

¿Todos informados... todos formados?*



Carole BRUNET
(LED, Université Paris 8, CEET)
Géraldine RIEUCAU
(LED, Université Paris 8, CEET)

Para ejercer los derechos de formación hay que conocerlos. A los trabajadores pueden informarles sobre el tema diferentes instancias: la jerarquía y los responsables de formación o recursos humanos, colegas o los representantes del personal, o incluso sus propias búsquedas. Pero según el modo de difusión, la información afecta a diferentes categorías de asalariados, y no tiene las mismas consecuencias sobre su acceso efectivo a la formación.



**FORMACIÓN
CONTINUA**

DEFIS

SEGMENTACIÓN

**MERCADO
DE TRABAJO**

Incrementar el uso de la formación profesional y reducir las desigualdades de acceso son objetivos centrales de las actuales reformas del mercado de trabajo. La información sobre la formación es una palanca clave para lograr estos objetivos y permitir a los trabajadores ejercer sus derechos formativos. Tanto más en la medida en que desde hace unos diez años se les pide ser responsables de la elaboración de su proyecto de formación y, más generalmente, ser autónomos en la construcción de su trayectoria profesional. La ley de septiembre de 2018 para la libertad de elegir el futuro profesional resume y completa este objetivo.

Sin embargo, como lo muestran los trabajos del Céreq, la responsabilidad de los trabajadores no es la única en juego: los dispositivos implementados por la empresa para permitirles estar informados y expresar sus demandas también son determinantes en el acceso a la formación [1; 4; 6].

La difusión directa de información por parte de la jerarquía ha sido así identificada como el vector de información sobre formación más frecuente y el más generalmente asociado con el acceso a la formación. En cambio, hay pocos elementos para calificar las situaciones en los márgenes de este modo de transmisión principal. La encuesta Defis (ver recuadro 1) brinda la oportunidad de actualizar y enriquecer los conocimientos sobre estas situaciones. Se distinguen aquí tres canales de información de los empleados: un canal “vertical”, cuando la jerarquía, un gerente de capacitación o de recursos humanos informa a los trabajadores; un canal “horizontal”, cuando la información la dan los colegas de trabajo o representantes del personal

y un canal “autónomo”, cuando el trabajador se informa solo.

La gran mayoría de los trabajadores está informada de las posibilidades de formación...

En el verano de 2015, la gran mayoría (86%) de los asalariados encuestados en Defis dijo estar informada de las posibilidades de formación en la empresa, resultado estable en comparación con fuentes anteriores [6]. Los hombres, los ejecutivos, los que tienen profesiones intermedias, los asalariados con contrato de duración indeterminada (CDI), los trabajadores a tiempo completo y aquellos con mayor antigüedad en la empresa son las categorías más informadas, resultados confirmados por el análisis estadístico caeteris paribus (ver recuadro 3). Trabajar en una empresa con delegados sindicales, en una gran empresa, en la industria o en una empresa cuyo mercado no es local o regional aumenta en cada caso la probabilidad de ser informado de las oportunidades de formación.

Los trabajadores encuestados también identificaron el principal canal por el que reciben la información (ver recuadro 2). También en este caso, la encuesta confirma resultados anteriores sobre la política de la empresa [1; 6]: la existencia de un plan de formación y el hecho de que la empresa se comunique sobre el tema inciden positivamente en la probabilidad de que los empleados estén informados. El análisis confirma además el papel principal de la entrevista profesional como un dispositivo que favorece, entre otras cosas, la información sobre la formación dentro de las empresas.



El Céreq lleva adelante el dispositivo de encuestas sobre las formaciones y trayectorias de los trabajadores, iniciado por el CNEFP y financiado por France Compétences.

**Título original: Tous informés... tous formés? Céreq Bref, n° 378, junio 2019. Traducción: CEIL CONICET*



1 El dispositivo Defis

- El Dispositif d'enquêtes sur les formations et itinéraires des salariés Defis (dispositivo de encuestas sobre las formaciones y trayectorias de los trabajadores) vincula las prácticas de las empresas con las trayectorias profesionales de sus trabajadores, así como con las formaciones que han recibido. Iniciado por el CNEFP, financiado por France Compétences y ejecutado por el Céreq, este dispositivo comprende dos aspectos:

- El componente Empresas: 4.500 empresas representativas del sector mercantil (excluida la agricultura) a partir de 3 asalariados respondieron el cuestionario en 2015. Para las empresas de 3 a 9 trabajadores, solo se seleccionaron ciertos aspectos, que cubren el 70% de los asalariados en este rango de tamaño.

- El componente Asalariados: un panel de 16.000 trabajadores presentes en diciembre de 2013 en una de las empresas que respondieron al componente Empresas fue entrevistado una primera vez en el verano de 2015. Está previsto un seguimiento por un periodo de 5 años. El estudio que se presenta aquí se basa en los datos recopilados de los asalariados durante la primera encuesta. El campo se limita a los asalariados que están en empresas formadoras, tienen un contrato de duración determinada (CDD) e indeterminada (CDI) y que han identificado un canal principal de información sobre posibilidades de formación (las modalidades son exclusivas: el asalariado identifica un único canal) o bien dijeron que no fueron informados.

... pero no siempre por el mismo canal

Casi la mitad de los asalariados (46%) identifica a la jerarquía como el principal canal de información; los responsables de formación o RRHH son citados por el 20% de los empleados (ver recuadro 2). Dos tercios de los trabajadores reciben información principalmente por medio de un canal calificado como «vertical» porque los interlocutores encarnan la política de la empresa en materia de formación. Conocen, en virtud de su función, las posibilidades de formación y los derechos de los asalariados y pueden (o incluso deben) informarles, o incluso animarlos a formarse.

Además de este canal principal de información, existen otros dos canales secundarios. El primero, calificado como «horizontal», concierne al 10% de los trabajadores, que dicen ser informados por sus colegas o por un representante del personal. Este último, generalmente mejor informado que otros asalariados de las oportunidades de formación en la empresa [3], puede transmitir en parte la información difundida por la dirección, pero la transmite por fuera del marco de una relación jerárquica. El segundo canal secundario lo menciona el 10% de trabajadores que se informan por su cuentas, sin que otra persona esté involucrada. Este canal se califica como «autónomo» para significar la ausencia de relevos de transmisión de la información.

El canal vertical, una información destinada a los trabajadores más integrados

Cuando la empresa desea informar a sus trabajadores, lo hace mediante diversos mecanismos. Entre ellos, la entrevista profesional se distingue como una fuente fundamental de información para los asalariados. Haber tenido esta entrevista aumenta en más de 14 puntos porcentuales la probabilidad de haber sido informado por el canal vertical (ver recuadro 3),

mientras que disminuye levemente la probabilidad de haberse informado de forma independiente, o por medio de colegas o de los representantes del personal. Asimismo, la implementación de un plan de formación aumenta significativamente las posibilidades de ser informado por esta fuente jerárquica, lo que vuelve superflua una búsqueda autónoma de información. Además, sea cual sea la modalidad, la difusión de informaciones por parte de la empresa aumenta el porcentaje de trabajadores informados por el canal vertical. Por otra parte, este modo de acceso a la información es tanto más probable cuanto más grande sea la empresa.

La información difundida por la jerarquía o por los responsables de RRHH o de formación llega indiscriminadamente a gerentes, profesiones intermedias, empleados y obreros. Las características del contrato de trabajo son por su parte particularmente discriminantes. Así, tener un contrato de duración determinada o trabajar a tiempo parcial reducen en más de 6 y 3 puntos porcentuales respectivamente la probabilidad de ser informado de esta manera (ver recuadro 3). Es el único de los tres canales que afecta a los asalariados de forma diferente en función de las características de su contrato de trabajo. Los trabajadores más antiguos de la empresa (más de siete años de antigüedad) están, simétricamente, más informados por su jerarquía que los demás. Por otra parte, el acceso de los asalariados a la información de esta forma apenas depende de su nivel de diploma, una vez consideradas otras características. La difusión de informaciones por parte de la jerarquía funciona así principalmente en una lógica de mercado interno de la empresa: está dirigida a los asalariados más integrados. Finalmente, cabe señalar que las mujeres están menos informadas por el canal vertical que los hombres. Aquí quizás entran en juego elementos no observables correspondientes a las características de sus puestos de trabajo (horarios de trabajo fragmentados y trabajo a tiempo parcial con pocas horas semanales en particular).

El canal horizontal, más utilizado por los obreros y los hombres

La información difundida por los colegas y los representantes del personal, en cambio, llega a los asalariados independientemente de la forma de su contrato, y más a los de menos de dos años en la empresa que a los de mayor antigüedad. Además, las informaciones transmitidas aquí en un modo relacional (incluso amigable) y desprovistas de interés jerárquico, afectan más a los empleados y obreros que a los gerentes o profesiones intermedias. Cuando no tienen acceso a la información por medio de la jerarquía, el colectivo de trabajo representa para los empleados y los obreros una importante fuente de información.

Pero es un colectivo de trabajo principalmente masculino: los hombres son más a menudo informados que las mujeres de las posibilidades de formación por medio de este canal horizontal. Un estudio reciente [5] ofrece algunas posibles explicaciones: por un lado, las mujeres conocen relativamente poco a los representantes del personal en su empresa, y también hay menos de ellas en ese grupo. Se sabe por otra parte que las mujeres pasan menos que los hombres por sus redes profesionales (y por tanto por sus colegas) para informarse [2].

El canal autónomo: ¿recursos individuales para informarse por su cuenta?

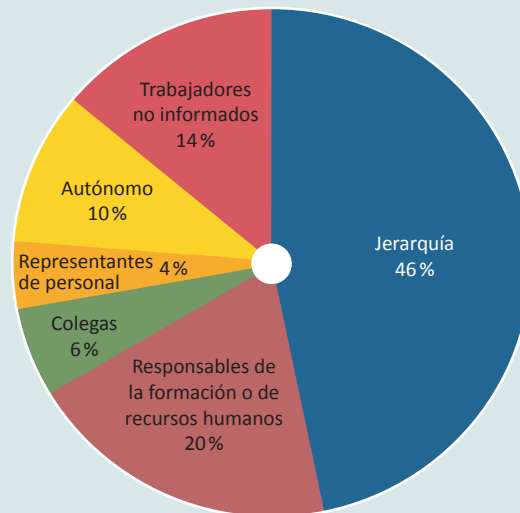
Lógicamente, cuando la empresa no difunde informaciones sobre la formación, aumenta la probabilidad de que los trabajadores se informen por su cuenta. Aquellos que trabajan en pequeñas empresas también tienen más probabilidades de informarse de forma autónoma, al tener menos oportunidades de interactuar con colegas o representantes de la empresa, por ser pocos.

El canal autónomo tiene otras especificidades. Así, ocupar un puesto directivo o de profesión intermedia aumenta la probabilidad de informarse por su cuenta en 6,7 y 3,5 puntos porcentuales respectivamente. Por otra parte, los asalariados con bachillerato o un diploma de educación superior (en comparación con los no graduados) se informan más por su cuenta, al igual que los trabajadores de nacionalidad francesa. Las reformas de la formación profesional esperan de los trabajadores que sean autónomos en su búsqueda de información. Sin embargo, estos resultados muestran que esta autonomía supone recursos específicos (educativos, ligados al estatus social, incluso a la nacionalidad) que precisamente faltan en los perfiles más frágiles.

En definitiva, la información difundida por la jerarquía o los responsables de RRHH o formación llega a los trabajadores más integrados en la empresa, independientemente de su CSP (contrato de estabilización profesional) y de su nivel de diploma. Los asalariados que obtienen información al margen de este canal principal, piloteado por la empresa, tienen perfiles diferenciados: por un lado, se trata más bien de una población de ejecutivos, bien dotada en capital humano, que se informa por sí misma, y por otro lado de una población masculina de obreros y empleados, recién llegados a la empresa, que se benefician de la información brindada horizontalmente.

Estos resultados subrayan la importancia de las políticas de la empresa, orientadas a categorías de trabajadores a los que dirigen la información sobre las formaciones. Invitan a cuestionar los efectos de los distintos canales de información identificados sobre la participación efectiva de los trabajadores en la formación.

2 Distribución de las fuentes de información de los trabajadores sobre la formación



Fuente: CNEFP-France compétences-Céreq, dispositivo Defis -encuesta asalariados, 2015

La información proporcionada por los representantes de la empresa: un efecto pronunciado sobre la participación en la formación

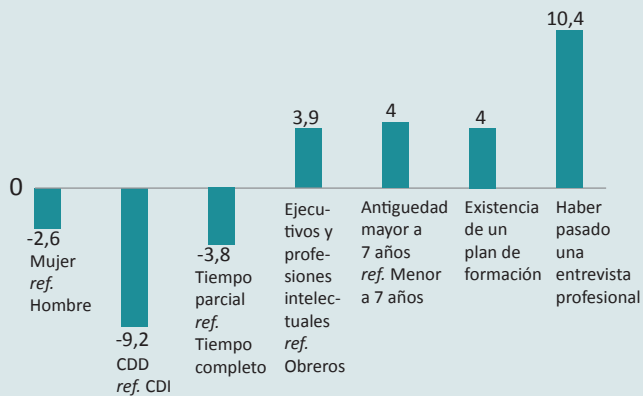
En igualdad de condiciones, estar informado en lugar de no informado aumenta en gran medida la probabilidad de participar en una formación solicitada, independientemente del canal de información. Pero cada uno de los tres canales influye de manera muy variable en el acceso efectivo a la formación. La probabilidad de seguir una formación solicitada aumenta 12 puntos porcentuales cuando la información proviene del canal vertical, 9 puntos cuando el asalariado se informó por su cuenta y solo 3 puntos cuando la información proviene de los colegas o los representantes del personal.

La jerarquía y los responsables de RR.HH. o formación, por tanto, juegan un papel crucial tanto en el acceso a la información sobre formación como en la participación efectiva en la formación solicitada. En efecto, la información se difunde por diferentes canales (entrevistas, catálogo, etc.), emana de los representantes de la empresa, se puede repetir, respaldar y percibir como confiable. Además de informar al empleado, el gerente (jerárquico o de RR.HH.) pudo dar su aprobación a la capacitación, apoyar al empleado en sus trámites y alentarlos a participar.

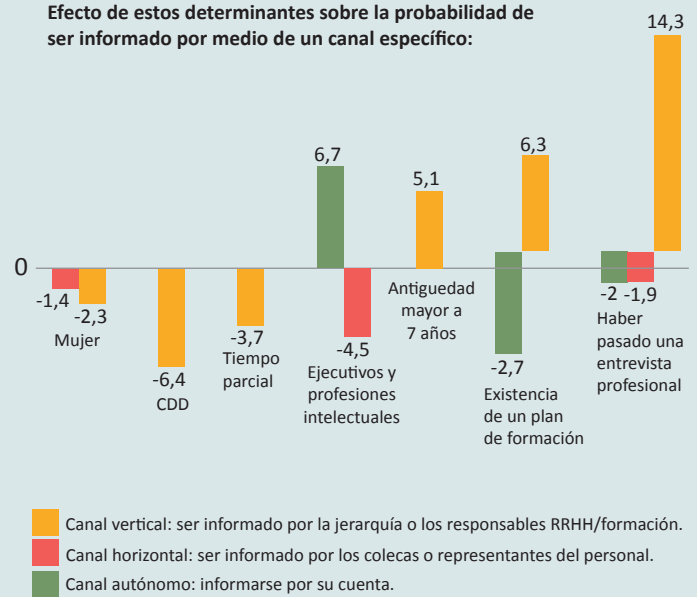
El canal vertical transmite las orientaciones definidas por la empresa, tanto en materia de contenidos formativos -que podemos asumir que corresponden a las necesidades estratégicas de la firma- como desde el punto de vista de los trabajadores a los que se transmite la información. Al destinar su información prioritariamente a los

3 Los determinantes de las modalidades de acceso a la información*

Efectos de diferentes determinantes sobre la probabilidad de ser informado en lugar de no informado:



Efecto de estos determinantes sobre la probabilidad de ser informado por medio de un canal específico:



Lectura: las mujeres tienen una probabilidad de ser informadas sobre las posibilidades de formación inferior en 2,6 puntos porcentuales a la de los hombres. El hecho de ser mujer disminuye 2,3 y 1,4 puntos porcentuales respectivamente la probabilidad de ser informada por la jerarquía (canal vertical) o por los colegas y los representantes del personal (canal horizontal).

Fuente: CNEFP-France compétences-Céreq, dispositivo Defis - encuesta asalariados, 2015. La metodología de cálculo de estos datos se detalla en el suplemento digital*.

* Para acceder a un conjunto de datos más exhaustivo, ingresar al suplemento digital, disponible en www.cereq.fr

trabajadores más integrados y a los que desean formar (o incluso hacer evolucionar por medio de la movilidad interna), la empresa replica y refuerza la segmentación de su mano de obra. En efecto, informa y forma a los que pertenecen a su mercado interno, mientras que los que permanecen en la periferia de este mercado tienen menos acceso a la información y a la formación que entrega. Sin embargo, el canal vertical no afecta necesariamente a todos los asalariados del mercado interno. Por un lado, los trabajadores mejor dotados en capital humano se informan por su cuenta y tienen un acceso a la formación mejorado por esta información “autoproducida”, aun si esta mejora es menor a la que aporta el canal vertical. Por otro lado, los obreros, empleados, hombres, en el umbral del mercado interno, son informados por los representantes del personal o sus colegas y tienen un acceso significativamente menor que otros a la formación. Podemos suponer que la información entregada por el canal horizontal es menos precisa, y quizás menos ajustada a las formaciones impartidas en la empresa que la obtenida de los otros dos canales. Sin embargo, sin duda corresponde más a los deseos de los asalariados en puestos menos calificados de recibir formación para cambiar de profesión o adquirir una calificación [3].

Este estudio invita a sugerir tres pistas para reducir las desigualdades en el acceso a la formación. La primera consiste en animar a los “representantes” de la política de la empresa (jerarquía, RRHH o responsables de formación) a orientar más la información que difunden a los trabajadores con los perfiles más vulnerables. La segunda es involucrar más fuertemente a los representantes del personal en la política de formación de la empresa, que como hemos visto, informan especialmente a las categorías poco formadas. Finalmente, se debe prestar especial atención a las trabajadoras, menos concernidas por la información difundida por los canales vertical y horizontal. —●

➔ Para profundizar (en Francés)

- [1] « Démocratiser la formation continue dans l'entreprise : le rôle de l'information, des entretiens professionnels et des supports collectifs », *Céreq Bref* n°260, J.C. Sigot y J. Véro, 2009.
- [2] « Job information Networks, Neighbourhood Effects and Inequalities », *Journal of Economic Literature*, XLII, p. 1056-1093, Y. Ioannides y L. Datcher Loury, 2004.
- [3] « La formation en entreprise face aux aspirations des salariés », *Céreq Bref* n°357, J.M. Dubois y E. Melnik-Olive, 2017.
- [4] « Les entretiens professionnels, un appui aux carrières internes ou à la sécurisation des parcours? », *Céreq Bref* n°364, D. Guillemot y J.C. Sigot, 2018.
- [5] « Les représentants du personnel dans l'entreprise : des salariés comme les autres? », M-T. Pignoni, *Dares Analyses* n°2, 2019.
- [6] *Quand la formation continue... Repères sur les pratiques de formation des employeurs et salariés*, Céreq, M. Lambert y I. Marion-Vernoux (coord), 2014.

Suscríbete a la carta de información

DESDE 1971
Conocer mejor los vínculos formación-empleo-trabajo.
Un colectivo científico al servicio de la acción pública.

+ info y todas las obras
en www.cereq.fr



Institución pública nacional bajo la supervisión del
Ministerio de Educación y el Ministerio de Empleo.

CYE N°112 | 2019 | Documento de trabajo resultado del Convenio entre el
Centre d'études et de recherches sur les qualifications (Céreq) de Francia y el Centro
de Estudios e Investigaciones Laborales (Ceil) del Conicet, Argentina.

Director de la publicación: Florence Lefresne
Traducción: Irène Brousse / Supervisión técnica: Julio C. Neffa.

Centre d'études et de recherches sur les qualifications, 10, place de la Joliette,
CS 21321, 13567 Marseille cedex 02 T +33 04 91 13 28 28
Ceil (Conicet): Saavedra 15 P.B. - CP 1083 - Buenos Aires, Argentina.
T (5411) 4953 7651/9853 / Mail: publicaciones@ceil-conicet.gov.ar
<http://www.ceil-conicet.gov.ar> ISSN 2119-0526