

EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR VINÍCOLA DEL RIOJA

Alfonso J. Gil López

UNED Tudela, Aula Universitaria de Milagro

Domingo J. Gallego Gil

UNED

Vicente Lázaro Ruiz

Universidad de La Rioja

La adecuación de la formación a las necesidades de las empresas y empleados pasa por un riguroso análisis de las necesidades de formación como primer paso en el proceso de formación continua en las empresas y en las organizaciones en general. Una formación continua adecuada de los empleados en el momento preciso proporciona importantes beneficios, tanto para las empresas con un aumento de la productividad como para los empleados con un mayor desarrollo de sus capacidades.

Este trabajo está dividido en tres puntos, los dos primeros son teóricos y el tercero empírico. El primero trata, de forma genérica, la necesidad de formación continua en las empresas. El segundo afronta el análisis de las necesidades de formación continua. Y el tercero aborda el estudio empírico sobre el análisis de las necesidades de formación continua en el marco del sector vinícola del Rioja.

1. LA NECESIDAD DE FORMACIÓN CONTINUA EN LAS EMPRESAS

Los cambios en los entornos productivos de las empresas propician una auténtica necesidad de formación continua para facilitar estos procesos de cambio. En la actualidad, las empresas están inmersas en contextos de constante cambio. Los mercados cambian con rapidez, el ciclo de vida de los productos es cada vez más corto, y, aparecen nuevos productos para satisfacer antiguas o nuevas necesidades. Estos tres factores indican que la experiencia, aunque sigue teniendo importancia como eje de conocimiento, no es la base en la situación competitiva actual.

En esta realidad económica cambiante, la formación continua, que se puede definir como un conjunto de acciones formativas que tiene como finalidad la mejora de las competencias de los trabajadores en activo, se está configurando cada vez más como un instrumento al servicio de las empresas, los trabajadores y la sociedad en general. La formación se considera como una herramienta importante para la mejora de la competitividad y el empleo. Además, la falta de formación, especialmente en aspectos técnicos, puede hacer ineficientes importantes procesos de producción (Antoñanzas et al., 1999).

Si las empresas quieren sobrevivir y seguir evolucionando deberían aprovechar sus propios recursos, pero, también, deberían tener presente la percepción de oportunidades que les brinde el entorno. Esta percepción de oportunidades llevaría a las empresas a tomar decisiones, definir objetivos a largo plazo, y evolucionar en los modos de gestión. En tales condiciones, los esfuerzos para potenciar una política de anticipación de la gestión de recursos humanos es lo más adecuado para avanzar en la actual economía del conocimiento (Gil y Lázaro, 2009).

Desde esta perspectiva, cualquier estrategia de desarrollo de las organizaciones no debe plantearse únicamente desde la importancia del potencial industrial. La inversión material sólo puede tener éxito si va acompañada, incluso precedida, por la adecuación de la inversión intelectual en todos los campos (González Soto y González, 2000).

Las empresas cada vez invierten más en "inteligencia", porque la inversión en recursos humanos es la más difícil de las inversiones, y en caso de éxito, es la más rentable. La clave de la competitividad ya no se fundamenta en el capital financiero sino en las personas, en el capital intelectual, y en la innovación.

2. EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN CONTINUA

El análisis de las necesidades de formación es la primera etapa en el proceso de formación continua. Señalamos la importancia del análisis de las necesidades de formación y desarrollamos un ciclo de análisis de las necesidades de formación continua.

2.1. La importancia del análisis de necesidades de la formación continua

La importancia de un adecuado análisis de las necesidades de formación continua ha sido destacada por numerosos autores (*v.g.*, Gómez-Mejía et al, 2001; Goldstein, 1993). Esta importancia se debe a que la formación, para que sea eficaz, debe responder a las necesidades presentes y futuras de la empresa. Aunque no siempre las empresas comienzan por un análisis de estas necesidades (Gallego, 1999).

La importancia concedida al análisis de las necesidades de formación ha ido evolucionando con el tiempo. La evolución puede verse en dos procesos, tanto para el acercamiento a un nuevo tipo de realidades empresariales, como son las organizaciones de aprendizaje y la gestión del conocimiento, como en el ajuste a las realidades de las organizaciones actuales y a su gestión.

El primer proceso de evolución del análisis de la formación tiende a acercarse a las nuevas realidades organizacionales. Los procesos de análisis de las necesidades de formación han venido evolucionando desde una fuerte centralización en el departamento de formación hacia una responsabilidad de los trabajadores de las distintas áreas funcionales en lo referente a su formación. La responsabilidad es un tema directamente relacionado con las organizaciones de aprendizaje, como señalan Font e Imbernón (2002: 60): *"Las organizaciones que han dado un paso más, han traspasado esta responsabilidad no sólo a la línea de mando sino a los propios empleados de base. Estaríamos hablando de las denominadas 'organizaciones que aprenden' o más genéricamente de los procesos de 'gestión del conocimiento' tan actuales"*.

El segundo proceso de evolución del análisis de la formación tiende a acercarse a la nueva gestión de las organizaciones. Tradicionalmente, el análisis de necesidades ha estado orientada a la deficiencia, es decir, diseñada para identificar y analizar deficiencias existentes o discrepancias en el desempeño. Esta perspectiva de deficiencia está por definición centrada en el presente. Cuanto menor es el desempeño actual con relación al estándar o deseado, mayor es la necesidad formativa que se genera (Dipboye, 1997). Por tanto, el objetivo de cualquier análisis o evaluación de necesidades es averiguar qué programas de formación son necesarios para resolver los déficits en el desempeño (Mitchell y Hyde, 1979). Sin embargo, en la actualidad la formación se considera no como una herramienta para la corrección de la deficiencia, sino como una oportunidad para hacer frente a las rápidas transformaciones socioeconómicas.

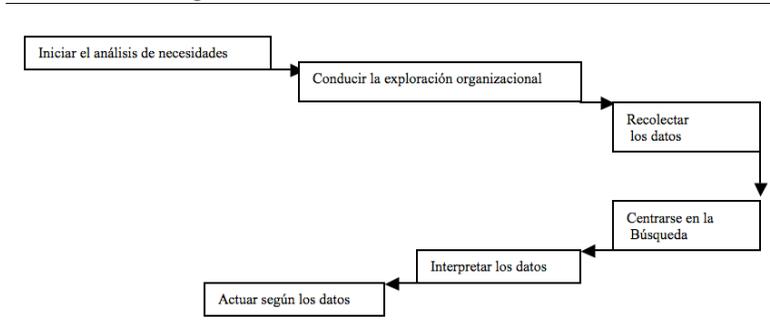
2.2. El ciclo de análisis de las necesidades de formación en las empresas

El análisis de las necesidades formativas parte del conocimiento de la realidad institucional sobre la cual queremos confeccionar el plan de formación: la historia de la institución, su entorno, la situación económica financiera, los cambios en los productos/servicios ofertados, la cultura, los recursos humanos, la estructura organizativa (González Soto y González, 2000). En definitiva, la gestión estratégica.

En las organizaciones actuales la formación se considera como una estrategia organizacional deliberada y no únicamente la reacción a un problema o una decisión política basada en un simple deseo. Por ello, Anderson (1994) diseña un modelo proactivo de análisis de las necesidades de formación, que supone un nexo de unión entre la formación y la estrategia de la organización (ver figura 1).

Este modelo consta de seis puntos o acciones clave: (1) iniciar el análisis de necesidades; (2) conducir la exploración organizacional; (3) recopilar los datos; (4) centrarse en la búsqueda; (5) interpretar los datos; y (6) actuar según los datos.

Figura 1. – Ciclo de análisis de las necesidades de formación



Fuente: Anderson (1994: 24)

El primer punto: Iniciar el análisis de necesidades. El modelo de análisis de las necesidades de formación comienza con la iniciativa o la promoción del análisis de las necesidades de formación. Esta iniciativa puede provenir de diversos actores dentro del ámbito empresarial. Por ejemplo, en el estudio realizado por Chiu et al. (1999) se indica que los promotores o iniciadores del análisis de las necesidades de formación son dos tipos: (1) los

representantes de las organizaciones (por ejemplo, los directivos); y (2) los formadores de empresa.

El segundo punto: Conducir la exploración organizacional. El siguiente punto en el ciclo de análisis de las necesidades de formación, conducir la exploración organizacional, se lleva a cabo a través de un estudio de las características de la organización. Las cuestiones que hay que tener en cuenta en este estudio son, entre otras: (1) ¿cuál es la misión de la organización y los objetivos de los distintos departamentos o secciones?; (2) ¿cuáles son las personas clave en la organización y/o cuál es la opinión de los líderes?; (3) ¿cómo el tipo de estructura, cultura y ambiente operacional impactan en el éxito y el rendimiento de la organización?; y (4) ¿en qué áreas de trabajo experimentan problemas o se prevén cambios?

El tercer y cuarto punto: Recopilar los datos y centrarse en la búsqueda. Estos puntos consisten en centrarse en la recogida de datos en cada sección o centro de trabajo, es decir, recopilar la información necesaria para un posterior estudio y tratamiento. Para lo que será necesario controlar aspectos tales como (González Soto y González, 2000): (1) qué datos son necesarios; (2) dónde y cuándo obtendremos datos; y (3) quién obtendrá los datos. Además, habrá que decidir el instrumento de recogida de información. Las metodologías de recogida de datos pueden incluir entrevistas estructuradas a los "*stakeholders*", cuestionarios cerrados, estudio de bases de datos y otro tipo de informes. Cada fuente de información descubre nuevas perspectivas y puede suponer una fuente de creación de valor en el diseño de la formación.

El quinto punto: Interpretar los datos. Los datos son solamente salidas significativas de información que es necesario organizar y considerar, que por sí mismos no solucionan problemas, pero ayudan en la toma de decisiones. Antes de proponer soluciones de formación o no-formación, es necesario encontrar las prioridades a partir del análisis y discusión.

El sexto punto: Actuar según los datos. Este punto se refiere a una propuesta para la acción. La acción en este modelo no se considera como la fase final del ciclo, sino más bien como la base que maneja todo el proceso. Las necesidades de formación es un proceso que comprende consulta, investigación y respuesta. Y el éxito último del análisis de las necesidades depende de las respuestas apropiadas de los destinatarios.

3. ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR VINÍCOLA DEL RIOJA

Presentamos este estudio sobre el análisis de la formación continua en el sector vinícola del Rioja en cinco puntos: (1) los objetivos de la investigación empírica; (2) algunos datos clave que nos ayuden a comprender las características del sector vinícola del Rioja y argumentamos las causas por las que hemos elegido este sector como marco empírico de investigación; (3) la metodología de investigación; (4) los resultados; y (5) la discusión y las conclusiones al trabajo empírico.

3.1. Los objetivos de la investigación empírica

El objetivo principal de la investigación empírica es analizar las necesidades de formación continua del sector vinícola del Rioja. Además, nos proponemos una serie de objetivos secundarios: (1) conocer los contenidos de formación que se han llevado a cabo en el sector del Rioja; (2) conocer las horas dedicadas a la formación por los empleados de las empresas del sector vinícola del Rioja; y (3) conocer los medios por los las empresas del sector vinícola del Rioja financian la formación continua.

3.2. El sector vitivinícola del Rioja

Ofrecemos algunos datos sobre aspectos más significativos de la Denominación de Origen Calificada Rioja (Consejo Regulador, 2011) y de las razones por las que investigamos este sector estratégico.

La zona de producción de la Denominación de Origen Calificada Rioja está situada en el Norte de España, a ambos márgenes del río Ebro. Las 61.960 hectáreas de viñedo protegidas actualmente por la Denominación de Origen se distribuyen administrativamente en el territorio de tres provincias ribereñas del curso alto del Ebro: La Rioja con 42.247 hectáreas (el 68,18%); Álava con 13.143 (el 21,21%); y Navarra con 6.570 hectáreas (el 10,61%). Entre otros aspectos importantes relacionados con el sector del Rioja destacan la producción de uva en la cosecha y el volumen de elaboración de vino en el mismo año. Según los datos que facilita el Consejo Regulador (2011) para el año 2010, la producción de uva en el sector asciende a 370.618 miles de kilos que se distribuye: La Rioja 252.952 miles de kilos (el 68,25%); Álava 78.933 miles de kilos (21,30%); y Navarra

38.733 miles de kilos (el 10,45%). Según el mismo organismo, la elaboración de vino en la cosecha del año 2010 asciende a 255.904.080 litros: La Rioja 179.204.632 litros (el 70,03%); Álava 65.096.023 litros (el 25,44%); y Navarra 11.603.425 litros (el 4,53%).

Señalamos a continuación, las cuatro razones de la elección del marco empírico, el sector vinícola del Rioja. La primera razón, es un sector que se ha visto obligado a hacer frente a una alta competencia de otras Regiones vitivinícolas españolas y extranjeras, lo que le ha llevado a tener que introducirse en nuevos mercados y crear nuevos productos. Además, la alta y exigente demanda de calidad de este tipo de productos —el vino— ha llevado a las empresas a invertir en tecnología y en investigación. La segunda razón: el mercado mundial del vino se caracteriza por ser cada vez más competitivo, cada país y cada región vitivinícola adopta sus propias estrategias tanto productivas como comerciales. La tercera razón, el sector es poderoso generador de un importante número de externalidades, por ejemplo, la actividad vitícola es en muchos municipios una de las principales fuentes de ingresos, debido al mantenimiento de un elevado número de explotaciones vitícolas (alrededor de 19.000 propietarios) dispersas por el territorio de la Denominación (Barco et al., 2003). La cuarta razón: el vino de Rioja es sector estratégico en La Comunidad Autónoma de La Rioja, La Comunidad Foral de Navarra y el País Vasco, tanto por su importancia económica, como porque supone una seña de identidad para la propia Región.

3.3. La metodología de investigación

La metodología de investigación se desarrolla bajo el enfoque cuantitativo. Para abordar la metodología de investigación seguimos los siguientes puntos: (1) la técnica de recogida de datos; (2) la población objeto de estudio; (3) las características de la muestra; (4) el procedimiento de recogida de datos; y (5) los tipos de análisis que llevamos a cabo.

La técnica de recogida de datos ha sido la encuesta. Se realizan dos tipos de cuestionarios que se aplican a las empresas pertenecientes al sector vinícola del Rioja. Un primer cuestionario está destinado a los directivos de las bodegas del Rioja, que responden en función de las empresas que dirigen o gestionan. Un segundo cuestionario está destinado a los empleados, que responden en primera persona. El cuestionario se suministró a una muestra estadísticamente representativa de la población (con un nivel de confianza del 95% el error muestral es el $\pm 9,1$).

La población objeto de estudio son las empresas del sector vinícola del Rioja. En concreto, con aquellas que pertenecen a la Denominación de Origen Rioja con 6 o más asalariados. No se han considerado las microempresas (empresas que tienen entre 0 a 5 asalariados) debido a que éstas son fundamentalmente almacenistas o cosecheras cuyos propietarios generalmente son los propios agricultores, que no suelen recibir una formación muy amplia, normalmente se centra en temas muy precisos y sobre aspectos agrícolas. Así, resulta que la población objeto de estudio, según los datos que facilita el INE (2008), corresponde con 179 empresas, que se distribuyen según el tamaño de las misma: 74 (el 41,34%) tienen entre 6 y 9 empleados; el 89 (49,72%) tienen entre 10 y 49; y 16 (el 8,94%) tienen más de 49 trabajadores.

La muestra de este estudio corresponde con 58 empresas que se distribuye según el tamaño de empresa: 21 (el 36,20%) empresas tienen entre 6 y 9 empleados; 30 (el 51,72%) tienen entre 10 y 49 empleados; y 7 (el 12,06%) poseen más de 49 empleados. Otra característica de la muestra es que de las 58 bodegas que se estudian, 48 pertenecen a La Comunidad Autónoma de La Rioja, 8 a la provincia de Álava y 2 a la Comunidad Foral de Navarra.

Los cuestionarios fueron aplicados por nosotros mismos. Dos cuestiones fundamentales en el procedimiento: (1) se solicitó la autorización de la dirección de la empresa para entregar los cuestionarios y, después, se pidió la conformidad de los encuestados (de los directivos y de los empleados de las bodegas del Rioja); y (2) se facilitó el cuestionario a cada grupo de encuestados. Siguiendo este procedimiento se entrevistó a un directivo por empresa (58 entrevistas a directivos) y a 230 empleados de dichas empresas. De cada una de las empresas seleccionadas existen entrevistas a directivos y empleados.

Llevamos a cabo dos tipos de análisis estadísticos: (1) un análisis univariable, que recoge algunas medidas de carácter central sobre la demanda de formación a nivel organizacional y a nivel individual, además se indagó sobre otros aspectos relacionados con la formación, como son los contenidos de la formación continua que se ha llevado a cabo en el sector, el número de horas que los empleados dedican a su formación, y la manera en la que las empresas del sector financian la formación continua; y (2) un análisis bivivariable, que nos permite el contraste de hipótesis. En el contraste de hipótesis se han considerado como variable independiente el tamaño de empresa y como variable dependiente la demanda de cursos de formación, tanto desde las respuestas de los directivos como de los empleados de bodegas.

3.4. Los resultados

Para señalar los resultados seguimos el planteamiento que surge de los tipos de estudios que hemos llevado a cabo: análisis univariable y análisis bivariable. Primero, análisis univariable, señalamos la media estadística en relación a los siguientes aspectos: (1) el contenido de los cursos de formación demandados, según las respuestas de los directivos y de los empleados de las bodegas del Rioja; (2) el contenido de los cursos de formación realizados por los empleados de bodegas, según las respuestas de los directivos; (3) el número de horas que los empleados de bodegas dedican a la formación continua, desde la información que resulta de los directivos; y (4) el medio de financiación de la formación continua por las bodegas del Rioja, desde la información de los directivos. Segundo, análisis bivariable, indicamos algunas hipótesis que surgen del análisis de las necesidades de formación continua en el sector vinícola del Rioja.

3.4.1. Los resultados del estudio descriptivo

Señalamos la media estadística de los siguientes aspectos referidos a las bodegas pertenecientes a las Denominación de Origen Calificada Rioja: (1) el contenido de los cursos de formación demandados por los directivos de empresas y por los empleados; (2) el contenido de los cursos de formación realizada desde la información que resulta de los directivos; (3) el número de horas que los empleados dedican a la formación desde la información que resulta de los directivos; y (4) el medio de financiación de la formación continua por las bodegas del Rioja según las respuestas de los directivos.

3.4.1.1. El contenido de los cursos de formación demandados por las empresas y por los empleados las bodegas con Denominación de Origen Calificada Rioja

En este punto llevamos a cabo: (1) un análisis de las necesidades de formación a nivel organizacional (el contenido de cursos que demandan los directivos de bodegas); (2) un análisis de las necesidades de formación a nivel individual (el contenido de cursos que demandan los trabajadores de bodegas); y (3) una comparación entre los cursos demandados por los directivos y por los empleados del sector vinícola del Rioja.

La tabla 1 recoge los porcentajes de demanda de cursos de formación según las respuestas de los directivos y según las respuestas de los empleados del sector vinícola del Rioja.

Tabla 1.- PORCENTAJES DE DEMANDA SOBRE CONTENIDOS DE LOS CURSOS DE FORMACIÓN DESDE LA INFORMACIÓN SEÑALADA POR LAS EMPRESAS Y LOS EMPLEADOS DEL SECTOR VINÍCOLA DEL RIOJA.

	Empresas	Empleados
Cursos genéricos		
Idiomas.....	39,7	32,6
Informática.....	63,8	43,5
Gestión.....	39,7	13,5
Comercial.....	37,9	11,7
Calidad.....	58,6	18,3
Prevención de riesgos laborales.....	60,3	33,0
Manipulación de alimentos.....	50,0	21,3
Manejo de maquinaria.....	50,0	32,2
Cursos específicos sobre el vino		
Enología.....	81,1	64,8
Viticultura.....	75,9	47,8
Manejo de maquinaria de enología.....	55,2	34,8
Manejo de maquinaria de viticultura.....	48,3	38,3
Normas del Consejo Regulador.....	44,8	14,3
(N).....	(58)	(230)

La tabla 1 señala la demanda de formación continua a nivel organizacional, a través de las respuestas de los directivos de empresa, y a nivel individual, a través de las contestaciones de los empleados de bodega. En la tabla se han distinguido dos tipos de cursos: los genéricos, es decir, los que no abordan la temática concreta sobre el vino, y los cursos específicos sobre vino, los que afrontan concretamente esta materia.

EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR VINÍCOLA DEL RIOJA

Según las respuestas de los directivos, las necesidades de formación de las empresas se centran mayoritariamente en temas vitivinícolas (enología con el 81,1% y viticultura con el 75,9% de las respuestas). Si hacemos una distinción entre cursos genéricos y específicos en temas de vino, y nos referimos a los cursos genéricos, se puede observar que existe una importante demanda de cursos de formación sobre informática (el 63,8%), sobre prevención de riesgos laborales (el 60,3%) y sobre calidad (el 58,6%). También es elevada la demanda de cursos sobre manipulación de alimentos (el 50,0%) y manejo de maquinaria (el 50,0%), existe una menor demanda de cursos sobre idiomas (el 39,7%) y gestión administrativa (39,7%). Los cursos menos demandados se refieren a temas comerciales (el 37,9%). Si consideramos los temas sobre cursos específicos del vino, ya hemos indicado la alta demanda en cursos sobre enología y viticultura, también es relativamente elevada la demanda de cursos sobre manejo de maquinaria de enología y viticultura (el 55,2% y el 48,3% respectivamente), y los cursos menos demandados se refieren al estudio de las normas del Consejo Regulador (el 44,8%).

La tabla 1 señala, también, la demanda de cursos de formación por los empleados de bodegas. Como en el caso anterior, los cursos más demandados son los de enología (el 64,8%) y viticultura (el 47,8%). En lo que se refiere a los temas específicos, los cursos más demandados versan sobre temas informáticos (el 43,5%). En menor medida son demandados los cursos prevención de riesgos laborales (el 33,0%); sobre idiomas (el 32,6%); y sobre manejo de maquinaria (el 32,2%). Con porcentajes inferiores, cursos de manipulación de alimentos (el 21,3%); calidad (el 18,3%); y gestión interna (el 13,5%); y, por último, comerciales con el 11,7%. En relación a los cursos específicos sobre vino, son elevados los porcentajes de demanda de cursos sobre manejo de maquinaria de enología y de viticultura (el 34,8% y el 38,3% respectivamente). El porcentaje menos elevado de demanda corresponde con los cursos de formación sobre normas del Consejo Regulador (el 14,3%).

Si se comparan las respuestas provenientes de las empresas y los empleados, se puede comprobar que, en general, existe una mayor demanda de cursos de formación por las empresas que por los empleados. Otra característica de los resultados es que, si bien cuantitativamente existen diferencias en las respuestas, cualitativamente los cursos de formación que se demandan en ambos colectivos se corresponde con los cursos de enología (el 81,1% directivos de empresas y el 64,8% empleado) y viticultura (el 75,9% directivos y el 47,8% empleado). En lo que se refiere a los cursos no específicos sobre vino, en ambas respuestas son elevados los porcentajes de cursos sobre informática (el 63,8% en los directivos y el

43,5% en los empleados). La mayor diferencia en demanda de cursos entre ambos colectivos se encuentra en los cursos sobre temas de gestión interna (por ejemplo, administrativos) el 37,7% en las empresas y el 13,5% en los empleados y comerciales 37,9% en las empresas y 11,7% en los empleados.

3.4.1.2. El contenido de los cursos de formación que han llevado a cabo los empleados del sector del Rioja desde la información que resulta de los directivos de bodegas

Según las respuestas de los directivos de bodegas, el mayor porcentaje en la realización de formación continua en las empresas del Rioja corresponde con los cursos sobre prevención de riesgos laborales con el 67,2% de los casos. Un segundo grupo de cursos tienen una frecuencia de realización sobre el 50,0% de las empresas (manipulación de alimentos y enología con el 58,6%; y viticultura con el 50,0%). Un tercer grupo lo forman los cursos de formación con porcentajes cercanos al 40,0% (calidad con el 46,6%; e informática con el 43,1%). Un cuarto grupo lo forman los cursos de formación con porcentajes cercanos al 30,0% (idiomas con el 31,1%; manejo de maquinaria de enología con el 31,0%; manejo de maquinaria de viticultura con el 24,1%; comerciales 24,1%; y gestión interna con el 20,7%). Y por último, el 6,9% de las empresas han realizado cursos sobre normas del Consejo Regulador.

3.4.1.3. El número de horas que los empleados de bodegas del Rioja dedican a la formación desde la información que resulta de los directivos de bodegas

Una vez que hemos abordado los contenidos de los cursos de formación demandados y realizados, nos planteamos conocer el número de horas al año que los trabajadores dedican a la formación, desde la información que facilitan los directivos de bodegas.

Para el análisis del número de horas que los empleados dedican a su formación se han diferenciado 4 grupos de trabajadores en bodega: directo en bodega, técnico de bodega, administrativo, y trabajador del campo, por corresponder a funciones que se pueden agrupar dentro de los trabajos propios de este tipo de empresas —los directivos así lo señalaron en las entrevistas que mantuvimos con ellos para confeccionar los cuestionarios—.

EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR VINÍCOLA DEL RIOJA

La media de horas de los tres primeros tipos de trabajadores, los trabajos de "interior" de bodega, ronda las 23 horas al año de formación. Los trabajadores administrativos (de oficinas o dedicados a la venta) son los que más horas realizan con una media de 28,18 horas; le siguen los técnicos de bodega (por ejemplo, los que trabajan en el laboratorio) con 25,36 horas; y por último los trabajadores directos en bodega (por ejemplo, tonelería) con 23,00 horas. Los trabajadores con menos horas formación corresponde a los trabajos de campo con 1,22 horas.

3.4.1.4. El medio de financiación de la formación continua por las bodegas del Rioja

El siguiente objetivo que nos planteamos es conocer el modo del que se sirven las empresas para financiar la formación continua. Según los datos que nos facilitan los directivos de empresas vinícolas, la financiación propia es la manera más habitual en las bodegas del Rioja para sufragar la formación continua (el 51,7%). El 34,5% de las empresas financian esta formación a través de la Fundación Tripartita para la Formación y el Empleo (FTFE). Y el 34,5% lo hace por ambos medios, mediante financiación propia y a través de la Fundación Tripartita para la Formación y el Empleo. En menor medida, la formación se financia a través de otras instituciones como las organizaciones empresariales (el 8,6%) o las mutuas (el 1,7%) o los proveedores (el 1,7%).

3.4.2. Los resultados del planteamiento de hipótesis

El planteamiento de hipótesis se realiza en relación a la demanda sobre cursos de formación por ser el objetivo fundamental de investigación de este trabajo.

Concluido el estudio de la situación general de la formación continua en el sector vinícola del Rioja, pasamos a plantear y contrastar las hipótesis de trabajo sobre el análisis de formación continua. Como hemos señalado, nos plantemos como variable dependiente la demanda de cursos de formación por los directivos y por los empleados pertenecientes a las Bodegas de la Denominación de Origen Calificada Rioja y como variable independiente el tamaño de la empresa (en función de su número de empleados).

La formación continua es un potente instrumento de aprendizaje a lo largo de la vida para los trabajadores. Sin embargo, distintos tipos de empresas, pueden o no demandar diferentes contenidos de formación. Si diferenciamos el tipo de organización en según del tamaño, tomando como referencia el número de empleados, esta variable puede incidir en la demanda de formación continua, por ejemplo, las grandes empresas pueden tener departamentos especializados en recursos humanos, que realicen una demanda específica en formación continua. Por ello, según nuestros planteamientos, por tamaño de bodega, existen diferencias significativas en la demanda de cursos de formación.

Realizamos el test de Chi-cuadrado de Pearson para contrastar las hipótesis de partida. En relación a la demanda de cursos de formación por las bodegas del Rioja no existen diferencias significativas entre el tamaño de la bodega y la demanda de cursos de formación en todos los casos menos en la realización de cursos sobre aspectos comerciales. Por el contrario, encontramos diferencias significativas entre la zona de ubicación de la bodega y la realización de cursos de formación sobre manejo de maquinaria de viticultura (significación asintótica 0,032).

En relación a la demanda de cursos de formación por los empleados de las bodegas de Rioja comprobamos mediante el test de Chi-cuadrado de Pearson que no existen diferencias significativas entre el tamaño de la bodega y la demanda de diversos cursos de formación, sobre gestión, comerciales, calidad, manipulación de alimentos y normas del Consejo Regulador. Por el contrario, encontramos diferencias significativas entre el tamaño de bodega y la demanda de diversos cursos de formación sobre temas vitivinícolas, idiomas, informática, prevención de riesgos, manejo de maquinaria, enología, viticultura, manejo de maquinaria de enología y manejo de maquinaria de viticultura (significación asintótica 0,013; 0,004; 0,057; 0,017; 0,011; 0,002; 0,001; 0,013; y 0,053 respectivamente).

3.5. La discusión y las conclusiones

Llevamos a cabo las conclusiones de la investigación siguiendo el objetivo principal y los objetivos secundarios que nos planteamos.

3.5.1. La discusión y las conclusiones del objetivo principal de estudio

El objetivo principal: conocer las necesidades de formación en el sector vinícola del Rioja, la demanda de cursos de formación continua por las empresas y los empleados del sector. Encontramos que el mayor porcentaje de demanda en cursos de formación se centra en temas vitivinícolas, por ejemplo, cursos sobre viticultura: el 81,1% en la demanda de directivos de empresa y el 64,8% en la demanda de empleados. Esta elevada demanda sobre cursos de formación en temas vitivinícolas revela que existe un interés común en el conjunto de empresas y empleados del sector del Rioja en el conocimiento sobre temas específicos de vino.

Para profundizar en la demanda de cursos de formación, hemos llevado a cabo algunos contrastes de hipótesis. De estos contrastes, ha resultado que apenas existen diferencias significativas en la demanda de cursos por los directivos de bodegas según la variable que hemos considerado en el estudio, el tamaño de la bodega, lo que vendría a señalar cierta homogeneidad entre empresas de distintos tamaños en la demanda de cursos de formación y por tanto en el análisis de las necesidades de formación en el sector. Por el contrario, hemos encontrado un mayor número de diferencias significativas en las respuestas de los empleados, especialmente en temas sobre viticultura (significación del 0,001), enología (significación del 0,002) e idiomas (significación del 0,004). Lo que vendría a indicar que en la demanda de cursos de formación en los empleados influyen más las características de la empresa en la que trabajan.

3.5.2. La discusión y las conclusiones de los objetivos secundarios de estudio

Los objetivos secundarios de este estudio son tres: (1) conocer los contenidos de formación que se han llevado a cabo en el sector del Rioja desde la información de los directivos de bodegas; (2) conocer el número de horas que los empleados de bodegas del Rioja dedican a su formación desde la información que resulta de los directivos; y (3) conocer el medio de financiación de la formación continua por las bodegas del Rioja.

Primer objetivo, conocer los contenidos de formación que se han llevado a cabo en el sector del Rioja. El mayor porcentaje de cursos realizados corresponde con la prevención de riesgos laborales, que es el contenido mayoritario de cursos de formación que se vienen realizando en España (Fundación Tripartita, 2010). También son altos los porcentajes de

realización de cursos como manipulación de alimentos, circunstancia que se puede explicar por las características de un sector cercano a la alimentación.

Segundo objetivo, conocer el número de horas que los empleados de bodegas del Rioja dedican a su formación desde la información que resulta de los directivos. El número de horas que los trabajadores técnicos en bodega (55,31 horas) y los trabajadores administrativos (48,29 horas) es superior a la media nacional en el año 2001, que según el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2004) fue de 35,30. El resto de colectivos está por debajo de esta media: trabajador directo en bodega (25,62 horas) y trabajador del campo (30,00 horas).

Tercer objetivo, conocer el medio de financiación de la formación continua por las bodegas del Rioja. Las bodegas, mayoritariamente, financian la formación con sus propios recursos (el 51,7%). Estos datos podrían llamar la atención en un primer momento teniendo en cuenta que la Fundación Tripartita realiza y financia un amplio tipo de cursos de formación continua. Desde nuestro punto de vista, estos resultados se deben a un deficiente análisis de las necesidades de formación del sector del Rioja. Este proceso de análisis también debe conllevar un estudio de sus fuentes de financiación de la formación continua, que posibilite una mayor eficiencia de la formación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, G. (1994): "A Proactive Model for Training Needs Analysis". *Journal of European Industrial Training*, 18 (3), 23-28.

ANTOÑANZAS, F.; JUÁREZ, C.; ROVIRA, J.; DEL LLANO, J. y FIGUERAS, M. (1999): "El empleo del criterio de eficiencia en la gestión de las organizaciones sanitarias". En: J.C. AYALA (Ed.): *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional Hispano-Francés* (pp. 461-464). Logroño: Universidad de La Rioja.

BARCO, E.; NAVARRO, M.C. y PINILLOS, M. (2003): "Estrategias comerciales en el mercado mundial del vino". En *AgroRioja. Suplemento Agrario* (pp. 2-3). Diario La Rioja.

CHIU, W.; THOMPSON, D.; MAK, W.M. y LO, C.L. (1999): "Re-thinking training needs analysis. A proposed framework for literature review". *Personal Review*, 12 (1/2), 79-90.

CONSEJO REGULADOR (2011): *Bodegas y vinos*. Logroño: Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja [<http://www.riojawine.com>].

DIPBOYE, R.B. (1997): "Organizational barriers to implementing a rational model of training". En: M.A. QUIÑONES y A. EHRENSTEIN (Eds.): *Training for a rapidly changing workplace* (pp. 31-60). Washington: American Psychological Association.

FONT, A. e IMBERNÓN, F. (2002): "Análisis de necesidades de formación. Analizar y detectar necesidades para un coherente". En: P. PINEDA (coord.): *Gestión de la formación en las organizaciones* (pp. 37-61). Barcelona: Ariel Educación.

FUNDACIÓN TRIPARTITA (2010): 2008 Formación en las empresas. Madrid: Fundación Tripartita. Accesible: <http://www.fundaciontripartita.org>

GALLEGO, D.J. (1999): "Análisis de las necesidades de cualificación y formación". En: M.C. DOMÍNGUEZ; S. GENTO; A. MEDINA y E. PEREZ GOROSTEGUI, (Eds.): *Desarrollo integral de una comarca en transformación: Una perspectiva territorial, empresarial y formativa* (pp. 103-120). Madrid: UNED.

GIL, A. y LÁZARO, V. (2009): *Una aproximación a la creación de conocimiento organizativo y aprendizaje. Incidencia en recursos humanos*. Murcia: *Proceedings. VII International Workshop on HRM*.

GOLDSTEIN, I. L. (1993): *Training in organizations. Needs assessment, development and evaluation (3rd Ed.)*. Pacific Grove: Brooks/Coole.

GÓMEZ-MEJÍA, L.R.; BALKIN, D.B.; y ROBERT, R.L. (2001): *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*. Madrid: Prentice-Hall.

GONZÁLEZ SOTO, A.P. y GONZÁLEZ J.M. (2000): "Formación y empresa. Las organizaciones como marco de la formación". *Educación XX1*, 3, 163-217.

INE (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA) (2008): *Empresas Denominación de Origen Rioja*: Madrid: Instituto Nacional de Estadística [documento privado].

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES, A. (2004): *Formación continua y educación de adultos en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales e INEM.

MITCHELL, E.J. y HYDE, A.C. (1979): "Training demand assessment: Three cases studies in planning training programs". *Public Personnel Management*, 6 (8), 360-373.