

LA DIFÍCIL FORMACIÓN DEL COMERCIANTE

■ DIOSCORIDES CASQUERO VEGA



En el presente artículo trataré de exponer la situación en la práctica de la formación del comerciante, tomando como referencias las experiencias de terceros que han analizado el problema y la mía propia tras 19 años de ejercicio profesional.

El enfoque lo hago desde la perspectiva de mi actuación profesional y teniendo en cuenta que las opiniones y recomendaciones que realizo son las que en la práctica estamos aplicando, en la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, para abordar el problema en la actualidad y de cara a un inmediato futuro. Cualquier persona interesada en conocer en profundidad estas

experiencias puede hacerlo poniéndose en contacto con nosotros.

ANÁLISIS DEL PROBLEMA

En todos los estudios que se han hecho sobre la problemática de la formación del comerciante, se reflejan circunstancias muy parecidas que vienen a ser una especie de constante que define la problemática específica de la formación del comerciante:

–Los cursos para que sean del agrado del comerciante deben ser gratuitos o a precio simbólico.

–La formación debe realizarse fuera del horario laboral, preferiblemente a partir de las ocho de la tarde.

–Existe una sensación de que la oferta formativa que se les ofrece no es suficiente o es inadecuada.

–El comerciante se fía más de los centros de titularidad privada que de la formación a cargo de organismos de carácter público.

–El comerciante prefiere asistir a un centro de enseñanza antes que seguir el curso en el lugar de trabajo o mediante el curso a distancia.

FORMACIÓN A DISTANCIA

Dentro de la formación a distancia lo que más se valora son las tutorías presenciales, preferentemente con frecuencia quincenal, seguidas de la calidad



del material utilizado. También se valora el hecho de que existan controles periódicos, preferentemente con frecuencia mensual.

Los comerciantes desean una formación rápida, siendo el periodo de tiempo deseado para la formación no superior a tres meses, con no más de cinco horas de duración semanal (60 horas como promedio).

Todo ello choca con la realidad del nivel educativo en el sector, que según el Instituto Nacional de Estadística se compone de un 50% de personas que sólo tiene los estudios primarios, un 25% que tienen el graduado escolar, un 12% que han realizado el BUP, un 6% que ha realizado formación profesional y sólo un 7% ha realizado estudios universitarios.

Asimismo, otra de las características de la problemática de la formación en este sector es el enorme volumen de personas necesitadas de formación y su fuerte rotación. De los 2,4 millones de trabajadores del sector, aproximadamente 2/3 partes son asalariados y un tercio son autónomos.

El 30% de los asalariados son eventuales. Entre los autónomos se produce también una enorme rotación dado el alto índice de reemplazamiento del sector; así, por ejemplo, el 30% del censo actual de comerciantes de España tiene 5 años o menos de actividad en el sector.

Estamos hablando de 180.000 comerciantes que han resistido su introducción en el sector en el último quinquenio. Sabiendo que sólo el 45% de los nuevos comercios que se instalan sobreviven 5 o más años, eso quiere decir que unos 400.000 autónomos se han incorporado al sector comercio en los últimos 5 años, es decir, 80.000 autónomos por año.

Con respecto al número de asalariados, cabe señalar que el comercio se nutre sobre todo de jóvenes.

De entre los contratos a menores de 30 años la especialidad "dependiente de comercio al por menor" es la que tiene el máximo de efectivos contratados. En el caso concreto de Aragón, según fuentes del INEM el 9% de las



contrataciones efectuadas en 1996 en esta comunidad a menores de 30 años, lo fueron en esa ocupación; extrapolando estos datos a nivel nacional estaríamos hablando de 500.000 contratos al año en la ocupación "dependiente de comercio al por menor".

En resumen, la tarea de formación en el comercio es ingente. En materia de formación inicial hemos de contar con 80.000 nuevos autónomos cada año, 500.000 jóvenes empleados.

En materia de formación continua, unos 2,5 millones de personas precisan de un continuo reciclaje para sobrevivir laboralmente en un entorno de trabajo tan competitivo, cambiante y dinámico como es el sector de distribución comercial.

En la actualidad no existe ningún procedimiento establecido de formación previa para los autónomos, si bien si existen mecanismos para la formación inicial de jóvenes en el sector de distribución comercial y de formación continua, si bien en ambos casos la tarea realizada por INEM y FORCEM, respectivamente, no alcanza a la totalidad de los teóricos destinatarios, dado lo ingente de las cifras, la escasez de recursos y la falta de receptividad por los propios interesados.

Como conclusiones de este análisis podríamos extraer las siguientes:

- El comerciante tiene un nivel de formación bajo que dificulta su competitividad y pone en peligro su supervivencia empresarial.
- El mismo problema lo tienen los emprendedores que se inician en la actividad comercial.
- El comerciante no considera la formación como una actividad rentable.
- El comerciante no considera la formación como una actividad compatible dentro del conjunto de actividades que componen el ejercicio de la profesión.

Los medios de respuesta a estas necesidades son insuficientes y precisan de una reorientación.

ASPECTOS CLAVE PARA EL FUTURO DE LA FORMACION COMERCIAL

A raíz del análisis previo que acabamos de hacer se desprenden tres aspectos clave, que deben ser el eje de la solución a medio plazo de la problemática hoy no enteramente resuelta de la formación en el sector comercio:

- Formación de los emprendedores que acceden a la profesión comercial.
- Hacer que el comerciante entienda como rentable tanto la formación de sus empleados como la suya propia.
- Hacer compatible la metodología formativa con las limitaciones que tiene el sector.

• *Formación de los emprendedores que acceden a la profesión comercial*

Dado el alto índice de sustitución en el comercio sería razonable una política formativa dirigida a los emprendedores, con lo cual conseguiríamos, por ejemplo, que para los próximos cinco años un tercio de nuestros comerciantes hubieran accedido a su profesión con un nivel de formación adecuado, consiguiendo adicionalmente una sensibilización positiva hacia su formación continua.

No propongo, no obstante, llegar al extremo del modelo Italiano que exige esa formación previa y superar un exa-





men de aptitud previo al inicio de la actividad (algo similar a lo que se exige ya en España para ser autónomo del transporte).

Lo que sí sería deseable es una oferta formativa equivalente en el entorno de las 80 horas de formación (ya hemos visto en el análisis los criterios de duración de los cursos) que facilitase al comerciante que acreditara esta formación el acceso a las líneas de financiación oficiales para la implantación de nuevos negocios en este sector, incluyendo en el plan formativo el estudio de viabilidad.

Esto, además, evitaría una gran cantidad de fracasos (55% de mortandad en el comercio en los cinco primeros años) que supone el cierre prematuro de miles de comercios al año con un coste estimado de más de 100.000 millones de pesetas anuales.

• **Hacer que el comerciante entienda como rentable tanto la formación de sus empleados como la suya propia**

Todos los problemas planteados en el análisis por los comerciantes en el sentido de que la formación no debe costar dinero, debe hacerse fuera del horario laboral... Encierra tan sólo el sentimiento íntimo de que la formación no es una actividad rentable para la PYME comercial.

La raíz de este sentimiento es múltiple: contenidos inadecuados, falta de conexión entre los contenidos teóricos y sus aplicaciones prácticas, el propio nivel de formación del empresario que limita su acceso a otros niveles formativos, la estandarización de contenidos y el casi insalvable *gap* entre la teoría y la práctica.

Todo ello se puede resumir en un único problema: el comerciante no ve reflejada en la formación su problemática diaria, considerándola teórica y sin aplicabilidad práctica.

La inflexión de este círculo vicioso sólo se puede romper a partir de llevar a la práctica de la PYME comercial los contenidos de la formación. Esto en la práctica supone unir formación y asesoría. La formación teórica debe ser acompañada de un proceso de auto-diagnóstico por parte del comerciante que le lleve con el apoyo de tutores y consultores a la puesta en práctica de los contenidos teóricos.

Ello llevaría a reconfigurar la formación continua de tal forma que en vez de acabar ésta con la impartición de contenidos tuviera una continuidad a través de la tutorización de la puesta en marcha de sus contenidos.

Así, el comerciante podría ver plasmada en su empresa con mejoras tangibles la rentabilidad de la acción formativa llevada a cabo, con lo que a medio plazo este comerciante sería menos reticente al pago por esa formación y a la dedicación de horas de carácter laboral a la misma.

• **Hacer compatible la metodología formativa con las limitaciones que tiene el sector**

Por más que haya voluntad por parte del empresario si es cierto que existen ciertas limitaciones objetivas para compatibilizar la formación y el ejercicio de la actividad comercial: la amplitud del horario comercial, la dispersión geográfica de los establecimientos, la multifuncionalidad de los puestos de trabajo...

CARACTERÍSTICAS DEL CURSO IDEAL

Por tanto, el curso ideal para el comerciante debería ser flexible en cuanto a su duración, modulable en cuanto a sus contenidos de libre disposición en cuanto a horarios, con posibilidad de utilizar tutoría y asesoría asociados a los contenidos teóricos y con tutorías presenciales y controles de carácter periódico.

Este curso ideal, por el que firmaría cualquier comerciante, no se puede impartir por otra metodología que no sea la formación multimedia o enseñanza asistida por ordenador con apoyo de Internet, con la asistencia de la videoconferencia, utilizando un asistente telemático para tutorizar la formación, y además de todo ello realizar sesiones presenciales complementarias.

En consecuencia, el curso ideal sería una mezcla entre la enseñanza presencial tradicional y la aplicación de las nuevas tecnologías de la informática. No se trata de sustituir la formación presencial ni de sustituir la figura del profesor; por el contrario, se trata de potenciar estas dos figuras con las herramientas de las nuevas tecnologías de la formación de forma que las herramientas pedagógicas resultantes sean compatibles con las limitaciones del comerciante y de los empleados del comercio.

No obstante, hemos de tener en cuenta que sólo el 25% de los empresarios de comercio dispone de un ordenador bien en su casa o bien en su comercio, por lo que se requiere una infraestructura pedagógica adecuada por parte de los formadores con fuertes inversiones en hardware y software que hacen que el curso ideal sea más difícil





y costoso de impartir que la formación tradicional, a menos que se consigan economías de escala en su aplicación.

El nivel de difusión de los medios telemáticos aconseja que el curso ideal pueda impartirse con carácter multiplataforma, desde la EAO, totalmente presencial en Aula Multimedia, a la formación telemática; pasando por la formación a través de telepresencia (videoconferencia o *webcasting*).

La ventaja de un soporte CD-ROM es que permite al alumno reiterar su formación cuantas veces sea necesario independientemente del ritmo que lleve su compañero de aula e independientemente de que esta aula sea física o virtual. Además el CD-ROM puede ser interactivo con otros dos instrumentos:

•Internet

Gracias a las herramientas propias de Internet el contenido del curso puede enriquecerse, muy por encima de cualquier pedagogía tradicional.

Así a través del hipertexto el alumno puede ampliar temas en base a hacer enlaces con *web-sites* con contenidos relacionados. El correo electrónico permite una fluida relación alumno-profesor y alumno-alumno, al igual que el *chat*. Los grupos de noticias *-news-* permiten al alumno estar al día en el tema objeto de la formación y realizar consultas permanentes sobre aspectos concretos de la misma.

Por su parte, las listas de distribución permiten al alumno abonarse a boletines de información periódicos vía correo electrónico de temas de interés para el alumno, además de intercambiar información con el resto de integrantes de la lista, sean compañeros del curso o no.

•Asistente telemático de formación

El asistente telemático tiene dos funciones básicas: el control del alumno por parte del tutor y las herramientas de apoyo pedagógico.

Dentro del primer grupo el asistente telemático debe permitir al tutor el seguimiento individualizado de cada alumno y la confección de estadísticas que midan el aprovechamiento y nivel de formación alcanzado por el alumno.

El segundo grupo de herramientas sirve para complementar las ya enumeradas que de forma general aporta Internet, tales como tabloneros de anuncios, bibliotecas virtuales, boletines de noticias, mensajes del tutor, etc.

SOLUCIONES EN MARCHA

Como decía en el preámbulo, tratamos de predicar con el ejemplo y actualmente estamos llevando a la práctica una experiencia de aplicación de curso ideal con una iniciativa ADAPT-BIS a través de la puesta en marcha de un aula multimedia y sus correspondientes contenidos adaptados, utilizando como soporte el CD-ROM y usando como instrumentos Internet, la videoconferencia, y los asistentes telemáticos de formación.

Con respecto a la Formación de los emprendedores que acceden a la profesión comercial, a través de un convenio con el Gobierno de Aragón, llevamos dos años impartiendo formación y asesorando a los emprendedores del sector comercio.

La experiencia nos demuestra que más del 50% de los proyectos que nos llegan no son viables en la práctica y que hubieran supuesto el cierre del establecimiento si no se hubiera replanteado en el proceso de Formación-Estudio de Viabilidad dichos proyectos.

Por último hemos realizado experiencias de formación con diagnóstico y autodiagnóstico del establecimiento comercial con la experiencia de que esta modalidad Formación+Diagnóstico interesa a comerciantes de mediana dimensión y de un cierto nivel de organización. No hemos encontrado soluciones para los comerciantes de más bajo nivel formativo y de menor dimensión empresarial. □

DIOSCORIDES CASQUERO VEGA

Director del Departamento
de Comercio Interior.
Cámara de Comercio e
Industria de Zaragoza.

BIBLIOGRAFIA

- PLAN DE ESTUDIOS PROFESIONALES PARA EL COMERCIO. IMSO, Investigación Marketing y Sondeos de Opinión, 1996.
- ESTUDIO DE NECESIDADES DE FORMACION PROFESIONAL (SECTOR COMERCIO). INEM, Instituto Nacional de Empleo, 1993.
- ESTUDIO SOBRE EL PRESENTE Y EL FUTURO DEL SECTOR COMERCIAL DE BILBAO, RESUMEN DE CONCLUSIONES. José A. De Oleaga, sociólogo, 1992.
- LA DISTRIBUCION COMERCIAL EN ESPAÑA, INFORME 1996. Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYME, Mº de Economía y Hacienda 1996.

