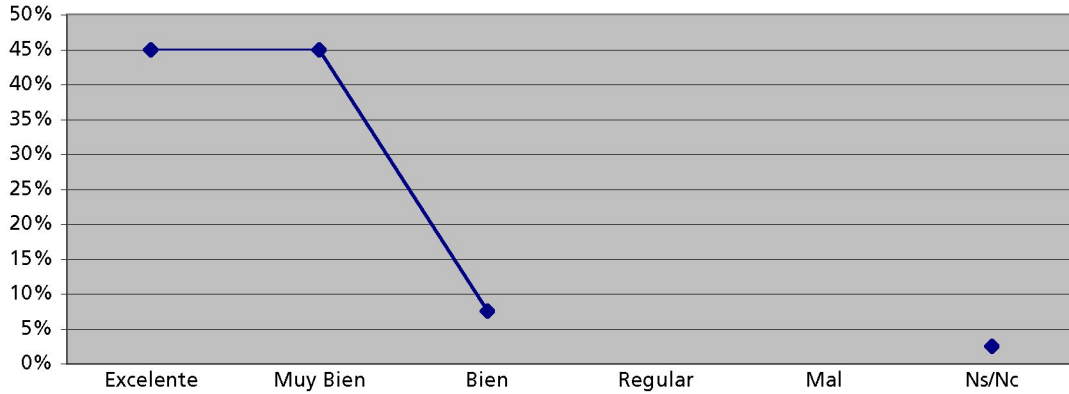
P.14 Es de utilidad práctica

P.15 Presentación, orden, calidad



## E. VALORACIÓN GENERAL

P.16 Su opinión general sobre el curso es...



P.17 ¿Qué le resultó más útil?

Una gran parte de los encuestados ha respondido que lo más destacado ha sido el aprendizaje del trabajo en equipo. Otras consideraciones han sido la mejora del trato con los clientes y compañeros. Un porcentaje casi despreciable se ha abstenido en dicha pregunta.

P.18 ¿En qué áreas de su actividad es aplicable el contenido de esta acción formativa?

Aquí las respuestas no han seguido un patrón común, aunque las principales son: atención al cliente, en el día a día, en las reuniones, motivación y en las ventas.

P.19 ¿Qué sugiere mejorar?

De los que creen que se necesita mejorar, las respuestas más repetidas han sido el horario, el material y la duración del curso (demasiado corto).

## C) CONCLUSIONES ACERCA DE LAS RESPUESTAS A LOS CUESTIONARIOS DE LOS CURSOS 1 Y 2

- Los objetivos de las acciones formativas se han cumplido en un alto grado (85%).
- Los contenidos son valorados como muy prácticos (64%).
- El programa es aplicable al puesto de trabajo.
- El profesorado es altamente valorado respecto a la claridad con que exponía la materia, el dominio del tema y la aclaración de dudas.
- La metodología aplicada se considera muy adecuada (78%).
- La duración de los cursos ha sido suficiente.
- La documentación y materiales entregados son muy adecuados.
- La organización y coordinación de las acciones formativas es buena (96%).
- La valoración general de las acciones es muy positiva, los cursos han satisfecho las expectativas iniciales y han contribuido a mejorar la actividad empresarial.



## 4.2. EVALUACIÓN CUALITATIVA

### 4.2.1. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

#### A) FORMATO DE ENTREVISTA



#### DATOS IDENTIFICATIVOS DEL USUARIO/EMPRESA

- P.1. NOMBRE Y APELLIDOS .....
- P.2. EDAD..... P.3. SEXO .....
- P.4. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA .....
- P.5. DIRECCIÓN DE LA EMPRESA .....
- P.6. POBLACIÓN ..... P.7. CÓDIGO POSTAL.....
- P.8. CÓDIGO PROVINCIA ..... P.9. TLF..... P.10. FAX.....
- P.11. E-MAIL ..... P.12. CNAE.....
- P.13. ÁREA FUNCIONAL O DEPARTAMENTAL EN LA QUE TRABAJA ACTUALMENTE .....
- P.14. PUESTO QUE DESEMPEÑA .....

#### DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA FORMACIÓN DESARROLLADA

P.15. SECTOR DE COMERCIO EN EL QUE DESARROLLA SU ACTIVIDAD PROFESIONAL (ej. alimentación, automoción, floristería, calzado, electricidad...)

P.16. ¿CÓMO CALIFICARÍA EL ESTADO ACTUAL DEL PEQUEÑO COMERCIO?

P.17. ¿Y EL SECTOR EN EL QUE SE ENCUADRA EL COMERCIO EN EL QUE TRABAJA?  
(Estado actual, previsiones de futuro o expansión,...)

P.18 ¿QUÉ ACCIONES DE FORMACIÓN CONTINUA HA REALIZADO EN LOS ÚLTIMOS MESES? ¿Y EN EL 2005? INDIQUE EL NÚMERO DE ACCIONES FORMATIVAS EN LAS QUE HA PARTICIPADO Y LA DENOMINACIÓN DE LAS MISMAS

.....

P.19. ¿CUÁLES LE HAN PARECIDO MÁS INTERESANTES? .....

.....

P.20. ¿A TRAVÉS DE QUÉ ENTIDADES HA RECIBIDO ESTA FORMACIÓN?

- a) COMERCIO EN EL QUE TRABAJA ACTUALMENTE ( ej. proveedores)
- b) FEC
- c) CÁMARA
- d) SINDICATOS
- e) FAE
- f) CENTROS DE ENSEÑANZA
- g) OTROS .....

P.21 ¿CUÁL ES EL MOTIVO/S QUE LE HA LLEVADO A REALIZAR ESTE TIPO DE ACCIONES?

- a) POR MEJORAR/ AMPLIAR CONOCIMIENTOS Y CUALIFICACIÓN PROFESIONAL
- b) POR MEJORAR MIS EXPECTATIVAS LABORALES
- c) POR REQUERIMIENTO DE LA EMPRESA
- d) POR INTERÉS GENERAL EN EL TEMA
- e) PARA DESEMPEÑAR MEJOR MI PUESTO DE TRABAJO ACTUAL
- f) OTROS .....

.....

.....

P. 22. ¿GUARDABAN RELACIÓN REALMENTE LOS CURSOS CON EL DESEMPEÑO DIARIO DE SU TRABAJO?

- a) NADA
- b) ALGO
- c) MUCHO

P.23. ¿HA PODIDO APLICAR LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN ESTAS ACCIONES A SU ACTIVIDAD LABORAL/PROFESIONAL DIARIA? ¿DE QUÉ MANERA?

.....

.....

P.24. ¿LE HA FACILITADO ESTA FORMACIÓN UN DESEMPEÑO MÁS EFICAZ DE SU TRABAJO? ¿EN QUÉ ÁREAS HA MEJORADO PRINCIPALMENTE?

.....

.....



P.25 ¿LA APORTACIÓN DE LOS NUEVOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS LE HAN SERVIDO PARA PROGRESAR O CRECER PROFESIONALMENTE? ¿DE QUÉ MANERA?

- a) MEJORA SALARIAL
- b) MAYOR RESPONSABILIDAD
- c) RECONOCIMIENTO DE MIS COMPAÑEROS
- d) MEJOR CALIDAD EN EL TRABAJO
- e) OTROS .....

P.26. ¿CREE QUE EL ASISTIR A ACCIONES FORMATIVAS PUEDE TENER ALGUNA INCIDENCIA EN FUTUROS CAMBIOS O MEJORAS DE SUS CONDICIONES LABORALES?

- a) SÍ
- b) NO

P.27. ¿CREE QUE LAS ACCIONES FORMATIVAS RECIBIDAS SE AJUSTABAN A SUS NECESIDADES? ¿TIENE ALGUNA PROPUESTA O SUGERENCIA AL RESPECTO?

.....

P.28. ¿QUÉ TIPO DE FORMACIÓN CONSIDERA QUE ES MÁS BENEFICIOSA Y PRODUCTIVA PARA USTED Y EL COMERCIO DONDE TRABAJA ? (Teleformación, presencial, a distancia,...) INDIQUE QUÉ FRANJA HORARIA SERÍA LA MÁS CONVENIENTE.

.....

.....

P.29 ¿EL DESARROLLO DE LA ACCION FORMATIVA Y SU IMPARTICIÓN SATISFIZO SUS EXPECTATIVAS INICIALES? ¿QUE OPINIÓN LE MERECE?

.....

.....

P.30. ¿LA FORMACIÓN GENERAL RECIBIDA LE HA SERVIDO PARA RECICLARSE PROFESIONALMENTE? ESTA FORMACIÓN, ¿LA CONSIDERA COMO UNA HERRAMIENTA DE ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS SOCIO-LABORALES?

.....

.....

P.31. ¿CONOCE LOS PLANES FORMATIVOS ACTUALES? ¿CONSIDERA QUE SON CAPACES DE SATISFACER LAS NECESIDADES DE CADA SUBSECTOR DEL COMERCIO?

.....

.....

P.32. ¿TENDRÍA ALGUNA SUGERENCIA DE ALGUNA ACCIÓN FORMATIVA QUE LE GUSTARÍA REALIZAR PARA PODER MEJORAR SU COMPETITIVIDAD?

---

---

P.33. ¿DISPONE DE LA SUFICIENTE INFORMACIÓN SOBRE ACCIONES FORMATIVAS, ASÍ COMO CENTROS QUE LAS IMPARTEN?

---

---

P.34. ¿ACONSEJARÍAS A TUS COMPAÑEROS PARTICIPAR EN ACCIONES DE FORMACIÓN CONTINUA? ¿POR QUÉ?

---

---

OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS:

## **B) EVALUACIÓN DE LAS ENTREVISTAS PERSONALES REALIZADAS A TRABAJADORES DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD EN BURGOS**

El informe que se presenta a continuación es el fruto de los resultados obtenidos a través de las entrevistas en profundidad realizadas a trabajadores del sector comercio que han recibido formación continua en el último año.

### **1. Pregunta: *¿Cómo calificaría el estado actual del pequeño comercio?***

Las opiniones de los trabajadores de los comercios entrevistados son diversas y enfrentadas. Algunos consideran que el comercio de proximidad trata de superar una situación de inestabilidad de precios de los productos y hacer frente a la fuerte competencia sufrida por parte de las grandes superficies, mientras que otros consideran que el pequeño comercio se encuentra en una fase de progreso y mejora.

De manera reiterada y unívoca les afecta en varios aspectos, pero sobre todo en el plano económico, el establecimiento de grandes superficies en una ciudad como Burgos, en la que el número de habitantes en la capital no es muy elevado.

Los horarios tan amplios que ofrecen estas superficies, la extensión de los recursos humanos, que dan una mayor cobertura de atención al cliente, las grandes campañas de publicidad y difusión de los productos que ofrecen y la concentración de distintos comercios en una misma superficie son factores suficientes como para que el comercio de proximidad se encuentre en una situación de inferioridad y de impotencia para poder luchar contra las grandes superficies.

Para poder superar esta situación, demandan mayores ayudas y colaboraciones por parte de los organismos públicos de la ciudad.

Además, consideran como un elemento clave la ubicación estratégica de su centro de negocios, la proximidad de un aparcamiento y la accesibilidad a su local, es decir, el hecho de que se encuentre en una zona donde no existan obras, o con una fácil localización.

### **2. Pregunta: *¿Y el sector en el que se encuadra el comercio en el que trabaja?***

Las opiniones son diversas en función del sector del comercio al que se dirige la pregunta. En sectores como la alimentación, y más concretamente en subsectores que comercializan la venta de productos perecederos (carne, pescado...), la previsión de futuro es buena, ya que aluden a que el cliente prefiere comprar en el comercio de siempre, donde le ofrecen una garantía y calidad de los productos que consume.

En sectores como la ropa y el calzado se muestran más pesimistas con las previsiones de futuro, debido a la fuerte presión a la que se ven sometidos con la irrupción de las grandes superficies que se están estableciendo en la provincia. Las ventas disminuyen debido a que los precios de los grandes centros son más bajos que los del pequeño comercio y no pueden hacer frente a la desmesurada competencia.

En sectores que ofrecen un producto más específico, tales como reparaciones de maquinaria, electrodomésticos, etc., el comercio tiende a mantenerse, ya que las grandes superficies no ofrecen este tipo de servicios, y juegan con ventaja.

Es importante la reflexión que realizan los trabajadores de los comercios acerca de la edad del cliente que se dirige a sus establecimientos. El cliente de una edad avanzada prefiere realizar sus compras en el comercio que se ubica en su zona de residencia, porque le resulta más cómodo que desplazarse a las afueras, donde normalmente se ubican los grandes centros y porque, además, recibe un trato más personalizado y directo. Es el cliente más joven el que trata de maximizar su tiempo y prefiere comprar en las grandes superficies.

Como observación común, el comercio de proximidad está concienciado de que es necesario renovarse y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado e innovar en las técnicas comerciales de venta para poder mantenerse y hacer frente a la gran competencia que las grandes superficies le imponen.

### 3. Pregunta: *¿Qué acciones de formación continua ha realizado en los últimos meses? ¿Y en el 2005?*

En general, los trabajadores del pequeño comercio burgalés han participado en la realización de acciones formativas durante los últimos meses. La reiteración de este tipo de acciones viene dada por la satisfacción que ha supuesto la adquisición de conocimientos válidos para el desempeño de su puesto de trabajo, derivados de cursos de formación continua realizados anteriormente.

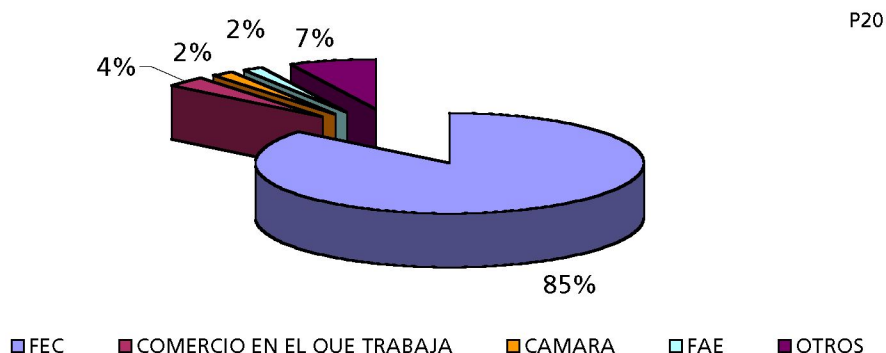
Como observación, hay que destacar que una parte significativa de los trabajadores que han realizado la formación lo han hecho por iniciativa o interés propio, es decir, no han realizado la formación incentivados, aconsejados u obligados por los empresarios, cuya finalidad debería ser la mejora de conocimientos para la aplicación en el trabajo, sino que, en algunos casos, lo han hecho para forjarse un futuro distinto e independiente.

### 4. Pregunta: *¿Cuáles les han parecido más interesantes?*

- Los cursos que más interés han despertado entre los trabajadores del comercio son:
- Calidad en el servicio y Atención al cliente.
- Escaparatismo.
- Técnicas de venta y negociación.
- Interiorismo y Decoración.

### 5. Pregunta: *¿A través de qué entidades ha recibido la formación?*

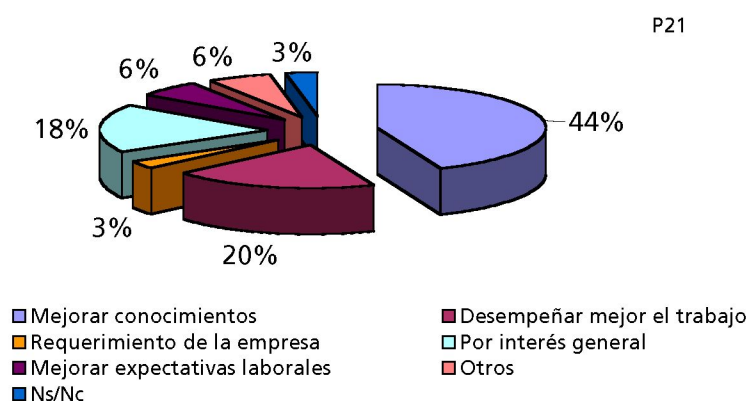
La mayoría de los comercios han recibido la formación a través de la Federación de Empresarios de Comercio (el 85% de los encuestados); un 7% han recibido la formación a través de otras entidades como pueden ser los sindicatos u otros centros privados de enseñanza. Un pequeño porcentaje (del 2%) lo han realizado a través de la FAE y otro porcentaje (del 2%) a través de la Cámara de Comercio de Burgos.



**6. Pregunta: ¿Cuál es el motivo/s que le han llevado a realizar este tipo de acciones?**

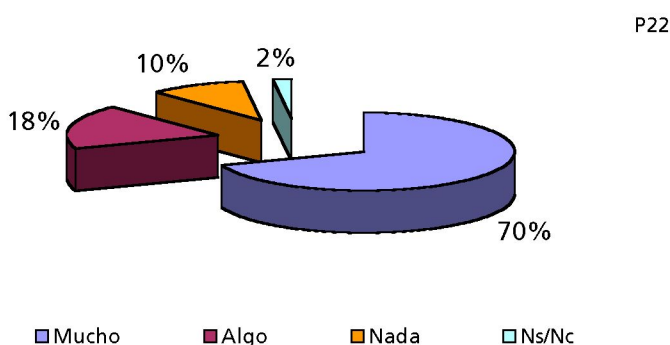
El 44% de los trabajadores han realizado formación continua, motivados por incrementar sus conocimientos, se entiende, en relación al puesto de trabajo que desempeñan actualmente. Un 20% lo han hecho impulsados para poder desarrollar con una técnica más depurada las actividades que realizan en su puesto de trabajo. A un 18% simplemente le ha movido un interés general, por ampliar los conocimientos en una materia concreta.

El resto de los trabajadores aluden a mejorar sus expectativas laborales (6%) o imposición de la empresa donde trabajan (3%).



**7. Pregunta: ¿Guardaban relación realmente los cursos con el desempeño diario de su trabajo?**

El 70% de los entrevistados afirman que la formación continua recibida guardaba una amplia relación con el ejercicio de su actividad laboral. Un 18% alude a que tenía una relación escasa, y el 10% de los trabajadores afirman que no guardaban ningún tipo de relación las acciones formativas recibidas con su actividad laboral.



**8. Pregunta: ¿Ha podido aplicar los conocimientos adquiridos en estas acciones a su actividad laboral/profesional diaria? ¿De qué manera?**

En general se puede hacer una valoración positiva acerca de la aplicabilidad de las acciones formativas llevadas a cabo por los trabajadores del pequeño comercio burgalés. Algunos cursos, como el de Escaparatismo y Atención al cliente han tenido una total aplicación práctica en los distintos comercios de la capital.

Los cursos formativos que no han sido tan aplicados con carácter profesional han tenido una aplicación personal, es decir, han servido para asentar conocimientos y para el crecimiento personal del trabajador,

dotándole de una mayor seguridad en el desarrollo de su actividad diaria.

**9. Pregunta: ¿Le ha facilitado esta formación un desempeño más eficaz de su trabajo? ¿En qué áreas ha mejorado principalmente?**

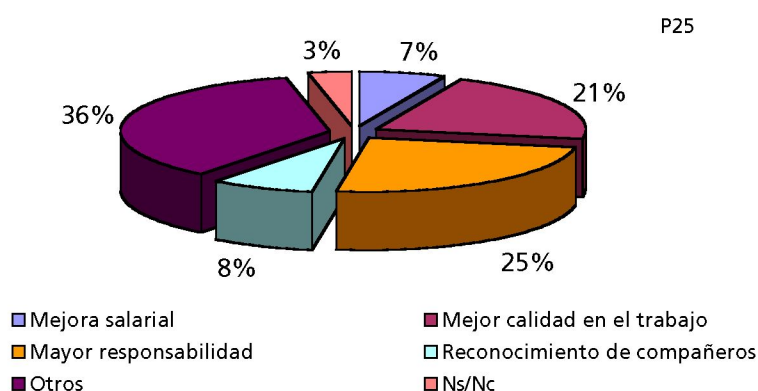
No toda la formación recibida por los trabajadores les ha facilitado el desempeño de sus tareas diarias, aunque sí ha contribuido a satisfacer sus inquietudes personales y a afianzar conceptos que ya tenían con respecto a un tema concreto.

La opinión de muchos de los entrevistados, hace referencia al interés que cada persona muestra ante la diversidad de acciones formativas como una herramienta de renovación y reestructuración del sector y como medio de adaptación a las nuevas tecnologías que se imponen en el mercado.

Las áreas mas reiteradas en las que los entrevistados expresan su mejora de conocimientos son:

- Área de Atención al cliente, potenciando el trato directo y personalizado.
- Área de Técnicas de venta, incrementando el número de ventas y sobre todo cerrando las ventas en el menor tiempo posible.
- Área de informática: la mejora en esta área ha sido más a nivel personal que profesional, proporcionando los conocimientos necesarios para el uso personalizado de la informática.

**10. Pregunta: ¿La aportación de los nuevos conocimientos adquiridos le han servido para progresar o crecer profesionalmente? ¿De qué manera?**



El 36% de los entrevistados responde como otros, aludiendo a que los conocimientos adquiridos les han servido para su crecimiento personal y como medio para poder desarrollar en el futuro otra profesión distinta a la que actualmente desempeñan.

El 25% afirma que los conocimientos adquiridos le han servido para adquirir una mayor responsabilidad y poder progresar en el desempeño de sus funciones. El 21% responde que ha podido aplicar la formación recibida para incrementar la calidad y profesionalidad en su puesto de trabajo.

El 8% y el 7% respectivamente afirma que los conocimientos adquiridos le han aportado una mejora salarial y un reconocimiento entre sus compañeros.

**11. Pregunta: *¿Cree que el asistir a acciones formativas puede tener alguna incidencia en futuros cambios o mejoras en sus condiciones laborales?***

Prácticamente la totalidad de los entrevistados consideran que la realización de acciones formativas son un elemento clave para poder mejorar sus condiciones laborales, no solo económicas sino también para incrementar su responsabilidad y ostentar cargos con un mayor reconocimiento profesional.

**12. Pregunta: *¿Cree que las acciones formativas recibidas se ajustaban a sus necesidades? ¿Tiene alguna propuesta o sugerencia al respecto?***

En general, los trabajadores entrevistados consideran que las acciones formativas que han recibido se adaptaban a las necesidades de su puesto de trabajo.

Algunos de los entrevistados comentan la posibilidad de incrementar las horas prácticas y reducir la teoría, como dato clave para que se adapten mejor las acciones formativas a su puesto de trabajo.

Entre las sugerencias que han transmitido se pueden destacar:

- Demandan que los cursos se disgreguen por niveles de conocimiento, para poder llevar un ritmo más adaptado y mayor aprovechamiento de los conocimientos que se imparten en un curso.
- Asimismo, para ciertos cursos como Escaparatismo o Merchandising, consideran que debería disgregarse por sectores de actividad.
- Sugieren ampliar la oferta formativa en el área de informática.
- Cursos más específicos por sector de actividad, incluso sugieren la unión por gremios para que dichos cursos se puedan impartir (cursos de enmarcación en el sector decoración).
- Proponen que la parte de formación a distancia que llevan implícita la mayoría de las acciones formativas recibidas sea eliminada, debido a la capacidad poco motivadora que tiene este tipo de didáctica.

**13. Pregunta: *¿Qué tipo de formación considera que es más beneficiosa y productiva para usted y el comercio donde trabaja? Indique qué franja horaria sería la más conveniente.***

La totalidad de los trabajadores entrevistados consideran la formación presencial como la más productiva y beneficiosa para su posterior aplicación al sector del comercio donde desarrolla su actividad diaria. Asimismo, existe una respuesta reiterada de la franja horaria en la que preferiblemente desean que se impartan las acciones formativas, en horario de 20h a 22h. Es en este intervalo cuando su puesto de trabajo les permite la asistencia continuada.

**14. Pregunta: *¿El desarrollo de la acción formativa y su impartición satisfizo sus expectativas iniciales? ¿Qué opinión le merece?***

En general, los conocimientos adquiridos a través de la impartición de acciones formativas han satisfecho las expectativas de los trabajadores del pequeño comercio burgalés.

La opinión que tienen acerca del profesorado, temario e incluso el ambiente creado entorno a la actividad desarrollado ha sido muy favorable.

Las opiniones se diversifican en función de los cursos. Así, por ejemplo, cabe destacar que los trabajadores asistentes al curso de relajación lo consideraron demasiado teórico; el curso de Escaparatismo y de Base de Datos ha sido calificado como escaso de contenidos; y el de interiorismo y decoración lo han considerado poco ajustado a la realidad, es decir, desequilibrio entre la parte teórica y práctica, o carencia de conexión.

**15. Pregunta: *¿La formación general recibida le ha servido para reciclarse profesionalmente? ¿La considera como una herramienta de adaptación a los cambios socio-laborales?***

Los entrevistados consideran la realización de acciones formativas como medio para reciclar sus conocimientos en el sector, de manera genérica. Existen opiniones en contra, expresando que las acciones formativas, más que como medio de reciclaje, las consideran como un complemento en el ejercicio de su actividad laboral y su crecimiento personal.

La gran mayoría consideran la formación como una herramienta de adaptación a los cambios socio-laborales, ya que el cliente ha evolucionado con la moda, los gustos, los hábitos..., y como un elemento para poder innovar en sus establecimientos descubriendo nuevas acciones que se puedan aplicar a su actividad concreta.

Entre los trabajadores entrevistados también se recogen respuestas negativas acerca de la formación como medio de reciclaje, ya que algunos entrevistados acudían a la formación para evadirse de las preocupaciones del trabajo y en ningún caso como una herramienta de adaptación a los cambios que vienen impuestos por la tendencia del mercado.

**16. Pregunta: *¿Conoce los planes formativos actuales? ¿Considera que son capaces de satisfacer las necesidades de cada subsector del comercio?***

Entre los trabajadores que han afirmado conocer los Planes Formativos que se imparten en la actualidad, consideran que éstos no se adaptan a las necesidades formativas de cada subsector. Sí que cubren las necesidades más básicas, pero deberían ser más específicos.

Los trabajadores del sector que no se muestran informados sobre los Planes Formativos que se desarrollan en la actualidad, acusan la falta de información de dichos Planes, para poder realizar acciones formativas que se adaptasen a las necesidades del sector del comercio donde desarrollan su actividad.

**17. Pregunta: *¿Tendría alguna sugerencia de alguna acción formativa que le gustaría realizar para poder mejorar su competitividad?***

Las acciones formativas más demandadas han sido:

- Curso de informática, paquete office avanzado.
- Curso de finanzas.
- Curso de cierres de venta.
- Curso de educación de la voz.
- Psicología de ventas.

En general, se demandarían cursos de formación específica en orden al sector del comercio en el que desarrolla su actividad. Es importante el mantenimiento de las acciones formativas que se desarrollan en la actualidad, pero con una mayor disgregación por niveles de conocimiento.

**18. Pregunta: *¿Dispone de la suficiente información sobre acciones formativas, así como de los centros que las imparten?***

La mayoría de los entrevistados reciben información sobre la realización de las acciones formativas a través de la Federación de Comercio de Burgos, el siguiente medio de información es la prensa y otros organismos públicos o privados.

Existe una parte importante de los entrevistados que, como se ha reflejado en anteriores preguntas, adolecen de una falta de información con respecto al desarrollo de acciones formativas que puedan tener una aplicación práctica en su negocio.



### **19. Pregunta: ¿Aconsejarías a tus compañeros participar en acciones de formación continua? ¿Por qué?**

De manera unívoca, los trabajadores que han realizado acciones formativas aconsejan el ejercicio de las mismas al resto de sus compañeros, ya que consideran la realización de las mismas como una opción personal.

Asimismo, consideran la asistencia a estas acciones de formación como un medio de crecimiento personal y profesional. Para muchos es también un medio de evadirse y de conocer a gente de un mismo gremio y poder intercambiar experiencias.

#### **Observaciones y/o sugerencias:**

Una de las sugerencias más comentadas es que la información sobre la realización de acciones formativas no llegue solo a los comercios, sino que se transmita de una manera más personalizada a los empleados del mismo, enviándola, por ejemplo, a su domicilio particular.

## **4.2.2. PANELES DE EXPERTOS**

### **A) GUIÓN PANEL EMPRESARIOS. ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN EN EL COMERCIO: LA APLICACIÓN EN LA EMPRESA**

#### Objetivos y Contenidos:

1. Nivel de profundidad de los contenidos tratados
2. Contenidos que deberían haberse abordado y no se ha hecho
3. Relación teórica y práctica en las clases
4. ¿Qué cambios deberían hacerse? ¿Existen lagunas?
5. ¿En qué medida los conocimientos adquiridos se han podido transferir al puesto de trabajo? ¿En qué medida han facilitado el trabajo?
6. ¿En qué grado ha contribuido la formación o está relacionada con cambios y mejoras en su trabajo?
7. ¿Qué barreras existen para aplicar estos conocimientos al puesto de trabajo?
  - Factores que facilitan
  - Factores que limitan
8. ¿Qué se debe hacer para aumentar la aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridas?
9. ¿El curso ha desarrollado la capacidad para continuar autoformándose?

#### Metodología, materiales:

1. Calidad de los materiales de enseñanza (documentación, audiovisuales...)
2. ¿El material (documentación, apuntes, bibliografía...) permite que el alumnado continúe autoformándose?

### 3. Formación a distancia

#### Profesorado:

1. Dominio del profesorado de los contenidos teóricos y de su vertiente práctica

#### Organización:

1. ¿Es suficiente la información o marketing que se hace del programa?
2. Horarios – Duración – Servicio administrativo

#### Empresarios con empleados que acuden a formación:

1. Aplicación posterior a la formación
2. Razones de la no aplicación
3. Lagunas de conocimientos/habilidades aún por satisfacer
4. Grado de satisfacción con los niveles de aprendizaje que el empleado ha adquirido en la formación.

## **B) GUIÓN PANEL EMPLEADOS, ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN EN EL COMERCIO: LA APLICACIÓN EN LA EMPRESA**

#### Objetivos y Contenidos:

1. Nivel de profundidad de los contenidos tratados
2. Contenidos que deberían haberse abordado y no se ha hecho
3. Relación teórica y práctica en las clases
4. ¿Qué cambios deberían hacerse? ¿Existen lagunas?
5. ¿En qué medida los conocimientos adquiridos se han podido transferir al puesto de trabajo? ¿En qué medida han facilitado el trabajo?
6. ¿En qué grado ha contribuido la formación o está relacionada con cambios y mejoras en su trabajo?
7. ¿Qué barreras existen para aplicar estos conocimientos al puesto de trabajo?
8. Factores que facilitan:  
Personales, de relaciones laborales, organización de la empresa
9. Factores que lo limitan:  
Personales, de relaciones laborales, organización de la empresa
10. ¿Qué se debe hacer para aumentar la aplicación de conocimientos y habilidades adquiridas?
11. ¿El curso ha desarrollado la capacidad para continuar autoformándose?

#### Metodología, materiales:

1. Calidad de los materiales de enseñanza (documentación, audiovisuales, ...)
2. Nivel de participación de los alumnos en la dinámica de las clases

3. ¿El material (documentación, apuntes, bibliografía...) permite que el alumnado continúe autoformándose?

Profesorado:

1. Dominio del profesorado de los contenidos teóricos y de su vertiente práctica

Organización:

1. ¿Es suficiente la información o marketing que se hace del programa?

2. Horarios - Duración

3. Servicio administrativo

## **C) EVALUACIÓN CUALITATIVA PANELES DE EXPERTOS**

### 1. Contenidos de los cursos y aplicación al puesto de trabajo

Los empresarios valoran como positiva la formación que han recibido, tanto cuando son ellos los que han acudido a acciones formativas como cuando han acudido sus empleados.

La relación entre las clases teóricas y clases prácticas es buena, los contenidos se explican correctamente y la aplicación de dinámicas y ejercicios prácticos facilitan la adquisición de aprendizajes.

No se detectan grandes lagunas de contenidos, y la formación ha contribuido significativamente a mejorar no solo el rendimiento de la empresa sino también el ambiente de trabajo.

Los empresarios cuyos empleados han participado en acciones formativas detectan una mayor implicación en el puesto por parte de estos. Los empleados sí aplican los conocimientos que han adquirido en los cursos.

Estos conocimientos facilitan el trabajo diario y aportan nuevas ideas y formas de proceder que repercuten en el rendimiento del negocio, razón por la que tratan de motivar y favorecer el que sus empleados continúen acudiendo a acciones formativas.

Los empresarios manifiestan que, sin duda, la formación que han recibido sus empleados está directamente relacionada con cambios y mejoras en la empresa. Las áreas en el comercio en las que más aplicación se observa son la de atención al cliente y gestión de la tienda, que se corresponden con los cursos que tanto empresarios como empleados valoran más y mayor aplicación al puesto de trabajo muestran: marketing, escaparatismo, técnicas de venta, atención al cliente y negociación.

La actitud que el empresario muestra ante las nuevas aportaciones de sus empleados es un factor que puede favorecer o limitar la aplicación de estos conocimientos. En general, los empresarios que han participado en el panel de expertos tienen una actitud abierta y tratan de motivar y favorecer esta aplicación al puesto, aunque puede en ocasiones chocar con procedimientos que llevan tiempo instaurados dentro del negocio y que hasta ese momento se consideraban válidos.

Posibles puntos de mejora:

- Las acciones formativas deberían tener una mayor duración, con más horas formativas de carácter presencial, se ampliarían el programa formativo y los objetivos, con lo que se verían más contenidos y en mayor profundidad.
- En el diseño de los objetivos formativos se deberían tener más en cuenta unos temas que otros, en función de la relevancia que tienen para el sector.
- En algunos cursos, como los relacionados con informática, gestión empresarial, contabilidad... proponen establecer más niveles, en función de la preparación inicial de los participantes.

## 2. Metodología, materiales:

Los materiales, documentación y apuntes son adecuados, permitiendo además que los participantes puedan continuar autoformándose, ampliando información y contenidos a través de la documentación vista en clase y la bibliografía aportada.

Posibles puntos de mejora:

- El principal punto de mejora propuesto es el diseño y contenido de los manuales que se entregan para realizar la formación a distancia. Estos manuales se entregan al participante durante las acciones formativas y deben leerlos y consultarlos lo suficiente para interiorizar su contenido. Finalmente deben completar una serie de test que hacen referencia a diferentes temas y manuales en función de la asignatura y devolverles a los tutores que proceden a su corrección y tratamiento. Estos test son bastante complicados, y no son un verdadero reflejo de si la persona que realiza formación ha adquirido o no conocimientos.
- Tanto los empresarios como los empleados manifiestan que estos manuales son demasiado amplios, poco específicos del sector, muy teóricos.
- Proponen manuales u otro formato de documentación más adaptado al comercio, donde puedan realizar consultas más rápidas. Manuales con un carácter más pedagógico y una didáctica adaptada al comercio son difíciles de encontrar.
- Los participantes en formación manifiestan un gran descontento con las horas de formación a distancia y proponen sustituirlas por horas presenciales aunque estas sean menos.

## 3. Profesorado:

El profesorado vuelve a ser uno de los factores mejor valorados, dominan los contenidos teóricos y su vertiente práctica.

## 4. Organización:

Los empresarios reciben suficiente información sobre las acciones formativas, los empleados en cambio manifiestan más dificultades en acceder a información relativa a cursos. El servicio administrativo que se presta a los alumnos es correcto.

Posibles puntos de mejora:

- La duración y los horarios de los cursos plantean dificultades sobre todo para los empleados que en muchos casos están solos en el comercio.

# Análisis de la Formación

El análisis global de las diferentes evaluaciones del estudio se ha estructurado en cada uno de los niveles que se han investigado:

## Nivel 1: Satisfacción del participante con la formación

### **1. Motivación hacia las acciones formativas:**

- La mayoría de los empleados que realizan formación lo han hecho por iniciativa o interés propio. Principalmente por dos motivos, ampliar sus conocimientos en relación al puesto de trabajo que desempeñan actualmente y mejorar sus expectativas laborales.

- Para un 44% el principal motivo es adquirir nuevos conocimientos, mejorar sus competencias tanto personales como profesionales, lo que se traduce, además, en mejorar su empleabilidad y futuro profesional ya sea en esa empresa u otra.

- Un 20% realiza formación para profundizar en un tema muy concreto que tiene una relación muy directa con dificultades de su puesto de trabajo, situación en la que se encuentran los empresarios, que acuden a acciones de formación más definidas tratando de buscar soluciones a problemas muy concretos.

- Solo un 3% de los empleados manifiestan acudir a formación por imposición de su empresa.

### **2. Adecuación de la formación a sus expectativas y logro de los objetivos planteados:**

- En general, la formación recibida satisface las expectativas iniciales de todos los participantes, factor que explica la conducta de los alumnos; la mayoría vuelve a participar en acciones de formación, las expectativas satisfechas significan un refuerzo a la participación en formación.

- Los objetivos planteados al inicio de los cursos se han cumplido en un alto grado.

### **3. Calidad de los contenidos y de los recursos pedagógicos:**

- Los trabajadores entrevistados consideran que las acciones formativas que han recibido se adaptaban a las necesidades de su puesto de trabajo.

- La adecuación de los contenidos a las necesidades del sector es un punto de mejora a desarrollar en el futuro. Un alto porcentaje de los alumnos participantes afirma que la formación continua recibida guardaba una amplia relación con el ejercicio de su actividad laboral, pero casi un 20% alude a que tenía una relación escasa.

- La adaptación de los contenidos por sector de actividad, definiendo unos objetivos formativos específicos por áreas de trabajo, requiere un mayor esfuerzo y un enfoque de las acciones formativas diferente, más centrado en el desarrollo de competencias profesionales, metodologías de aplicación al puesto y evolución y seguimiento del impacto en los resultados de la empresa.

- Una mayor disgregación por niveles de conocimiento inicial de los participantes supondría poder llevar un ritmo más adaptado y un mayor aprovechamiento de los conocimientos que se imparten en un curso.

Entre los comentarios y sugerencias de los empresarios está, por tanto, la necesidad de ajustar aún más estas acciones a cada uno de los sectores de actividad dentro del comercio y formar grupos más homogéneos en cuanto a nivel de conocimiento del tema para, de esta forma, poder profundizar más en las clases.

También demandan cursos de mayor especialización que les permitan tener empleados más cualificados y repartir las tareas en la empresa en función de esa mayor especialización.

- La totalidad de las personas consultadas en este estudio considera la formación presencial como la más productiva y beneficiosa para su posterior aplicación al sector del comercio donde desarrolla su actividad diaria.

- Un alto porcentaje de los consultados propone ampliar la duración de los cursos, con más horas de carácter presencial, lo que permitiría ampliar los programas y sus objetivos, con lo que se ampliarán el nivel de contenidos y el nivel de profundidad con que éstos se tratan.

- La combinación entre contenidos teóricos y contenidos prácticos es valorada muy positivamente. Los contenidos se explican correctamente y la aplicación de dinámicas y ejercicios prácticos facilitan la adquisición de aprendizajes.

- En cuanto a la documentación y materiales son adecuados y facilitan, además, que los participantes puedan continuar autoformándose, ampliando información y contenidos a través de la documentación vista en clase y la bibliografía aportada.

- La formación a distancia, tal como mostraban las encuestas, y después las entrevistas y paneles de expertos, provoca cierto descontento tanto entre los empleados como entre los empresarios.

Como se ha comentado en el análisis de las encuestas, la dificultad de esta formación está en su metodología y en los inconvenientes que presenta la plataforma *e-learning* para aquellas personas que o bien no tienen acceso a Internet o no poseen una base de conocimientos que les permita hacerlo con la suficiente agilidad, lo que pone de manifiesto el gran esfuerzo que queda por realizar en el fomento del uso de las nuevas tecnologías.

Para los alumnos la formación a distancia es poco motivadora, supone un mayor esfuerzo personal y proponen que se mejore el diseño y contenido de los manuales que se entregan.

#### **4. Profesorado y clima creado en los grupos:**

- El profesorado es un factor muy bien valorado por el total de los consultados en el estudio. Su método de trabajo, conocimiento en profundidad de los temas que imparten y esfuerzo que realizan en adecuar los contenidos al nivel del grupo son factores que fomentan, sin duda, la participación en formación.

- Son los profesores y las características de los grupos, sobre todo el tamaño reducido de estos, los que favorecen la participación de los asistentes y el clima óptimo creado en la clase.

- El clima de participación generado en los grupos actúa reforzando la continuidad en la participación en acciones formativas. Frecuentemente son los mismos alumnos los que acuden a los cursos, se conocen y constituyen una red fuera de las clases.

#### **5. Otros recursos:**

- Los medios técnicos e instalaciones para el desarrollo de las acciones son correctos.

- Los actuales Planes Formativos, que no siempre se adaptan a las necesidades formativas de cada subsector, no son suficientemente conocidos tanto por empresarios como por los empleados.

- La mayoría de los alumnos consultados reciben la información sobre la realización de las acciones formativas a través de la propia Federación de Comercio de Burgos. Un grupo significativo de los consultados manifiesta no tener suficiente información sobre los cursos, sobre todo los empleados: la información llega al comercio y sus superiores, que no siempre la trasladan a los empleados. De hecho, resulta curioso cómo muchas empresas desconocen que sus propios empleados están acudiendo a acciones de formación.

- Por tanto, se ha de realizar un mayor esfuerzo en comunicar y difundir todas las acciones de formación continua y cómo poder acceder a ellas, realizando mayor hincapié en la información a empleados.

## Nivel 2: Coherencia pedagógica

El nivel de coherencia interna del proceso desde un punto de vista pedagógico hace referencia a la adecuación en la impartición de la formación para alcanzar los objetivos fijados.

Las acciones formativas que se han impartido dentro del Plan Estratégico de formación en el año 2005 muestran ciertas dificultades en este nivel, que vienen determinadas por diversos factores:

- El tipo de alumnos: muy heterogéneo y de diferentes subsectores de actividad comercial, con múltiples expectativas ante los cursos.
- La concreción de contenidos trata de satisfacer esta diversidad, pero resulta complicado adaptar estos contenidos a los intereses de todos los alumnos.
- Cada empresa de donde provienen tanto los empleados como los empresarios presenta unas características y un perfil que se traduce en demandas concretas. El profesorado trata de adaptarse y su capacidad pedagógica y de conducción de grupos está muy bien valorada por los alumnos, pero aún ha de mejorar su especialización en un sector, el comercio, con unas particularidades muy diferentes al resto de empresas del mercado.
- El Plan Estratégico de Formación trata de satisfacer a los diferentes tipos de empresas que componen el sector, ofreciendo una formación en función del puesto ocupado y el área de trabajo dentro de la empresa, de forma que empleado y empresario puedan trazar su itinerario formativo.

En la base del diseño de este plan formativo está el ofrecer coherencia pedagógica, objetivo que se trata de cumplir en relación también a las pautas y procedimientos que FORCEM propone para impartir las acciones de formación continua.

## Nivel 3: Transferencia y aplicación de los aprendizajes al puesto de trabajo:

La aplicación de los aprendizajes al puesto de trabajo es el punto central de este estudio. La transferencia y aplicación al puesto de trabajo se centra en detectar si se han producido realmente cambios en el puesto como consecuencia directa de la formación, si el aprendizaje y adquisición de nuevas competencias profesionales se traduce en un cambio en la conducta laboral de las personas que participan en acciones formativas.

En este estudio se ha profundizado en la evaluación de la transferencia, en detectar si las competencias adquiridas con la formación se aplican en el entorno de trabajo y si además se mantienen a lo largo del tiempo. Esta evaluación es el punto de partida para demostrar con rigor el valor de la formación.

La valoración que la mayoría de los consultados en este estudio hacen acerca de la aplicación de los conocimientos al puesto de trabajo es muy positiva.

– Las acciones de formación continua facilitan un desempeño más eficaz del puesto de trabajo, existe una relación positiva y directa entre participar en acciones de formación y la mejora en el rendimiento de las personas implicadas en la empresa.

– Aquellas acciones formativas con menor repercusión en el puesto de trabajo han resultado útiles para satisfacer inquietudes personales, afianzar conceptos y resolver dudas a cerca de un tema concreto. Han servido,

por tanto, para asentar conocimientos y para el crecimiento personal del trabajador, dotándole de una mayor seguridad en el desarrollo de su actividad diaria.

– Los cursos con mayor valoración y aplicación al puesto de trabajo y la empresa son:

- Calidad en el servicio y Atención al Cliente
- Contabilidad Informatizada
- Diseño gráfico, Rotulación e Imagen Comercial
- Escaparatismo Comercial
- Gestión Comercial
- Habilidades Personales y Comunicación
- Merchandising Estratégico
- Técnicas Comerciales de Venta
- Técnicas de Relajación y Antiestrés

– Estos cursos se corresponden con diferentes áreas en las que está estructurado el Plan Estratégico de Formación Continua de la FEC, se puede concretar por tanto en que áreas del negocio se produce una mayor aplicación de aprendizajes :

- Área de Tienda: abarca el lugar donde se desarrolla la actividad comercial y la formación que facilita su desarrollo tiene como contenidos la imagen y promoción, el merchandising, la decoración de interiores, el escaparatismo y paquetería...
- Área de Ventas y Servicios: dentro de este área se trata el aspecto comercial. Formar vendedores profesionales, que son en definitiva el motor que mueve la actividad empresarial es su objetivo. Abarca contenidos relacionados con las técnicas de venta, la atención al cliente, la negociación, el marketing, las relaciones humanas, el derecho de consumo, el servicio postventa, los idiomas y el correo electrónico.

Esta relación positiva entre recibir formación y un mayor rendimiento en el área que ha sido objeto de formación ha de traducirse en una respuesta prolongada en el tiempo, inicialmente se aplican más los conocimientos, pero aún faltan en la empresa más estrategias que faciliten una motivación creciente y constante.

– Los conocimientos adquiridos en las acciones formativas han servido para adquirir mayor responsabilidad dentro del comercio y poder progresar en el desempeño de sus funciones. La aplicación de los nuevos conocimientos incrementa, además, la calidad y profesionalidad en el puesto de trabajo.

– Las acciones formativas aumentan la motivación para aplicar estos nuevos conocimientos, y los participantes tienen como objetivo realizar bastantes cambios en el desempeño de su trabajo en función de las nuevas competencias adquiridas.

– Parte de los consultados argumenta, además, que los conocimientos adquiridos les han servido para su crecimiento personal y como medio para poder desarrollar en el futuro otra profesión distinta a la que actualmente desempeñan.

– Los empresarios del sector observan diferencias en los rendimientos individuales entre aquellos empleados que acuden a acciones formativas y los que no. Los empleados que participan en cursos actualizan sus conocimientos, mejorando su profesionalidad y aportando al comercio ideas creativas y nuevas vías de desarrollo del negocio.



## Nivel 4: Impacto de la formación en los objetivos del comercio

En este nivel se han tratado de conocer las repercusiones que la realización de acciones formativas conlleva para la empresa.

- La realización de acciones formativas y los aprendizajes que los participantes adquieren producen cambios en el comercio.
- Se producen resultados positivos y beneficios con la formación.
- Consideran que las acciones formativas hacen mejorar la rentabilidad de las empresas.
- Como consecuencia directa de las acciones formativas y la adquisición de nuevos conocimientos y su posterior aplicación al puesto de trabajo, no solo mejoran los procesos diarios en el comercio sino también el clima y el ambiente de trabajo.
- Prácticamente la totalidad de los consultados en este estudio consideran que la realización de acciones formativas son un elemento clave para mejorar el rendimiento del comercio y, en consecuencia, poder mejorar sus condiciones laborales, no solo económicas sino también incrementar su responsabilidad y ostentar cargos con un mayor reconocimiento profesional.
- La opinión general de gran parte de los consultados hace referencia a la gran relevancia que tienen las acciones formativas como herramienta de renovación y readaptación del sector a los cambios que el actual mercado demanda, destacando sobre todo el uso de las nuevas tecnologías y métodos más sofisticados. Las acciones de formación continua son por tanto una herramienta de adaptación a los cambios socio-laborales y un elemento para poder innovar en sus establecimientos descubriendo nuevas acciones que se puedan aplicar a su actividad concreta.
- Las acciones de formación continua favorecen, además, la capacidad de empleabilidad de los participantes al mejorar sus competencias profesionales.

# Principales conclusiones

La principal razón que lleva a empresarios y empleados a participar en acciones de formación continua es la inquietud por ampliar sus conocimientos en relación al puesto de trabajo que ocupan y mejorar de esta forma sus competencias personales y profesionales.

La formación que han recibido ha satisfecho esta expectativa: tanto los contenidos como la metodología y el profesorado de las acciones de formación son valorados muy positivamente. Estas expectativas satisfechas actúan como un refuerzo a la participación continua en formación y el reciclaje profesional.

Dentro de la evaluación de las acciones formativas, el nivel central de este estudio ha sido la aplicación de la formación a la empresa.

Sin duda, las acciones de formación continua facilitan un desempeño más eficaz del puesto de trabajo, existiendo una relación positiva y directa entre la participación en acciones de formación y la mejora en el rendimiento dentro de la empresa.

Los empleados que participan en acciones formativas no solo aplican los nuevos conocimientos a su puesto de trabajo, sino que además se implican con mayor profundidad en las diferentes áreas del negocio.

Las nuevas competencias adquiridas con la formación determinan esta mayor implicación: al ampliar su formación y conocimiento amplía también su visión de la empresa, conocen la problemática a la que se enfrenta, los puntos de mejora en el negocio y el valor que su aportación individual tiene para el comercio donde trabaja.

Esta formación está ampliando, además, la capacidad de empleabilidad de los trabajadores del sector, motivando y favoreciendo la continuidad de la formación como herramienta de profesionalización del sector.

Tanto empresarios como empleados manifiestan que la formación recibida se traduce en cambios y mejoras en su empresa, y que la aplicación de conocimientos y competencias se ve facilitada por la metodología participativa y práctica de los cursos, que facilita el aprendizaje y posterior transferencia al puesto de trabajo.

La formación continua dota al profesional de mayor seguridad en el desempeño de su trabajo, asentando conocimientos y resolviendo dudas acerca de algunos procedimientos.

Los empresarios del sector observan además diferencias en los rendimientos individuales entre aquellos empleados que acuden a acciones formativas y los que no. Los empleados que participan en cursos, actualizan sus conocimientos, mejorando su profesionalidad y aportando al comercio ideas creativas y nuevas vías de desarrollo del negocio.

Los cursos con mayor valoración y aplicación al puesto de trabajo y la empresa se corresponden con diferentes áreas del comercio en las que se centra el Plan Estratégico de Formación de la FEC. Por tanto las áreas donde mayor aplicación de la formación se produce son el Área de Tienda y el Área de Ventas y Servicios.

El Área de Tienda comprende el lugar donde se desarrolla la actividad comercial y la formación que facilita su desarrollo tiene como contenidos la imagen y promoción, el merchandising, la decoración de interiores, el escaparatismo y paquetería...

El Área de Ventas y Servicios comprende el aspecto comercial y abarca contenidos relacionados con las técnicas de venta, la atención al cliente, la negociación, el marketing, las relaciones humanas, el derecho de consumo, el servicio postventa, los idiomas y el correo electrónico.

El impacto y repercusiones que esta aplicación de conocimientos tiene en la empresa es otro de los puntos importantes de este estudio.

La aplicación de las acciones formativas produce cambios positivos y beneficios en el comercio, no solo mejoran los procesos diarios sino también el clima y ambiente de trabajo.

La realización de acciones formativas es un elemento clave para mejorar el rendimiento del comercio, constituyendo una herramienta de renovación y readaptación a las demandas del mercado en el que se integra el comercio, sobre todo en lo que al uso de nuevas tecnologías, métodos y procedimientos de gestión comercial se refiere.

El estudio en profundidad de las acciones de formación continua, la aplicación de conocimientos y el impacto que produce en el comercio ha detectado puntos importantes de mejora y líneas de trabajo para el futuro que aumentarían la calidad de las acciones de formación, mejorando significativamente el diseño de los cursos, la aplicación de conocimientos y el nivel de participación:

### **1. Adaptación y desarrollo Plan Estratégico**

El actual Plan Estratégico de Formación (2004-2008) apuesta por la mejora continua del empresario y el empleado del comercio, para ello proponen un itinerario formativo adaptado al puesto de trabajo y el área de negocio. Es un plan vivo, que a través de la experiencia y las evaluaciones que se están realizando pretende readaptarse a las mejoras y demandas que el comercio necesite. Analizando la eficacia de la formación se pueden corregir y perfeccionar los métodos y proponer mecanismos de mejora continua.

El presente estudio ha puesto de manifiesto la necesidad de adaptar aún más la formación al tipo de negocio o subsector donde se desarrolla la actividad comercial, para completar de esta forma el itinerario formativo: sector de actividad, puesto de trabajo y área de negocio.

### **2. Material didáctico de la formación a distancia**

Uno de los puntos de mejora propuestos por los participantes en la formación es el relativo a los manuales entregados en la formación a distancia.

Son manuales no específicos para el sector comercio, demasiado teóricos y con un diseño que desmotiva a su consulta.

La FEC, por esta razón, se plantea como objetivo inmediato crear sus propios manuales de formación, adaptando documentación ya existente en el mercado o creando a través de técnicos especializados, profesores y profesionales manuales más específicos, con un carácter más práctico, más pedagógico y una didáctica más adaptada al sector y al perfil de los alumnos.

De forma que se potenciará un aprovechamiento más óptimo de estos materiales facilitando además el aprendizaje y transferencia al puesto de trabajo.

### **3. Adaptación Plataforma Digital *e-learning***

Los participantes en acciones de formación consideran la formación presencial como la más productiva y beneficiosa para su posterior aplicación al comercio.

Pero las dificultades de tiempo, horarios y dispersión de los alumnos hace inevitable el uso de la formación a distancia con la incorporación del *e-learning*.

Lo que sí ha puesto de manifiesto este estudio es la gran dificultad en el acceso y utilización de esta nueva tecnología, así que de nada sirve el esfuerzo en la mejora de la formación a distancia si falla la herramienta

necesaria para explotarla: la plataforma *e-learnig* presenta muchas dificultades en aquellas personas que o bien no tienen acceso a Internet o no poseen una base de conocimientos que les permita hacerlo con la suficiente agilidad.

Se hace necesario, por tanto, realizar un gran esfuerzo para fomentar y facilitar el uso de las nuevas tecnologías. En lo que a la plataforma *e-learnig* que la FEC oferta a sus alumnos se refiere, se tratará además de fomentar su uso, de mejorar el acceso y la presentación de contenidos.

#### **4. Modificación de categorías profesionales en los convenios colectivos**

Los actuales convenios colectivos del sector comercio basan su clasificación de categorías profesionales principalmente en la edad del empleado, olvidando factores como el desempeño y rendimiento en el puesto, y el esfuerzo que ese empleado puede estar invirtiendo en mejorar su cualificación profesional a través de acciones de formación continua.

La FEC trabaja ya en colaboración con las centrales sindicales en la negociación de los convenios colectivos del sector, y como plan de trabajo a medio plazo se propone incorporar el concepto de formación continua a los convenios colectivos, de forma que el esfuerzo que el empleado realice por mejorar y mantener su cualificación profesional se vea estimulado y recompensado en su categoría profesional.

La nueva clasificación de las categorías profesionales se basaría en diferentes áreas y niveles de trabajo en función de las competencias, la responsabilidad, la autonomía y el impacto que ese puesto tenga dentro de la empresa.

La formación continua actuaría como un factor permanente de adaptación y promoción dentro de esta nueva clasificación, vinculando en parte, junto a otro conjunto de variables, el ascenso de categoría a la formación continua.

#### **5. Campaña de motivación y sensibilización para la formación**

Uno de los objetivos indirectos del estudio era formar y "educar" a empresarios y trabajadores en el valor de la formación como una herramienta útil de avance que previene y soluciona problemas y que sostiene a las empresas ante los cambios constantes.

El estudio ha puesto de manifiesto la necesidad de motivar aun más la participación en acciones de formación, tanto de los empresarios como de los empleados.

El empresario desconfía aun de la eficacia y gran relevancia que tiene la formación para su negocio y no siempre fomenta la participación de sus empleados en formación. Algunos de los empleados que participan en formación ni siquiera comunican a sus jefes que están acudiendo a cursos, y no siempre la información sobre las acciones formativas llega a todos, empresarios y empleados.

Por esto la FEC va a desarrollar a lo largo del año 2006 y 2007 una campaña de Motivación y Sensibilización hacia la Formación en la que a través de entrevistas individuales con el empresario se tratará de facilitar y animar a la participación en acciones de formación continua.

#### **6. Certificación de Cualificaciones Profesionales**

El Plan de Formación Profesional de Castilla y León propone en una de sus líneas la creación de una unidad administrativa encargada del reconocimiento, acreditación y registro de la competencia profesional para la puesta en marcha de un sistema de acreditación de la competencia. Este proyecto tiene el objetivo de definir

un sistema de evaluación de las competencias e implantar un dispositivo de reconocimiento y evaluación de los aprendizajes no formales e informarles.

Esta certificación de las cualificaciones profesionales potenciaría el esfuerzo que se está realizando desde diferentes ámbitos para mejorar la participación y aprovechamiento de las acciones de formación continua: si el empleado que acude a formación cuenta con un itinerario formativo que además de mejorar su cualificación le ofrece una certificación profesional, estará mucho más motivado a participar en acciones de formación.

## Bibliografía

**Gestión de la Formación en las Organizaciones**, Pilar Pineda (coord), Ariel Educación 2002.

**Evaluación en la Formación**, Flor A. Cabrera, Síntesis Educación, 2000.

**Evaluar el resultado de la Formación**, Robert F. Pager, Epise, 2000.

**Manual de Formación**, Roberto Albáizar González, CissPraxis, 2002.

**Recursos Humanos**, M. Iturraspe, R. Rodríguez, M<sup>a</sup>. V. Arriero, M. Plasencia, e I. García, Editorial Síntesis, 1995.

**Consultor para la Dirección de Recursos Humanos**, CissPraxis, 2000.

**Desarrollo y evaluación de Recursos Humanos**, Eduardo Pérez Gorostegui, Beatriz Rodrigo Moya, Ediciones Pirámide, 1998.

**Estudio funcional de los puestos de trabajo**, Área de Recursos Humanos FEC, 2004.

**GISCOM**, Área de Sistemas de Información FEC, 2006.

**Plan Estratégico de Formación, FEC (2004-2008).**

## Equipo técnico

FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO:

- Gema Santamaría Martínez. Responsable del Área de Recursos Humanos
- Colaboración externa: Gabinete de Recolocación Industrial (GRI)



