



# Formación en el sector comercial

## Un reto asumido por las Cámaras de Comercio de España

M<sup>a</sup> VICTORIA GUILLÉN LARREA

Servicio Comercio Interior. Cámara de Valencia

### RESUMEN

*Las Cámaras de Comercio se han erigido en líderes formativos, tanto por número de alumnos como por centros de formación en España. Disponen de una red de más de 100 centros especializados, en los que se imparte formación adaptada a las necesidades de las empresas. Tal y como se analiza en este artículo, las Cámaras han intensificado sus esfuerzos con el objetivo no sólo de mantener su liderazgo, sino con el fin de optimizar al máximo una oferta formativa que ha cubierto íntegramente las necesidades de las empresas. Conforme evolucionan los servicios ofrecidos por las Cámaras hacia las empresas, también va adaptándose la actividad docente con el objeto de proporcionar una formación de calidad adaptada a las necesidades del entorno empresarial.*

**PALABRAS CLAVE:** Cámaras de Comercio, formación, empresas, empleo, competitividad.

**E**n 1991, el Consejo Superior de Cámaras de España inició los trabajos de un informe sobre formación desde una perspectiva empresarial. Con dicho informe se asentaron las bases de una nueva etapa formativa en las Cámaras de Comercio, teniendo como referencia tanto las reformas educativas como el marco europeo de la formación de los trabajadores.

Desde entonces, las Cámaras han remodelado su oferta formativa, destacando el papel clave que tienen en el acercamiento escuela-empresa y en la profundización en la adaptación de la oferta a unos requerimientos exigentes.

La Ley Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, aprobada en 1993, establece la obligación de reservas de recursos camerales para llevar a cabo las siguientes funciones:

- Difundir e impartir formación no reglada referente a la empresa.
- Colaborar en los programas de formación permanente establecidos por las empresas.
- Colaborar con las Administraciones educativas competentes en la gestión de la formación práctica en los centros de trabajo.



Esta atribución de funciones permanece tras el Decreto 13/2010 que ha supuesto la eliminación de la obligatoriedad de pago de las cuotas empresariales, por lo que las Cámaras, que hasta la fecha han cubierto todo el abanico formativo, deben replantearse su oferta en base a criterios de financiación y rentabilidad. A espera de conocer el desarrollo de la oferta formativa cameral con esta nueva premisa, hasta ahora se han podido distinguir dos tipos de ofertas:

- La dirigida a las empresas ya constituidas, con independencia de tamaño y tipología comercial:
  - Acciones de formación empresarial y continua.
  - Acciones de reciclaje, adaptación y formación a medida.
- La dirigida a los emprendedores y a los demandantes de empleo, proporcionándoles la formación adecuada para lograr su capacitación profesional:
  - Apoyo a las prácticas de formación en centros de trabajo.
  - Apoyo a la formación de desempleados.
  - Apoyo a la integración de colectivos desfavorecidos en el mercado laboral.

En este contexto, a fin de dar respuesta a las necesidades de incremento del nivel de productividad y competitividad de las pymes de la distribución comercial, sometidas a una alta presión de empresas multinacionales, las Cámaras se han erigido en líderes formativos, tanto por número de alumnos como por centros de formación en España. Disponen de una red de más de 100 centros especializados, en los que se imparte formación adaptada a las necesidades de las empresas.

Tal y como se va a analizar a lo largo de este artículo, las Cámaras han intensificado sus esfuerzos con el objetivo no sólo de mantener su liderazgo, sino con el fin de optimizar al máximo una oferta formativa que ha cubierto íntegramente las necesidades de las empresas.

#### **LA FORMACIÓN COMO ESTRATEGIA DE ADAPTACIÓN AL NUEVO MERCADO**

Los cambios sociales y económicos que han marcado la evolución de los últimos años en España, tales como el incremento de la población de inmigrantes, la aparición de nuevos segmentos de consumidores, la inmersión social y empresarial

en las nuevas tecnologías, el comercio electrónico, etc., inciden en el desarrollo de la actividad comercial minorista y en la generación de empleo:

- Existen nuevos hábitos y tendencias del consumidor a la hora de realizar sus compras.
- Existe una mayor segmentación de la población: población juvenil, población sénior, hogares tradicionales, nuevos grupos de hogares, colectivo de inmigrantes, etc.
- Se manifiesta una tendencia a la amplitud de horarios comerciales, estacionalidad comercial, apertura en festivos, etc.

Estos factores sociales influyen en la estructura ocupacional de la actividad del comercio al por menor, a los que se une la deficiente formación específica o la experiencia exigida a los trabajadores. Esto hace que se contrate a personal con importantes carencias formativas, entre las que destacan las áreas de atención al cliente, manejo de terminales de punto de venta, técnicas de venta o conocimiento del producto, entre otros.

#### **OFERTA FORMATIVA DE LAS CÁMARAS**

Las Cámaras de Comercio tienen en la formación una de las labores fundamentales de cara a la pequeña y mediana empresa. Conforme evolucionan los servicios ofrecidos por las Cámaras hacia las empresas, también va adaptándose la actividad docente con el objeto de proporcionar una formación de calidad adaptada a las necesidades del entorno empresarial, mediante la utilización en muchos casos de medios materiales y humanos innovadores para asegurar la mejora competitiva de la empresa.

#### **1. Acciones de formación empresarial y continua y de reciclaje y de formación a medida**

En los centros de formación de las Cámaras de Comercio se ofrece formación continua para empresarios y profesionales. Podemos destacar la implantación de

una oferta diseñada a medida de las empresas, gracias a un diagnóstico proactivo, consistente en detectar las necesidades del negocio y a partir de ellas determinar las necesidades formativas.

La oferta formativa actual, de casi 8.000 cursos, se dirige a cualquier profesional o empresario que quiera mejorar su capacitación. Los cursos se diseñan en distintos niveles para que puedan asistir tanto profesionales experimentados como personas sin experiencia previa.

Cabe mencionar, además de la oferta formativa como herramienta para la formación empresarial y continua, la cooperación entre empresas del mismo sector con el objetivo de compartir para competir mejor:

- Compartir experiencias (por medio de las llamadas comunidades prácticas).
- Compartir prácticas exitosas.
- Compartir el análisis de los problemas (por medio de grupos de discusión).
- Compartir visiones (con reuniones informales de discusión).

## 2. Acciones de formación para fomento del empleo

Dentro de la oferta formativa de las Cámaras cabe destacar la destinada a desempleados, la formación ocupacional. Estas acciones tienen como objetivo facilitar la inserción laboral de los colectivos afectados por el desempleo, como pueden ser jóvenes y mujeres. Para ello se ofertan cursos que potencian la empleabilidad futura.

Atendiendo a las necesidades que una empresa tiene al incorporar un profesional a su plantilla y a las posibles carencias de ésta a la hora de cubrir las expectativas de la producción, las Cámaras de Comercio con el apoyo del Instituto Nacional de Empleo (INEM) y de los Servicios de Empleo de las distintas comunidades autónomas llevan a cabo un plan integral de formación y empleo llamado SIAP (Servicio de Integración Activa de la Py-me).



En esta línea, el SIAP es una propuesta basada en el encuentro de dos líneas de actuación: formación y empleo, garantizando la unión entre los requerimientos de los desempleados y los de las empresas. Con este programa se consigue que los desempleados se adecuen a los perfiles empresariales, mediante un proceso de aprendizaje que va desde el diagnóstico de los perfiles requeridos por las empresas, pasando por la búsqueda de desempleados con capacidades para desarrollar esa formación, hasta el desarrollo de la propia formación, las tutorías personalizadas y las prácticas en las empresas, finalizando con la inserción del alumno ya formado (fin último de la formación profesional ocupacional).

Además, las Cámaras dedican una especial atención a la creación y consolidación de empresas dirigidas por mujeres. Cuentan con el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM), promovido por el Instituto de la Mujer, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio y las Cámaras de Comercio. Tiene como objeti-

vo sensibilizar a las mujeres y a su entorno hacia el autoempleo y la actividad empresarial y pretende ser un instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres. El PAEM ofrece información, formación y asesoramiento a todas aquellas emprendedoras que quieren abrir negocios y a las empresarias que buscan mejorar la competitividad de su empresa. En él se combinan y complementan acciones de asesoramiento presencial y online. Además, las Cámaras fomentan la cooperación entre las emprendedoras y empresarias, para compartir las experiencias y soluciones que otras empresarias han dado a problemas comunes.

Adicionalmente, las Cámaras participan en la Fundación INCYDE (Instituto de Creación y Desarrollo Empresarial), organización a través de la cual se han creado numerosas empresas, gracias a la formación y metodología propia individualizada y especializada que realizan a cualquier emprendedor que quiera crear empresa.

Otras acciones que se deben mencio-



tre 20 y 25 comerciantes o emprendedores en comercio).

Las acciones formativas, de carácter meramente práctico, están separadas en dos bloques:

- Clases presenciales, con un temario que incluye aspectos relativos a la distribución comercial, la dirección y gestión comercial, la calidad en el comercio minorista, el marketing aplicado al comercio y la fiscalidad, la financiación y la normativa para el pequeño comercio.
- Tutorías individuales online. Permite al alumno seguir en contacto con los profesores durante un tiempo después de haber finalizado la formación presencial. Durante este período, los profesores (o tutores) solventarán las dudas individuales y aplicación práctica, en sus respectivos comercios, de lo aprendido en las sesiones presenciales.

Se pretende que los cursos permitan ayudar a los alumnos a la consolidación de sus empresas, ayudando además al comerciante a realizar un plan para mejorar sus capacidades comerciales y conseguir mejores resultados, así como para detectar nuevas oportunidades para su negocio y adaptarse a las nuevas estrategias comerciales, mediante el desarrollo de redes y cooperación entre productores y proveedores.

### 3. Apoyo a las prácticas de formación en centros de trabajo (FCT)

El Consejo Superior de Cámaras de Comercio viene colaborando con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD) en materia de Formación Profesional desde 1993. En ese año se firmó un convenio marco, ya revisado y actualizado, que ha venido sirviendo de referencia en la colaboración de las Cámaras con sus respectivas Administraciones educativas.

Las Cámaras trabajan para recuperar e incentivar la Formación Profesional y convertirse en instrumentos activos de formación en profesiones y oficios demandados por las empresas. La labor de coor-

nar son las Unidades de Promoción y Desarrollo (UPD) y el Servicio Cameral de Orientación Profesional (SCOP).

A través de las Unidades de Promoción y Desarrollo (UPD), las Cámaras contribuyen a recuperar y mantener oficios tradicionales. Acompañan en la preparación y evaluación de los proyectos de escuelas taller, casas de oficios y talleres de empleo. Posibilitan la formación en determinadas especialidades en peligro de extinción pero con una elevada demanda empresarial. Asimismo colaboran en la inserción laboral de jóvenes con niveles formativos bajos o con problemas de integración social.

Adicionalmente se ha creado el Servicio Cameral de Orientación Profesional (SCOP), como herramienta para la inserción sociolaboral por medio de la orientación. El Servicio Cameral de Orientación Profesional (SCOP) es un servicio que ofrecen las Cámaras de Comercio a empresarios y demandantes de empleo para colaborar en los procesos de selección de personal de las empresas que lo solicitan, apoyar en el proceso de transición

laboral y profesional a personas demandantes de empleo y fomentar la iniciativa hacia el autoempleo.

Otro programa específico es el de emprendedores en el comercio. Este proyecto ha sido aprobado y cofinanciado en el marco del Programa Operativo Adaptabilidad y Empleo, tanto por el Fondo Social Europeo como por la Secretaría de Estado de Comercio, el Consejo Superior de Cámaras y las diferentes Cámaras participantes. Se desarrolla dentro del marco operativo del Plan de Actuación en Comercio Interior (PACI) elaborado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Está dirigido tanto a nuevos emprendedores como a comerciantes ya establecidos y que precisen de un reciclaje para mantener y mejorar su gestión al frente del comercio que regentan. Se dirige a combatir el alto fracaso de pequeñas empresas comerciales en los primeros años de su existencia.

El proyecto está desarrollándose en el período 2008-2013, y tiene por objeto la ejecución de entre 90 y 100 acciones formativas (en cada acción participarán en-

## Un programa eminentemente práctico

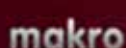
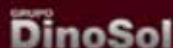
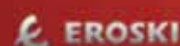
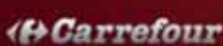
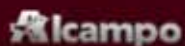


Dirigido a posgraduados llamados a **ocupar funciones directivas** en el sector de la distribución comercial.

Con el apoyo del **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**.

Patrocinado por las **principales empresas** de Distribución Comercial.

Un programa eminentemente práctico con, al menos, **cuatro meses de prácticas** en las empresas patrocinadoras.



CON EL APOYO DE:



## CALENDARIO Y LUGAR DE CELEBRACIÓN

**De octubre de 2011 a octubre de 2012**, de lunes a jueves en horario de 18 a 21 horas.

CECO posee una amplia experiencia de gestión de programas de posgrado, con más de treinta años de experiencia. Sus instalaciones en un amplio y moderno edificio, bien comunicado, constituyen un excelente marco para el desarrollo del MBA.

## Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO).

C/ Ribera del Loira, 54. (Parque Juan Carlos I) 28042 MADRID.

Tel: 91 563 18 15 - Fax: 91 721 03 92

e-mail: [ceco@ceco.es](mailto:ceco@ceco.es)

[www.ceco.es](http://www.ceco.es) / [www.masterceco.es](http://www.masterceco.es)

## ADMISIÓN, PERIODO DE INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Todas las solicitudes de inscripción deben realizarse a través de la web de CECO [www.ceco.es](http://www.ceco.es)

La admisión de los candidatos se resuelve por parte de la Dirección de CECO y el Comité Académico.

Aquellos alumnos que deseen ser acreditados con el Título de MBA deberán aportar una serie de documentos administrativos complementarios.

Si desea formular cualquier duda referente al proceso de admisión del MBA, puede hacerlo a través de la dirección de correo electrónico [ceco@ceco.es](mailto:ceco@ceco.es) o del número de teléfono (0034) 915631815, por fax al nº (0034) 917210392, o por correo postal a la dirección:

CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y COMERCIALES  
**MBA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE GRAN CONSUMO**  
C/ Ribera del Loira, 54 - 28042 Madrid. ESPAÑA

El período de solicitud de admisión queda abierto desde el **1 de mayo de 2011**.

CUADRO 1

## Acciones formativas de las Cámaras de Comercio de España (datos de 2010)

INDICADORES DE ORGANIZACIÓN Y CAPACIDAD			
Personas implicadas		1.863	
Internas		303	
Externas		1.533	
Superficie dedicada a formación		50.706	
COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES			
Cámaras que colaboran con las Administraciones Públicas		65	
Universidades		69	
Otros centros (Ayuntamientos, Corporaciones Públicas, etc.)		454	
DATOS POR ÁREAS FORMATIVAS DE LA OFERTA ONLINE			
Área	Acciones	Alumnos	Horas impartidas
Calidad, prevención, medioambiente	97	634	4.009
Comercio interior y marketing	110	353	1.203
Comercio exterior	134	812	3.582
Creación de empresas	14	208	415
Gestión financiera y fiscal	122	1.009	2.789
Habilidades directivas	47	848	861
Idiomas	41	825	706
Informática y nuevas tecnologías	225	4.561	2.946
Recursos humanos	44	502	1.447
Colaboración en FCT	6	150	180
Otros	107	1.443	2.335
TOTAL	946	11.344	20.473
DATOS POR ÁREAS FORMATIVAS DE LA OFERTA PRESENCIAL			
Área	Acciones	Alumnos	Horas impartidas
Calidad, prevención, medio ambiente	503	9.693	5.331
Comercio interior y marketing	765	15.490	10.721
Comercio exterior	554	11.280	8.216
Creación de empresas	477	11.832	16.866
Gestión financiera y fiscal	675	15.941	9.344
Habilidades directivas	510	9.713	6.936
Idiomas	720	8.420	36.615
Informática y nuevas tecnologías	640	10.173	9.170
Recursos humanos	469	9.344	10.435
Colaboración en FCT	102	418	2.320
Otros	1.438	28.885	28.876
TOTAL	6.853	131.198	124.161
RESUMEN POR ÁREAS DE LA OFERTA FORMATIVA DE LAS CÁMARAS (PRESENCIAL Y ONLINE)			
Área	Acciones	Alumnos	Horas impartidas
Calidad, prevención, medio ambiente	600	10.327	9.340
Comercio interior y marketing	875	15.843	11.924
Comercio exterior	688	12.092	11.798
Creación de empresas	491	12.040	17.281
Gestión financiera y fiscal	797	16.950	12.133
Habilidades directivas	557	10.561	7.797
Idiomas	761	9.254	37.321
Informática y nuevas tecnologías	865	14.734	12.116
Recursos humanos	513	9.846	11.882
Colaboración en FCT	108	568	2.500
Otros	1.545	30.328	31.211
TOTAL	7.799	142.542	144.634
ACCIONES COMPLEMENTARIAS			
Cámaras que ofrecen cursos a medida		65	
Cámaras que gestionan el crédito de formación continua		44	
Empresas bonificadas		5.102	
Cuantía bonificada		1.391.455	
Cámaras con agrupaciones FC		33	
Cámaras con prácticas FCT en la FP		23	
		Nº empresas	50.136
		Nº institutos	1.620
		Nº alumnos	67.426

FUENTE: Consejo de Cámaras de Comercio de España.

dinación se concreta básicamente en la elaboración de material de apoyo, intermediación y formación de tutores. La participación de las Cámaras en la gestión de la FCT tiene mucha importancia y utilidad social debido a su proximidad a las empresas, que les permite ser conocedoras excepcionales de la necesidad de profesionales que éstas tienen.

En estos momentos, las Cámaras son el principal agente de intermediación en la FCT y el primer productor de material pedagógico. Asimismo han aportado valiosas ideas a la recientemente aprobada Ley Orgánica 5/2002, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional. El artículo 6 de la citada ley orgánica prevé la colaboración de las Cámaras de Comercio para el desarrollo del Sistema Nacional de Cualificaciones. De este modo, las Cámaras han aprovechado para hacer propuestas de análisis y experimentación muy pegadas al terreno productivo, sin por ello abandonar el rigor metodológico.

#### OFERTA FORMATIVA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO DE ESPAÑA

Como se ha visto, la formación de las Cámaras está básicamente especializada en la formación de empresarios, directivos, mandos intermedios y personal al servicio de las empresas, ofreciendo un catálogo amplio de cursos y seminarios destinados a hacer más eficiente su gestión a través de la mejora cualitativa de los recursos humanos pertenecientes a las mismas. Dicho catálogo de cursos ha crecido paulatinamente a lo largo de los últimos años en cuanto al número de materias impartidas, número de cursos ofertados y calidad y prestigio de los mismos.

Ya que el destinatario de tal tipo de formación es el empresario o trabajador de empresas de cualquier sector, normalmente las Cámaras optan por darle un carácter transversal a la formación, dirigiendo ésta a la pyme en general. Este tipo de cursos es el que forma parte mayoritariamente del catálogo formativo ofrecido por las Cámaras con cursos de pago. ■