



La formación continua en empresas líderes de distribución comercial

GABRIEL IZARD. Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Autónoma de Barcelona

JOAQUÍN GAIRÍN. Departamento de Pedagogía Aplicada. Universidad Autónoma de Barcelona

RESUMEN

La aportación indaga sobre la naturaleza y sentido de las actividades de formación continua que se realizan en el sector económico de la distribución comercial. Su objetivo es analizar las estrategias, fundamentos, actividades, dinámicas y efectos de la formación continua en empresas líderes del sector.

El estudio se realizó durante los meses de julio y septiembre de 2010 en tres empresas líderes del sector. Supuso la concreción y aplicación de 20 observaciones, 20 entrevistas a responsables de formación y 20 cuestionarios a usuarios de formación, con más de 30 contactos con directivos y trabajadores.

Los resultados, además de situar la formación continua en el sector, evidencian diferencias de planteamiento entre las empresas analizadas, sus directivos y los usuarios de la misma. Empresas y empleados demandan acciones de formación continua enfocada a proporcionar soporte a una mayor autonomía de los empleados y a mejorar su desempeño, incluyendo su adaptación al binomio especialidad-polivalencia; también valoran su menor importancia para temas como el riesgo y la innovación.

***PALABRAS CLAVE:** formación continua, estrategias formativas, dinámicas formativas, efectos de la formación continua, distribución comercial.*

Las trece páginas de este artículo pueden consultarse íntegras en la web Mercasa.es, dentro del número 117 de *Distribución y Consumo*