

Capacitaciones lúdicas en micro y pequeñas empresas del departamento de Junín

Ludic training in micro and small enterprises in Junín

Roberto De La Torre Santana¹
Universidad Continental
rdelatorre@continental.edu.pe

Salutar Mari Loardo²
Universidad Continental
smari@continental.edu.pe

Luis Rivera Cosser³
ONG Crecer Mype Perú
lrivera@ongcrecer.org

RESUMEN

Los objetivos fueron, proponer metodologías lúdicas vivenciales de capacitación para medir su valoración por los pequeños y microempresarios de la región Junín; y demostrar la posibilidad de atender a este segmento de mercado con capacitaciones especializadas en centros adecuados. El estudio fue de carácter descriptivo y para la recopilación de datos se utilizó la técnica de la encuesta, aplicado a 803 pequeños y microempresarios de ocho zonas de la región Junín para conocer su periodicidad de capacitación, percepción frente a ella y su grado de conocimiento sobre las capacitaciones lúdicas. Sobre esta muestra fue determinada otra muestra para la realización de cuatro talleres de capacitación lúdica vivencial, orientados a comprobar la hipótesis; asimismo se aplicó la metodología de laboratorio de negocios de la OIT en 58 empresarios durante enero y febrero de 2014. Los resultados indican que el 100 % de los empresarios participantes en los cuatro talleres consideraron que la capacitación lúdica es de alta aplicabilidad para sus negocios; el 96,6 % la consideraron activa y nada aburrida; y el 100 % también mostraron su disposición de participar en más de estas capacitaciones, incluso propusieron una lista de cursos o temas que demandarían. En conclusión, las capacitaciones lúdicas son muy bien recibidas y valoradas por el 96,6 % de los empresarios que participaron en los talleres. Este segmento es muy importante y numeroso, que bien orientado y con productos de capacitación a su medida, puede aprovechar al máximo el mercado de capacitación lúdica.

Palabras clave: Capacitaciones lúdicas, micro empresas, empresarios, talleres.

ABSTRACT

The objectives were to propose recreational experiential training methodologies to measure its value by small and micro entrepreneurs in the Junin region; and to demonstrate the possibility to serve this segment market with specialized training in appropriate centers. The research was descriptive and for the data collection, the survey technique was used, applied to 803 small and micro entrepreneurs from eight areas of the Junin region to know their training periodicity, perception and knowledge level about recreational training. About this sample was determined another sample for the realization of four recreational experiential training workshops, designed to test the hypothesis; also the business laboratory methodology from the ILO in 58 entrepreneurs during January and February 2014 was applied. The results indicate that 100 % of the participant entrepreneurs in the four workshops considered that recreational training is highly applicable to their businesses; 96,6 % considered it active and not boring; and the 100 % also expressed their willingness to participate in more of these trainings, they even proposed a list of courses or topics that they would demand. In conclusion, recreational trainings are very well received and valued by the 96,6 % of entrepreneurs who participate in the workshops. This segment is very important and numerous, that well-targeted and with training products to suit them, you can take advantage of the recreational training market.

Keywords: Recreational training, micro enterprises, entrepreneurs, workshops.

Historial del artículo:

Recibido: 17 de octubre de 2014. Aprobado: 20 de marzo 2015. Disponible en línea: 30 de junio de 2015

1 Licenciado en Cooperativismo, docente de la Universidad Continental

2 Magister en Administración de Negocios, docente de la Universidad Continental.

3 Economista, presidente de la ONG Crecer Mype Perú.

INTRODUCCIÓN

Los pequeños y microempresarios por lo general en la región Junín no suelen capacitarse, porque perciben que las capacitaciones recibidas son teóricas, aburridas y no tienen una utilidad práctica o aplicativa para sus negocios. Ello genera un problema de poca valoración hacia las capacitaciones, lo que origina que las pequeñas y microempresas retrasen su desarrollo empresarial, su crecimiento y progreso.

Los objetivos de la presente investigación, fueron proponer metodologías lúdicas vivenciales de capacitación que sean valoradas por los pequeños y microempresarios de la región Junín; demostrar la conveniencia de atender a este significativo segmento de mercado con capacitaciones especializadas de los centros adecuados.

Nuestras hipótesis de trabajo fueron: Las pequeñas y microempresas consideran que las capacitaciones son aburridas y de poca utilidad práctica; las capacitaciones con metodologías lúdicas permiten un mejor aprendizaje y animan a los pequeños empresarios a participar; con este tipo de capacitación se podrá elevar la gestión empresarial de sus actividades así como la participación y satisfacción de cursos de capacitación.

Esta investigación contribuyó a demostrar que las capacitaciones lúdicas tienen mejor aceptación y resultado en las pequeñas y microempresas, al ser consideradas por los empresarios como las más aplicativas, prácticas y de mejor utilidad para ellos.

MATERIAL Y MÉTODOS

Según datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), usada

como base para el censo del INEI, en la región Junín existe un total de 266 236 contribuyentes con RUC, de los cuales 168 643 (63,3 %) tienen la condición de activos, o se encuentran formalmente operativos; mientras que 97 593 (36,7 %) están inactivos.

Del total de contribuyentes activos, 51 974 constituyen personas naturales o jurídicas con negocio y que tributan como tercera categoría.

El discernimiento de las provincias y distritos representativos fue realizado mediante la data del censo INEI y la base de datos del Organismo No Gubernamental Crecer Mype Perú (tabla N° 1). Se aplicó la fórmula de la muestra al universo encontrado de 49 013, los investigadores asumimos la premisa, a partir de la experiencia, que la mayoría de empresarios de las pequeñas y microempresas de la región Junín percibe las capacitaciones como aburridas. Con un margen de confiabilidad del 96,4 %, la muestra hallada fue de 803. Esta fue distribuida de forma aleatoria en las ocho oficinas seleccionadas, dada la importancia en la economía regional y su dispersión, labor asumida con nuestro aliado en la investigación, la ONG Crecer Mype Perú, que tiene 10 años de experiencia en el segmento del público objetivo materia de este estudio. En función de ello recogimos la muestra en ocho distritos de los 13 donde tiene presencia de trabajo operativo la referida ONG. Estos distritos fueron Concepción, Chupaca, Jauja, El Tambo, Chilca, Pichanaki, Satipo y Tarma, cuyas oficinas ofrecían las facilidades operativas y administrativas para el recojo de la información.

El levantamiento de la información fue realizado por 24 encuestadores quienes actuaron en grupo en función de la muestra y previa capacitación recibida sobre el objetivo de la encuesta y el respectivo uso del instrumento. Es de resaltar que los encuestados fueron los mismos clientes de la ONG Crecer Mype Perú, caso que facilitó el contacto, la confianza y la disposición a

Tabla N° 1: Micro y pequeñas empresas de la región Junín según el censo INEI y la relación de agencias administradas por la ONG Crecer Mype Perú que sirvieron de muestra en la investigación.

Provincias	Total de empresas INEI	Agencias	Total de clientes ONG Crecer
Huancayo	30 289	El Tambo y Chilca	1 359
Chanchamayo	6 051	Pichanaki	628
Satipo	3 886	Satipo	684
Tarma	3 894	Tarma	781
Jauja	2 331	Jauja	815
Concepción	1 334	Concepción	880
Chupaca	1 228	Chupaca	837
Totales	49 013		5 984

TFuente: Censo INEI (1) y base de datos ONG Crecer Mype Perú al 31-12-13.

brindar información real, confiable y confidencial de parte de los ellos a sus propios asesores de crédito.

Las encuestas fueron preelaboradas y estructuradas que aplicadas en forma aleatoria en las ocho agencias seleccionadas y con el análisis estadístico de los resultados, se determinaron cuatro zonas para aplicar los talleres, las oficinas de Chupaca, Satipo, Pichanaki y Concepción. El siguiente paso fue promover alianzas para la gestión de los lugares apropiados donde desarrollar el taller de capacitación. En el caso de Chupaca acondicionamos el área de atención al público de la agencia; en Satipo fue en el Instituto Tecnológico Rivera; en Pichanaki alquilamos el salón parroquial en pleno centro de la ciudad, y en Concepción, luego de una alianza institucional, el municipio provincial nos facilitó gratuitamente su auditorio.

En los talleres, en las cuatro zonas se aplicó la metodología laboratorio de negocios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y en dos de ellos fue aplicado adicionalmente el juego Empresario, de la empresa Malabares, utilizado como una dinámica de capacitación por el Centro de Emprendimiento de la Universidad Continental.

Es importante señalar que la metodología laboratorio de negocios de la OIT tiene más de 10 años de haber sido probada como una metodología eficiente de capacitación de adultos en los países latinoamericanos y cuenta con cuatro niveles o grados de dificultad, con diferentes objetivos de logro. Para los cuatro talleres se aplicó el nivel 3, instrumento de capacitación que provee una experiencia "práctica" en materia de conducción de empresas, aun dentro de las cuatro paredes de una sala de capacitación. Ha sido diseñado para brindar a los individuos la oportunidad de tomar decisiones tales como las que deberán tomar al actuar en la realidad del mundo empresarial.

El juego se utiliza específicamente para la capacitación de individuos que quieren aprender en qué consiste la empresa, que quieren comenzar empresas nuevas, o que quieren mejorar la operación de empresas ya existentes (2).

En el módulo 3 aplicamos específicamente los temas a aprender. Estos temas fueron: Para llegar al cliente por medio de un sistema de comercialización eficiente; Planificación comercial; El arte de negociar; Técnicas de producción eficiente; Principios de buena calidad. El método de investigación utilizado fue el deductivo, apoyado en la metodología del aprendizaje experiencial en entornos lúdicos, ya que el campo de aplicación es amplio y cumple doble finalidad, contribuir al desarrollo de las habilidades a los microempresarios y de las competencias de los individuos involucrados en los procesos de aprendizaje

para lograr una atmósfera creativa en una comunidad de objetivos.

RESULTADOS

Los resultados de los cuatro talleres con la participación de 58 pequeños y microempresarios, fueron que el 100 % expresaron que la capacitación les sirvió y es de alta aplicabilidad inmediata para sus negocios; el 96.6% consideraron activa y nada aburrida la capacitación con la metodología lúdica; y el 100 % también establecieron su disposición de participar en otras capacitaciones similares, incluso propusieron una lista de cursos o temas que demandarían (tabla N° 2).

Los resultados de las 806 encuestas aplicadas como base de estudio fueron muy dispares. El nivel más alto de capacitación empresarial fue identificado en Concepción, con 43,7 % de la muestra, mientras que el nivel más bajo en Chupaca, con 16,4 %; por ello probablemente los empresarios de Chupaca consideren aburridas las capacitaciones en un 24,3 % y los de Concepción en un 11,7 %. En Pichanaki, el 35,9 % de empresarios manifestaron haberse capacitado en alguna ocasión y que actualmente solo el 23 % en algo relacionado con su negocio. El 12,7 % de estos empresarios consideraron aburridas las capacitaciones. En Satipo, el 32,7 % sostuvieron haberse capacitado alguna vez y que el 14,2 % en los dos últimos años. El 5,1 % de empresarios expresaron que las capacitaciones eran aburridas.

En el consolidado de las agencias, por su parte, las capacitaciones no están muy bien valoradas por los empresarios y existe un desconocimiento de lo que son las capacitaciones lúdicas.

Según el rango de edad, los empresarios encuestados en las agencias de Junín de la ONG Crecer Mype Perú constituyen una población joven, van desde menos de 30 años hasta los 50 en un 90 %, y sus tres generaciones de edades, de menos de 30 años, de 31 a 40 años y de 51 a 60 años, están representadas por edades similares en un aproximado de 30 %, ello es 28 %, 30 % y 32 %, respectivamente.

Estos resultados demuestran la hipótesis planteada: a) Los pequeños y microempresarios consideran que las capacitaciones son aburridas y de poca utilidad práctica; b) las capacitaciones con metodologías lúdicas permiten un mejor aprendizaje y animan a los pequeños empresarios a participar; c) con este tipo de capacitación se podrá elevar la gestión empresarial de sus actividades así como la participación y satisfacción de cursos de capacitación.

Tabla N° 2: Temas propuestos por los empresarios de Junín para futuras capacitaciones con metodología lúdica.

Temas propuestos	Frecuencia	Porcentaje
Cómo brindar un producto o servicio de calidad.	8	13,8
Cómo manejar mis costos.	6	10,3
Cómo asegurar que mis clientes regresen a comprarme (retener clientes).	13	22,4
Cómo administrar mi negocio para crecer.	16	27,6
Cómo trabajar bien y en equipo con mi personal.	3	5,2
Cómo fijar precios de mis productos o servicios.	4	6,9
No precisa	6	10,3
Todos	2	3,5
Total	58	100,0

TFuente: Censo INEI (1) y base de datos ONG Crecer Mype Perú al 31-12-13.

DISCUSIÓN

Según las investigaciones del grupo KINEPAIDEIA, en su trabajo Reflexiones del grupo KINEPAIDEIA sobre la acción del docente (3), la ludopedagogía tiene un carácter reconciliador de saberes, el disfrutar aprendiendo sin que se diluyan los objetivos de aprendizaje. Si bien las investigaciones desde, este grupo están en la línea denominada "la ludopedagogía en el contexto escolar", esta perspectiva es dinamizadora de los procesos de aula y totalmente válidas para ser replicables en adultos, como ha sido el caso de esta investigación. La conclusión establecida ha sido ratificada por la encuesta a los 58 empresarios quienes consideraron la capacitación lúdica como activa en un 96,6 % y de aplicación práctica en un 100 %.

Idealberto Chiavenato, en su obra Administración de recursos humanos (4), plantea que la educación profesional, institucionalizada o no, prepara al hombre para la vida profesional. Comprende tres etapas interdependientes, pero perfectamente diferenciadas: formación profesional, desarrollo profesional y capacitación. Esta última la define como aquella que adapta al hombre para cumplir un cargo o una función. El entrenamiento descrito por Chiavenato como el "proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos", es el que más se acerca a lo que utilizan los microempresarios para el día a día de sus negocios.

En Gestión del talento humano (5), Chiavenato explica que la capacitación es un proceso cíclico y continuo que pasa por cuatro etapas: el diagnóstico o inventario de necesidades; el diseño, que consiste en el proyecto o programa de capacitación; la implantación, que es la

ejecución del programa; y la evaluación, que consiste en revisar los resultados. Este planteamiento no contradice la propuesta investigativa, porque recoge un diagnóstico de los temas propuestos por ellos mismos, se plantearía un programa y su ejecución y evaluación.

Según Roberto Pinto, en su obra Planeación estratégica de capacitación empresarial (6), existen una serie de creencias que limitan la efectividad de la capacitación, por ello dice "...en muchas organizaciones la capacitación está considerada como una disciplina con bajo nivel de importancia. Esto se debe, en parte, a una serie de creencias que con el paso del tiempo han llevado a minimizarla. Los resultados de la capacitación son difíciles de valorar, difíciles de comprender y, por lo mismo, resulta difícil encontrarles un sentido práctico". Esta aseveración coincide con una parte de lo planteado en nuestra hipótesis, que la capacitación es considerada por los pequeños y microempresarios como una pérdida de tiempo y de poca aplicabilidad.

Estos hallazgos ratifican investigaciones anteriores del grupo KINEPAIDEIA en ludopedagogía de la educación motriz (3), en la que docentes y estudiantes han venido adelantando con el fin de incorporar a su trabajo de aula una acción lúdica que les permita disfrutar el enseñar, el aprender y el experimentar otras formas de evaluar desde una acción pedagógica más integradora. "De ahí su denominación: Ludopedagogía, la que encierra un carácter de reconciliación con los saberes, el disfrutar aprendiendo sin que se diluyan los fines de la escuela, ni se dejen de lado los saberes" (3).

En la misma línea, la propuesta de Alfonso Siliceo Aguilar destaca el papel que desempeña el instructor en sus diferentes acciones, es decir, como maestro, líder, expositor, mediador, facilitador, etc., es la clave el éxito de todo programa de educación (7), y este papel

se cumple ampliamente en el contexto de la aplicación de la metodología laboratorio de negocios de la Organización Internacional del Trabajo, en la que el conductor es un facilitador del aprendizaje.

Nuestra primera hipótesis de que los pequeños y microempresarios consideran que las capacitaciones son aburridas y de poca utilidad práctica, únicamente el 13,75 % de los 803 encuestados se manifiesta por esta respuesta.

La segunda hipótesis de que las capacitaciones con metodologías lúdicas, permiten un mejor aprendizaje y animan a los pequeños empresarios a participar, fue demostrada ampliamente porque el 100 % consideró que estas capacitaciones tienen aplicabilidad en sus negocios y que son recomendables y por lo tanto participarían en futuras capacitaciones.

Los principales resultados de la investigación fueron que los empresarios valoran mucho más las capacitaciones que son dinámicas y de aplicación práctica y aquellas que usan metodologías lúdicas. En los cuatro talleres ejecutados, los empresarios participaron activamente, se divirtieron mientras aprendían y en los comentarios finales, coincidieron en que el taller les permitió descubrir mejores formas de manejar sus negocios y que les motivaba a desarrollar estos nuevos conocimientos en la administración de sus empresas. Otro importante resultado es el hecho de que todos los empresarios sin excepción, están dispuestos a proseguir con otra capacitación con metodologías lúdicas de modo que les permita aprender de forma vivencial.

En conclusión, las capacitaciones lúdicas son muy bien recibidas y valoradas por el 96,6 % de los empresarios que participaron en los talleres. Este segmento es muy importante y numeroso, que bien orientado y con productos de capacitación a su medida, puede aprovechar al máximo el mercado de capacitación lúdica para su desarrollo empresarial.

Agradecimientos

A los administradores de la ONG Crecer Mype Perú, a sus directivos y a su personal, por el invaluable apoyo en la ejecución de las encuestas y en la convocatoria y ejecución de los talleres de capacitación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Dirección General de Industria. Análisis regional de empresas industriales. Lima: Ministerio de la Producción; 2011.
2. Organización Internacional del Trabajo. Manual

de capacitación laboratorio de negocio. Ginebra: OIT; 2000.

3. Forero C. Reflexiones del grupo KINEPAIDEIA sobre la acción del docente: Una mirada desde la investigación. Bogotá: Kinesis; 2010.
4. Chiavenato I. Administración de recursos humano. 8ª ed. Colombia: McGraw-Hill; 2007.
5. Chiavenato I. Gestión del talento humano. 3ª ed. México: McGraw-Hill; 2009.
6. Pinto R. Planeación estratégica de capacitación empresarial. 2ª ed. México: McGraw-Hill; 2000.
7. Siliceo A. Capacitación y desarrollo de personal. 4ª ed. México D.F.: Limusa; 2008.