

El 88,6% de los autónomos está afectado por la crisis

PRECARIEDAD LA MOROSIDAD, EL RECORTE DE CRÉDITOS, LOS IMPUESTOS Y EL TRATAMIENTO FISCAL LASTRAN SU NEGOCIO

EUROPA PRESS MADRID

■ Más del 60% de los autónomos no conoce las medidas que el Gobierno ha adoptado para salir de la crisis, y del 40% que declara conocerlas, un 82,2% no cree que vayan a ayudar al desarrollo de su actividad, según el Estudio sobre el Colectivo del Autónomo en España y su Impacto en la Economía, elaborado por la Confederación Nacional de Autónomos y Microempresas (Conae).

Además, el informe indica que la gran mayoría de los autónomos (88,6%) se ha visto afectado por la crisis. «El efecto de esta situación económica precaria ha supuesto, entre otras cuestiones, que los autónomos sufran en mayor medida la morosidad, así como el recorte en las líneas de crédito», añade.

Más concretamente, los impuestos y el tratamiento fiscal son «la principal barrera» con la que se encuentran autónomos y microempresas en su día a día, «una amenaza que se ve incrementada en situaciones de crisis o de incertidumbre económica». Así lo ven el 71,3% de los trabajadores por cuenta propia, quienes entienden que su actividad se encuentra mucho más amenazada por el rígido tratamiento fiscal que reciben desde la Administración.

A corto plazo, el tratamiento fiscal al que se ven sometidos los autónomos perfila de algún modo la reacción de los pequeños empresarios, quienes en un 41% prevén disminuir su producción o venta. Sin embargo, los datos no aminoran la apuesta de los autónomos por su actividad, y es que la mitad de este sector mantendrá la inversión en su negocio durante este año. Todavía son pocos los autónomos que optan por conformarse en asociaciones y afiliarse. De hecho, en porcentajes, uno de cada cuatro autónomos de nuestro país es socio de alguna asociación, mientras que tan sólo el 3,2% de los autónomos se encuentra afiliado a algún sindicato.

Florida Los alumnos aprenden economía con una «gymkana»

► Florida Universitaria ha organizado por tercer año consecutivo una «gymkana» con el objetivo de despertar y estimular el interés por la economía entre el alumnado de bachillerato. Los estudiantes, a través de una serie de pruebas, aplicarán los conocimientos teóricos adquiridos en el aula y desarrollarán las capacidades de observación, iniciativa, asunción de riesgos, toma de decisiones, resolución de conflictos así como el trabajo en equipo. La gymkana consta de cinco pruebas en las que se trabajan distintos aspectos de la economía. LEVANTE-EMV VALENCIA



ILUSTRACIÓN DE MARTÍ FERRER

¡Feliz Roi nuevo!

En tiempos de crisis, la formación empresarial no es sólo una necesidad, sino una inversión rentable, que se puede medir, evaluar y, por tanto, mejorar. Es lo que se conoce como ROI o retorno de la inversión en formación empresarial

dsadsfd lema opinion



Ignacio Bernabé

► Presidente del IVAFE. Experto en Gestión y Desarrollo de Personas y Organizaciones

Deseo felicitar de este modo a todas aquellas empresas y organizaciones que se han propuesto como objetivo para este año empezar a medir el impacto y la rentabilidad de su inversión en formación, a la vez que animar a todas aquellas que todavía no han pensado siquiera en ello a que consideren este extremo.

En tiempos de crisis, más que nunca, toda inversión debería estar perfectamente justificada. Y es en tiempos de crisis, también más que nunca, cuando justificar adecuadamente los resultados de una inversión puede ser el acicate necesario para reforzar la misma, y ganar así en competitividad.

Con la inversión en formación suele ocurrir que aquellos directivos que miden por primera vez el «impacto» de la formación sobre los indicadores y los resultados de negocio, así como su ROI (Return On Investment o retorno de la inversión), quedan «impactados» —aprovecho el juego de palabras—, puesto que está sobradamente demostrado y comúnmente aceptado que la formación empresarial no sólo es una necesidad para la empresa, sino que es más que eso; una oportunidad, y aún más,

Cada vez hay más empresas con planes de formación, pero son pocas las que desarrollan un proceso de medición y evaluación del impacto y la rentabilidad

La dirección no duda en apoyar un proceso cuando es consciente de qué manera retroalimenta positivamente la inversión y genera competitividad

una de las inversiones más rentables, cuestión que comprueban de primera mano como consecuencia de abordar un proceso adecuado de evaluación.

Ya lo dijo Peter Druker: «Todo lo que se puede medir, se puede mejorar». Si podemos estar de acuerdo tanto en que la medición es necesaria y, desde luego, muy rentable en sí misma, como en que la formación en la empresa se ha convertido en una pieza clave para su desarrollo y competitividad, y en que cada vez son más aquellas que implantan planes de formación como parte de su estrategia empresarial, entonces: ¿por qué son aún pocas, relativamente, las que desarrollan un proceso de medición y evaluación del impacto y la rentabilidad de la formación?

El impacto de la formación

Nos encontramos, de esta manera, ante un paradigma que está siendo asumido cada vez más por las empresas y sus directivos como parte del proceso de desarrollo organizacional y especialmente como una de las claves para un enfoque correcto de la formación y, desde luego, para la toma de decisiones asociadas al mismo; de la misma manera que se ha

terminado por asumir la formación empresarial como parte de la estrategia de la empresa: simple evolución.

Si usted es de los que no tiene duda de que el impacto de la formación incide directa y positivamente sobre los resultados de su negocio, y sobre la competitividad de su empresa, entonces dé un paso más: mézalo.

Si usted es responsable del desarrollo de los profesionales de su organización, esté seguro de que puede rentabilizar aún más su inversión en formación de esta manera, y, dicho sea de paso, podrá justificar de una manera aún más clara, objetiva y directa el resultado de su buena gestión como directivo. La alta dirección no dudará en apoyar el proceso, cuando sea plenamente consciente de la información que éste genera y de qué manera retroalimenta positivamente la propia inversión para terminar generando una mayor competitividad.

Quizá le ayude hacerse algunas preguntas: ¿Conozco en qué medida la formación desarrollada ha minimizado el coste de determinados errores que se estaban cometiendo con anterioridad al proceso formativo? ¿He valorado el coste del ahorro en tiempo por un desempeño más eficaz? ¿Cómo valoro el aumento de la productividad? ¿Y el coste de oportunidad? ¿Podría valorar cómo está influyendo la formación en la motivación de nuestros profesionales? ¿Y en su compromiso? ¿Cómo repercute todo esto en la competitividad de mi empresa frente a la competencia?

Si no tiene demasiadas respuestas, quizá esté a tiempo aún de plantearse un nuevo propósito para este año. ¡Feliz ROI nuevo!