

Aprobado con distinción, 13 - 05 - 2002.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CS. ED. 168

[Signature]
Lic. Emilio Orozco
Presidente del Jurado
y de Honor C.E.



[Signature]
Lic. Rolando Barral Z.

**NECESIDAD DE CAPACITACIÓN LABORAL
RADIOFÓNICA PARA EL SECTOR
INFORMAL
EN LA CIUDAD DE EL ALTO**

TESIS DE GRADO PRESENTADA A LA CARRERA DE CIENCIAS
DE LA EDUCACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

PROF. GUÍA: LIC. ROLANDO BARRAL Z.
POSTULANTE : RONALDO BAPTISTA CAYOJA

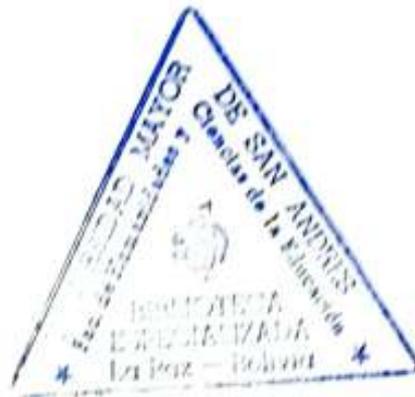
LA PAZ · BOLIVIA
2002

[Signature]
Lic. Rolando Barral Z.

[Signature]
Ronaldo Baptista Cayoja

Nº 0943

T/ 856



A mi padre, Luis Baptista H.

Y en memoria de mi madre, Teresa Cayoja



Quiénes me apoyaron moral y materialmente
Para lograr este trabajo, mi esposa Bertha,
mis hijos Ariel, Fidel y Teresa, a quienes los
Quiero mucho.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos

Deseo expresar mis sinceros agradecimientos a mi tutor Lic. Rolando Barral Zuazo, por su colaboración y sugerencias en la realización del presente trabajo.

Reconocimiento: A la Lic. Mireya Montpellier, por su colaboración, desprendimiento, sugerencias y recomendaciones, por su comprensión y participación, quien contribuye para la culminación de este trabajo.

Reconocimiento: Un reconocimiento especial Lic. Rubén Belmonte y a la Carrera de Estadística de la U.M.S.A., quienes colaboraron y recomendaron el trabajo técnico-estadístico de la investigación de manera desinteresada.

Agradecimiento Especial:

Deseo expresar mi agradecimiento a “BANCO SOL” Banco Solidario S. A. y en especial a las Agencias de Alto Lima, Río Seco, 16 de Julio y La Ceja de la ciudad de El Alto. Por facilitarme el acceso a la información y datos requeridos de la Institución y de los microempresarios.

De igual manera a los asesores de crédito de dicha Institución, a los cuales admiro y respeto por su trabajo y que gracias a su colaboración permitieron la realización de este trabajo.

También quiero agradecer

A las Instituciones que desinteresadamente me colaboraron y de las cuales escuché sugerencias para lograr una visión más acertada del sector informal, ellos son: del Viceministerio de la Microempresa Lic. Isabel Machaca, de IDEPRO Lic. Mario López, de PROCAL Lic. Rodrigo Aguilar, del CEBIAE Lic. Carlos Arce, al personal y Dirección del Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, y la Institución COMPA a su Director Iván Nogales Bazan.

Un reconocimiento y agradecimiento especial

Algunos desde la distancia y con otros entablado conversación, dándome sugerencias y apoyándome permanentemente, mis hermanos Blanca, Julieta, David, y Ana María, hicieron posible la culminación de este trabajo.

A mis compañeros y amigos:

A quienes les agradezco infinitamente la colaboración en este trabajo muy de cerca, a Felipe Aruquipa Ticona quien se encargó de la transcripción y el armado del presente trabajo de investigación, Teodora Tapia, Jesús Jaliri, Manuel Ortega, Raúl Bazan, Apolinar Contreras, Sra. Elsa Quiroga, Tatiana Silva.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------	----------

CAPITULO I	4
-------------------	----------

PROBLEMA Y METODOLOGÍA

I.1	Problema, contextualización y justificación	4
I.1.1	Planteamiento del problema y contextualización	4
I.1.2	Formulación del problema	7
I.1.3	Objetivos	8
I.1.4	Justificación	8
I.1.5	Delimitación del objeto de estudio	9
I.2	Metodología	31
I.2.1	Tipo de investigación realizada	31
I.2.2	Hipótesis de la investigación descriptiva	33
I.2.3	Diseño de la investigación	34
I.2.4	Alcances y límites	34
I.2.5	Etapas de la investigación	35
I.2.6	Técnicas y procedimientos para la recolección de información: Instrumentos utilizados	35

CAPITULO II	39
--------------------	-----------

CONCEPTUALIZACION Y CATEGORIZACION DE LA MICROEMPRESA

II.1	Antecedentes de la economía informal	39
II.1.1	Definición del sector informal urbano	41
II.2	Investigaciones locales sobre la microempresa	43

II.3	Definición de la microempresa y su categorización	43
II.3.1	Criterios cuantitativos	45
II.3.2	Criterios cualitativos	52
II.4	Políticas nacionales y extranjeras para la microempresa	56
II.4.1	Políticas extranjeras	56
II.4.2	Políticas nacionales para la microempresa.....	63
II.5	La capacitación laboral	68
II.5.1	Instituciones que brindan capacitación.....	71

CAPITULO III 73

CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS DE CAPACITACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS OBSERVADOS EN EL ALTO.

III.1	Análisis y procesamiento de los datos.....	73
III.1.1	Caracterización de la población observada.....	73
III.2	Características de los talleres microempresariales.....	79
III.3	Problemas de la producción y de la comercialización	83
III.4	Los niveles de capacitación observados.....	87
III.5	Requerimientos de capacitación a carpinteros y confeccionistas	90
III.5.1	Principales temas requeridos para capacitación	90
III.5.2	Requerimientos de temas de capacitación, según número de trabajadores en el taller.	91
III.5.3	Temas de capacitación requeridos, según tamaño de la pequeña empresa y la modalidad de contratación de los trabajadores	93
III.5.4	Requerimientos de temas de capacitación según niveles de ingreso del taller ...	94
III.5.5	Temas de capacitación requeridos según fuente de producción de modelos	95
III.5.6	Requerimiento de temas de capacitación, según destino dado al crédito solicitado	96

III.6	La radio como una opción más para la capacitación.....	96
III.6.1	Talleres que escuchan radio en sus horas de trabajo.....	97
III.6.2	Emisoras radiales más escuchadas en los talleres	98
III.6.3	Horarios preferenciales para escuchar programas de capacitación	98
III.6.4	Preferencias para compartir la capacitación.....	100
III.7	Opiniones logradas en las entrevistas.....	100
III.8	Síntesis de los datos procesados: La importancia de una adecuada capacitación laboral.....	102
III.8.1	Características sociales	103
III.8.2	Características laborales.....	103
III.8.3	Características del diseño y de la tecnología empleada.....	105
III.8.4	Características de la capacitación del sector	105
III.8.5	Estimación de la radio como opción de la capacitación	107

CAPITULO IV _____ 108

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV.1	Conclusiones.....	108
IV.1.1	La pobreza se retroalimenta en las condiciones de trabajo.....	108
IV.1.2	Situación educativa.....	109
IV.1.3	La capacitación actual de los microempresarios	109
IV.1.4	La radiofonía educativa, opción de una capacitación accesible.....	110
IV.2	Recomendaciones.....	111
IV.2.1	Implementar capacitación técnica radiofónica para los microempresarios de El Alto.....	111
IV.2.2	Acerca de las políticas de estado para el sector.....	112

BIBLIOGRAFÍA _____ 110

ANEXOS

1998/1999

EXPERIENCIA

El Alto es una ciudad que ha crecido rápidamente en los últimos años, convirtiéndose en una de las ciudades más grandes de Bolivia. Este crecimiento ha traído consigo una serie de cambios en la estructura social y económica de la ciudad, así como en la forma de vida de sus habitantes. En este artículo se exploran algunas de las experiencias más recientes de los habitantes de El Alto, desde la perspectiva de la vida cotidiana y la lucha por mejores condiciones de vida.

En los últimos años, El Alto ha experimentado un crecimiento sin precedentes. Esto se debe a una combinación de factores, como la migración desde zonas rurales y la expansión de la industria textil. Sin embargo, este crecimiento también ha generado una serie de desafíos, como la falta de servicios básicos, la contaminación y la desigualdad social. Los habitantes de El Alto han desarrollado una fuerte conciencia de sus derechos y han comenzado a organizarse para exigir cambios.



El Alto... una esperanza de vida y lucha

La vida en El Alto es una constante lucha por sobrevivir y mejorar. Los habitantes enfrentan dificultades económicas y sociales, pero también muestran una gran capacidad de resistencia y organización. A través de movimientos sociales y políticos, buscan transformar su realidad y construir un futuro con más justicia y equidad.

INTRODUCCIÓN

Al analizar la realidad actual de nuestro país surge como rasgo principal la pobreza en que cada vez más se encuentra sumergido, la desocupación cada vez mayor que profundiza el nivel de desigualdades económicas y sociales. El resultado de ello, el crecimiento constante de estrategias de subsistencia que incrementan el sector denominado **informal** de la economía.

Estos productores informales, pobres y desocupados que encuentran una brecha para subsistir en base a alguna experiencia artesanal anterior en uno u otro sector de la economía, realizan enormes esfuerzos por instalarse, producir auto explotando su propia fuerza de trabajo y vender sus productos como puedan, procurando así el sustento básico a sus familias.

Estos productores surgidos de la pobreza, sufren en la mayoría de los casos otra consecuencia de la misma, el bajo nivel educativo, la falta de posibilidades de acceder a una formación técnica adecuada para elevar el nivel de la producción que encaran. Producen sólo con lo que la vida les ha enseñado.

Ahí es donde los educadores tomamos conciencia de nuestro papel solidario con esta enorme masa de conciudadanos que se baten día a día en las calles por la vida. Nuestro deber es buscar alternativas para intentar mejorar la vida de estos productores informales, llamados oficialmente "microempresarios", ocultando así su verdadera realidad: ser productores para los pobres que no tienen acceso a mejor calidad y a la vez productores pobres, más explotado que cualquier obrero de fábrica, condenados por su situación general a no mejorar su calidad y por ende sus ingresos.

Es por ello que hemos encarado esta **investigación exploratoria-descriptiva**, con la cual se puede fundamentar una propuesta dirigida a estos productores, habiendo procedido a la observación sistemática de nuestra población a fin determinar sus problemas, principales necesidades relativas al mejoramiento de la calidad de su producción, puesto que ello los conducirá finalmente a lograr mejores condiciones de vida en el futuro.

En cuanto a la problemática, objetivos, justificaciones nos referimos en el Capítulo I. Los límites y alcances de este trabajo, en lo referido a la población meta alcanzada, hemos

circunscrito la observación a los sectores de carpinteros y confeccionistas principalmente, de las zonas de mayor concentración en El Alto, tal como detallamos en el Inciso I.2.4 de dicho Capítulo.

En cuanto al tipo de investigación realizada, analizada en el Inciso I.2.1, hemos optando por una **exploración descriptiva** de la población delimitada, aplicando técnicas tanto cuantitativas como cualitativas de observación, a fin de establecer las características sociales y de producción, los problemas que estos productores presentan, sus demandas en cuanto a capacitación se refiere, las modalidades de su conveniencia y preferencia, así como a través de entrevistas profundizar en sus expectativas de vida y en sus esperanzas.

El Capítulo II, introduce los **elementos teóricos** tanto de la economía informal en nuestro país, como la definición del denominado actualmente “sector informal”, lo que nos permite comprender el modo de desenvolvimiento de este sector de la economía, buscando una caracterización concreta de nuestro objeto de estudio, la “microempresa”, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. Asimismo indagamos acerca de las políticas de estado, tanto nacionales como extranjeras, acerca del apoyo a este sector de la economía ampliamente difundido en estos tiempos de crisis en todos los países del mundo, buscando en ellas la importancia asignada a la capacitación laboral de estos productores y las modalidades que ella adopta.

En el Capítulo III se han **analizado y procesado** los datos logrados con las técnicas aplicadas, tanto por la encuesta realizada, como por las entrevistas, información que nos ha proporcionado la base para la caracterización tanto social como económica y de preferencias en cuanto a capacitación, de los microempresarios confeccionistas y carpinteros. En base a ello hemos descrito a la población delimitada en los aspectos señalados.

El Capítulo IV sintetiza las conclusiones del caso e incluye recomendaciones acerca de una propuesta de **CURSO DE CAPACITACIÓN LABORAL RADIOFÓNICO**, la cual se encuentra inserta en el Anexo, así como aspectos de políticas de estado al respecto.

El material empírico recogido en el trabajo de relevamiento de información es voluminoso y presenta muchos aspectos que pueden ser utilizados para investigaciones

posteriores. Lo más representativo de ello ha sido incluido en el Anexo, poniendo el resto en nuestro poder a disposición de quién quisiera consultarlo.

Queremos manifestar aquí, por otra parte, el invalorable apoyo recibido por la Carrera de Estadística de la Facultad de Ciencias Puras de la UMSA, a través de la desinteresada colaboración del **Lic. Rubén Belmonte**, tanto en la revisión del cuestionario aplicado en la encuesta, como en la determinación del volumen de la muestra seleccionada, así como en el procesamiento y análisis de los datos logrados.

CAPÍTULO I

PROBLEMA Y METODOLOGÍA

*La educación productiva,
un camino a seguir...*



CAPITULO I

PROBLEMA Y METODOLOGÍA

I.1	Problema, contextualización y justificación.....	4
I.1.1	Planteamiento del problema y contextualización.....	4
I.1.2	Formulación del problema.....	7
I.1.3	Objetivos	8
I.1.4	Justificación.....	8
I.1.5	Delimitación del objeto de estudio	9
I.2	Metodología.....	31
I.2.1	Tipo de investigación realizada	31
I.2.2	Hipótesis de la investigación descriptiva	33
I.2.3	Diseño de la investigación.....	34
I.2.4	Alcances y límites	34
I.2.5	Etapas de la investigación	35
I.2.6	Técnicas y procedimientos para la recolección de información: Instrumentos utilizados.....	35

CAPITULO I

PROBLEMA Y METODOLOGÍA

I.1 Problema, contextualización y justificación

I.1.1 Planteamiento del problema y contextualización

Ciertas asociaciones artesanales de la ciudad de El Alto son ejemplos de organizaciones que responden, a su manera, a la necesidad de gestionar la producción dentro de la lógica del “justo a tiempo”, como sucede en las empresas más avanzadas. Ejemplo de ello se encuentra en los grupos de tejedoras de la lana de alpaca de esa ciudad, quienes exportan su producción a Europa y Norteamérica, capacitadas y asesoradas por Organizaciones no Gubernamentales. En este caso, su estructura organizativa, una asociación de productoras individuales, basada en fuertes lazos de confianza, permite una elevada flexibilidad, una capacidad de reacción rápida y una gestión adecuada del riesgo en el proceso productivo.

Sin embargo, en nuestro país no existen políticas públicas ni privadas adecuadas que faciliten el desarrollo y superación de los microempresarios a través del acceso de estos grupos a créditos para la adquisición de algunos activos, tecnología apropiada o a programas de capacitación, como vimos que se establece en todas las legislaciones extranjeras sobre este sector, que en los casos de los países asiáticos se rigen en el puntal de sus economías.

De manera particular se debate actualmente, con gran interés, en el marco del Diálogo Nacional, cuáles deben ser los instrumentos que hagan viable el fortalecimiento y la consolidación de un sector que a través del tiempo ya ha mostrado de manera irrefutable su potencial. Sin embargo, aprobada la Ley del Diálogo, en agosto del 2001, se constituye el Fondo de Inversión Productiva y Social (FPS), para el que sólo se prevén políticas

gubernamentales de apoyo a proyectos de producción artesanal en cuanto se refieren al desarrollo rural, sin tomar en cuenta en ninguno de los sectores priorizados el impulso a la micro y pequeña empresa, sea urbana o rural, y sin incluir tampoco en el sector de la educación la capacitación técnica-productiva ¹

En Bolivia, el papel de las ciudades intermedias resulta vital en la estrategia de vincular las pequeñas economías. Estos espacios de articulación podrían dar oportunidades para desarrollar una red de servicios y mercados de diversos tipos que apoyen el desarrollo de estos productores sobre la base de la formación de los artesanos y a la optimización del entorno social.²

Tres rasgos importantes caracterizan la oferta de servicios laborales en el sector informal de nuestro país:

- Una significativa presencia de mujeres, particularmente jefes de hogares y esposas.
- Un nivel educativo medio inferior al de las otras categorías laborales.
- Una vinculación histórica y cultural con las poblaciones aymaras y quechuas.³

Los trabajadores / as artesanos propietarios de talleres domésticos, son dueños de su medio de trabajo y comercializan el producto de su esfuerzo a través de algún miembro de la unidad doméstica. Estos trabajadores carecen de cualquier tipo de relación contractual propia de formas de trabajo y racionalidad artesanal. Se trata de un extendida modalidad de trabajo cuyo valor incorporado al producto no se realiza en términos de ganancia media, porque sus condiciones de trabajo artesanales y domésticas, y su racionalidad productiva mercantil

¹ Bolivia. Presidencia de la República. El nuevo rol de los Fondos en el marco de la Ley del Diálogo. Pg.3

² Calderón, F. "*Sociedad y globalización*". En: Cuaderno de Futuro N°1. P.94 y 95

³ Idem.

simple, no forman parte del capital social que le permitiría obtener la ganancia media industrial.

Excluidos de la fijación de precios de producción empresarial, los precios de venta de esta actividad manufacturera se mueven siempre por debajo de los de la producción industrial capitalista y son constantemente empujados hacia el nivel de costo, lo que implica sólo recuperar el gasto de material y reproducir la fuerza de trabajo empleada. Esto se debe a la competencia de otros talleres familiares que encuentran que la sola obtención de medios de reproducción simple es un atractivo suficiente para incursionar en el rubro, frente a la actual situación de crisis.

Estos trabajadores generan productos de consumo como prendas de vestir de tela, cuero y lana, alimentos y muebles, o servicios como las reparaciones, contando con escasos medios de trabajo como las herramientas simples o la soldadura, insertándose en mercados compuestos por otros trabajadores de bajos recursos, lo que obliga a que el precio de los productos o servicios de venta se mantenga muy bajo.⁴

El acceso a nuevos mercados mediante la inserción en redes de actividades económicas nacionales y transnacionales o a través del aprovechamiento de ciertos segmentos del mercado, donde los pequeños productores bolivianos tendrían mayores ventajas comparativas, requiere de los conocimientos adecuados en cuanto a las estrategias de venta y la planificación productiva, lo cual debería ser uno de los aspectos fundamentales hacia donde apunten **las políticas de fomento del Estado en el rubro de la capacitación.**

Asimismo, una mayor disponibilidad y desarrollo de redes de comunicación y la consiguiente reducción de su costo para este sector productivo, tanto como la capacitación en su utilización adecuada, implicaría su acceso a información sobre mercados y oportunidades de negocios, lo cual potenciaría de manera significativa a los pequeños productores y, a la vez, aportaría más sustancialmente a los ingresos del país.

⁴ Idem.

Frente a este problema económico-social con repercusiones directas en la planificación de la educación técnica en nuestro país como apoyo a este sector laboral, pasamos a plantear el problema de la presente investigación:

Para superar las deficiencias de la producción empírica en el sector microempresarial de El Alto, carpinteros y confeccionistas, **¿ Cuáles son las limitaciones a la posibilidad de mejorar la calidad de su producción a través de una capacitación accesible?**

Los programas de capacitación técnica implementados desde hace varios años por diversas ONG's, así como por instituciones de capacitación laboral **¿Habrán logrado tener suficiente alcance en este sector de la producción?** Si estos presentan una limitada asistencia **¿No será necesario indagar las razones que tienen los microempresarios para responder con una limitada asistencia a los mismos?**

Si bien no se percibe el impacto de los cursos presenciales ya implementados en un mejoramiento de la calidad de su producción, ni de sus mecanismos de comercialización, ni en el incremento de las exportaciones del sector **¿ cuál es la expectativa de estos productores respecto a las posibilidades de capacitación? ¿ Cómo lograr mayor eficiencia en la capacitación y cómo llegar a responder a sus necesidades más sentidas?**

I.1.2 Formulación del problema

- *¿Cuáles son las necesidades de capacitación de los microempresarios carpinteros y confeccionistas de El Alto?*
- *¿Cuáles son las condiciones en que los microempresarios carpinteros y confeccionistas de El Alto producen y administran sus talleres?*
- *¿Cuáles son las razones que manifiestan estos productores para su limitada asistencia a los cursos de capacitación presenciales?*
- *¿Cuales son las preferencias acerca de la posibilidad de un programa de capacitación radiofónica?*

I.1.3 Objetivos

I.1.3.1 Objetivo General

Explorar y describir las necesidades de capacitación y las condiciones de producción, comercialización, la disposición y el interés de los microempresarios de los sectores de confecciones y carpintería para la implementación de un programa de capacitación adecuado a sus problemas, intereses y posibilidades, por la vía más accesible.

I.1.3.2 Objetivos específicos

1. Detectar las necesidades de capacitación de los confeccionistas y carpinteros.
2. Describir los principales problemas que afrontan en su producción y comercialización
3. Describir los temas de mayor requerimiento de capacitación para ambos sectores.
4. Indagar si la vía radial es la más viable y cuál la radioemisora mas frecuentemente escuchada.
5. Investigar las programaciones preferidas y los horarios mas adecuados.
6. Promover la implementación de una propuesta que responda a sus necesidades y requerimientos.

I.1.4 Justificación

Esta investigación se ha propuesto buscar mediante la explicitación de las categorías básicas que definen al objeto estudiado, los microempresarios, así como con la aplicación de instrumentos de observación adecuados, encontrar explicaciones a los problemas que el sector presenta en cuanto a los niveles de calidad de su producción, relacionados con la capacitación.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se ha acudido al empleo de técnicas de investigación y de instrumentos para recabar información cuantitativa y

cualitativa del sector delimitado para este estudio exploratorio. A través de la aplicación de las técnicas de encuesta y entrevista, se ha buscado conocer la situación en que los microempresarios seleccionados producen sus mercancías y las comercializan, así como las expectativas y necesidades que ellos presentan en cuanto a programas de capacitación productiva.

Dado el carácter y la magnitud del problema que afecta a sectores mayoritarios de la población mas empobrecida de la ciudad de El Alto, especialmente radicada en los microempresarios de estas ramas de actividad que deteriora la calidad de vida de las familias, es que nos proponemos realizar esta investigación exploratoria, a fin de profundizar en el conocimiento de su realidad socioeconómica y fundamentalmente, de sus problemas de capacitación actuales, así como sus expectativas específicas en lo que se refiere a alternativas posibles de capacitación. En base a ello posteriormente podrá proponerse alternativas de capacitación adecuadas por el medio que los interesados manifiestas como preferente, a fin de intentar paliar el problema del sector.

I.1.5 Delimitación del objeto de estudio

I.1.5.1 Contextualización del problema

La educación es determinante para mejorar la calidad de vida en todos sus aspectos. El panorama de la educación en la Ciudad de El Alto en general es crítico, por ello es urgente mejorar las posibilidades de acceso. Las condiciones de infraestructura y sobre todo la calidad de la educación.

“La tasa de analfabetismo en los últimos años en la ciudad de El Alto se ha reducido notablemente aunque existe una gran brecha entre las tasas masculina. Según los datos del último censo de población y vivienda, el 89.2% de la población entre 6 y 14 años asistía al sistema educativo, corroborando que el nivel primario es el de mayor grado de instrucción alcanzado por la mayoría de la población alteña. Sin embargo entre los 15 a 39 años de edad,

este porcentaje se reduce notablemente a un 65,5% mostrando un alto porcentaje de deserción escolar que llega al 24%"⁵

El analfabetismo absoluto y la baja cobertura escolar han dejado de ser los problemas centrales de la educación en el país, y han sido remplazados por la deserción, la repitencia, el analfabetismo funcional y, en general, por la baja calidad del servicio educativo, especialmente en las áreas rurales y en las escuelas nocturnas.

La educación pública en El Alto, según el Diagnóstico 2.000, cubre el 67% y el sector privado cubre el 14% de la población".

Asimismo, a pesar de ver en marcha la Reforma Educativa, el Estado boliviano no ha puesto énfasis en la educación secundaria, que es la más importante para la capacitación laboral, para los comportamientos reproductivos y en general para la socialización de conocimientos, actitudes y conductas.

La inversión que realiza el Ministerio de Educación se ha dirigido fundamentalmente, a la aplicación de la Reforma Educativa y a la infraestructura escolar, dejando en segundo plano la calificación y la enseñanza como tal. Por otra parte, una proporción demasiado grande del presupuesto educativo se destina a la enseñanza superior, sin que la misma mejore sustancialmente su eficiencia y su calidad académica. Simultáneamente, todo el sistema educativo nacional impulsa a los estudiantes hacia la universidad y las carreras profesionales, en detrimento de las carreras técnicas.⁶

En general, se puede decir que durante el periodo 1985 – 1999 hubo ausencia de políticas educativas específicas, excepto porque la educación de adultos favoreció la atención del analfabetismo femenino y su escolarización desfasada. A pesar de ello el año 1968, la Reforma Educativa, consolida una serie de cambios en el sistema de educación, entre ellos la

⁵ OXAFM.-GB-Red Habitat. *Diagnóstico 2000. Distrito 5* . .P.27 y 28

⁶ Instituto Prisma. *Las políticas sobre la pobreza en Bolivia. Dimensión, políticas y resultados.1985-1999.P.25*

alfabetización como instrumento para el desarrollo y elevación de los niveles de vida. Y en 1969 se expanden diversas experiencias de la sociedad civil enriqueciendo este concepto de alfabetización con el desarrollo del método psicosocial que se adapta a realidades concretas. Ese mismo año se estructura la Educación de Adultos a través de los Centros de educación Media Acelerada (CEMA's), de la Educación Básica Acelerada (EBA) y el Instituto Boliviano de Aprendizaje (IBA); así mismo se crea la Dirección Nacional de Alfabetización.

Puntualizando que los institutos EBA's y CEMA's se dedican exclusivamente a promoción de estudiantes adultos en el ámbito humanístico. En cambio los IBA's apuntan a los inicios de la educación productiva, insertando a los educandos, al medio laboral técnico en las diversas ramas que poseen (Electricidad, Mecánica, Carpintería, Repostería, etc.).

Se debe tomar en cuenta que los IBA's crearon las condiciones necesarias para iniciar un cambio en la educación humanística, incursionando a la educación Técnico Medio productiva, sin embargo este esfuerzo no esta enmarcado en los requerimientos del Sector Informal Urbano, puesto que se requiere de una estructura diferente, enfocada a una especialización técnica laboral y no a un aprendizaje inicial.

“ Fe y Alegría tiene alguna experiencia en educación técnica, pues posee un Instituto de Formación de Técnicos Medios en varias ramas, respondiendo a ciertas demandas y necesidades de algunas poblaciones; pero más allá de eso, es muy evidente que no hay verdaderas políticas y estrategias sobre la capacitación técnica para cubrir las necesidades de los sectores populares”⁷

En base a los datos proporcionados del Plan de Desarrollo Municipal de El Alto / 2000⁸ se debe considerar que la ciudad de El Alto cuenta con 240 locales educativos, en los que funcionan 311 unidades educativas, brindando servicios para la enseñanza, desde el nivel

⁷ Carlos Toranzo Roca, “Lineamientos de apoyo a la Microempresa” Pag. 249

⁸ Plan de Desarrollo Municipal de El Alto Gestión 2000, Gobierno Municipal de El Alto, Pgs. 14 y 15

primario hasta el secundario de la educación formal; cada local educativo alberga en un promedio de 1 a 3 unidades educativas.

En cuanto a la educación superior universitaria, para que los estudiantes puedan continuar estudios superiores dentro la educación formal, El Alto cuenta con predios destinada a la educación técnica-universitaria pública, administrada por el Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana y tres unidades académicas de universidades privadas.

UNIVERSIDAD	UBICACIÓN	DISTRITO
Universidad mayor de San Andrés	Villa Esperanza	5
Universidad Salesiana de Bolivia	1° de Mayo	3
Universidad Franz Tamayo	12 de Octubre	1
Universidad Santo Tomás	Av. 6 de Marzo	1
Universidad Tecnológica Boliviana	16 de Julio	6

Fuente: Comisión de lucha contra la Pobreza, Plan de ordenamiento urbano/2000, G. M. de El Alto.

Respecto a las unidades educativas dispuestas para la educación de adultos, que también funcionan en los locales mencionados, suman un total de 21, de los cuales 4 están dedicados a otorgar conocimientos básicos de aprendizaje (IBA's), 10 Centros Integrados que se dedican a formar y mejorar habilidades manuales, y 7 Centros de Educación Media de Adultos (CEMAS's) dedicados a complementar la educación secundaria de quienes dejaron o continúan estudios del nivel primario.

Entre las unidades educativas que prestan servicios en educación técnica NO universitaria, se encuentra el Instituto Nacional de Formación y Capacitación Productiva (INFOCAL), institución dependiente de la empresa privada, dedicada a la capacitación y formación de mano de obra calificada, junto a ellas existen 9 institutos, todos ubicados en el Distrito 1 CEFI, Instituto Berlin, Instituto Técnico Automotriz Bolivia, Centro de Formación Integral, Instituto de Formación Comercial América, Instituto de prótesis Dental South American, Instituto ATSIH y por último Instituto San Pablo.

Es en este sentido Carlos Toranzo Roca señala que la capacitación está dirigida a adultos y jóvenes, quienes se integrarán, en un futuro, al mercado laboral⁹.

La transición a la democracia, la crisis del Estado-Nación, la globalización de la economía, el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la crisis de las instituciones políticas, son fenómenos que obligan a redefinir el papel de la educación en la sociedad y, más específicamente, en la formación del ciudadano. El rol de la educación en este contexto, en el proceso de socialización se hace importante, ya que la escuela puede llegar a ser la institución socializadora del futuro y el formar a las generaciones futuras exigirá otro diseño institucional.

La educación actual adquiere entonces una transversalidad para articular valores tradicionales y modernos, como la solidaridad y la creatividad, para articular la política con la ciudadanía y el conocimiento con la productividad. La educación actual se convierte en el principal eje dinamizador de los procesos de desarrollo, sin embargo, la educación moderna no es sólo aquella que enseña a leer y a escribir, a contar, a calcular y a comunicarse, sino aquella que refleja los cambios y transformaciones de la sociedad.

Los factores transversales de la educación moderna son aquellos que fortalecen las capacidades que requiere el desempeño de un ciudadano actual. Desde esta percepción, los temas transversales de la educación moderna aparecen como un instrumento multidimensional que la define tanto como conocimientos como capacidades. Esta educación tiene que hacer valorizar entre otros factores, la puntualidad, la solidaridad, la responsabilidad, la creatividad, el civismo, la lealtad, el dominio de la lengua materna, el manejo de computadores y el liderazgo.¹⁰

Un 75% de los bolivianos promocionados por el sistema educativo regular, no cuenta con formación ocupacional porque no hay un sistema de la preparación técnica o de

⁹ Idem Pag. 225

¹⁰ Laserna, Morales y Gomez. "Mundos Urbanos". En: Cuadernos de Futuro N°9 .P.120 y 121

perfeccionamiento para el sector moderno de la economía, por lo cual su única opción es la de trabajar como obreros no calificados en pequeñas empresas marginales. Además de ser empleos inestables, están mal pagados, puesto que en la mayoría de los casos se trata de organizaciones familiares o pequeños talleres artesanales donde deban comenzar por aprender un oficio.

Población Ocupada de El Alto y Capitales Según Categoría Ocupacional 1997

DESCRIPCIÓN	Ciudad EL ALTO	%	Ciudad LA PAZ	%	Ciudades Capitales	%
Población Total	203.617	100.0	304.083	100.0	1.339.873	100.0
• Peón o Obrero	30.666	15.0	28.852	9.5	186.219	13.9
• Empleado	44.562	21.8	115.419	38.0	447.385	13.9
• Trabajador Cta.propia	101.325	49.8	96.278	31.7	451.023	33.7
• Patrón, Empleador, Soc.	6.314	3.1	19.734	6.5	93.159	7.0
• Trabajador Familiar.	18.472	9.1	22.620	7.4	96.332	7.1
• Profesional Independiente.	000		3.080	1.0	13.448	1.0
• Socio Cooperativista						
• Empleado(a) del Hogar	482	0.2	000		636	
	1.796	1.0	18.100	5.9	51.671	3.9

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo III (Noviembre 1997) INE 1999.

Hoy en día es necesario generar un proceso educativo destinado a completar el desarrollo integral desde los 15 años para quienes no tuvieron acceso a la educación formal, estableciendo criterios de acuerdo a su medio, donde vive la enorme mayoría de los microempresarios, en la ciudad de El Alto en una primera fase, que luego podría extenderse a la ciudad de La Paz y a otras ciudades del país.

En la actualidad, para superar esa situación deficitaria del sistema educativo técnico, se impulsan diversas acciones que empezaron con la reforma de la Constitución Política del Estado en 1994, la Ley de Ministerios del mismo año, la Ley de Participación Popular, la Ley de Reforma Educativa, y el Decreto Reglamentario sobre los órganos de participación popular, la organización curricular, la estructura administrativa curricular y la estructura de servicios técnico-pedagógicos, de 1995.¹¹

I.1.5.2 La capacitación laboral a los microempresarios de El Alto

El problema de la población radica en la generación de oportunidades de empleo implica habilidad y calificación, es decir, cuadros técnicos con un nivel de calificación medianamente buena.¹²

Actualmente se observa la presencia predominante del sector informal en la contribución a la creación de empleos de baja calificación y productividad, lo que surge bajo la influencia del proceso de terciarización de la economía y se manifiesta en el ensanchamiento de la base laboral en el comercio y servicios, bajo la modalidad del denominado autoempleo, que es una de las características del mercado de trabajo de esta ciudad. Entonces vemos que la responsabilidad de la generación de empleo se ha desplazado ahora a emprendimientos empresariales correspondientes más a una lógica de subsistencia que a la de acumulación.

Las dificultades estructurales de estos tiempos de crisis impiden transformar la base tecnológica y productiva y, en consecuencia, ampliar la base generadora de empleo formal,

¹¹ Bolivia. *Gaceta Oficial de Bolivia*. Tomos XXX y XXXIV .

¹² Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza. *El impacto de la capacitación técnica en mujeres del Municipio de El Alto*. P.25

desplazándose ésta, en los hechos, a la iniciativa privada de pequeñas unidades que tienen escasos recursos de capital y tecnología.¹³

Datos referidos al sector artesanal y microindustrial alteño, indican que 52% de las personas se encuentran en este sector, el 51.98% de la PEA, y además, que más del 50% de la población se dedica a la actividad productiva de la artesanía y a la microempresa.

Los rubros más importantes a los que se dedica la microempresa alteña son, en orden de importancia: confección en tela, tejido de punto, confección en cuero, carpintería, barracas, metalmecánica y aserraderos, fabricación de calzados y artesanía en yeso.¹⁴

La incorporación laboral de las mujeres tiene estrecha relación con el grado de instrucción. A menos años de escolarización, junto al rendimiento y la calidad de escolaridad, presentan menores probabilidades de participar en la fuerza laboral remunerada y, cuando lo logran, se insertan generalmente, en sectores de baja remuneración, como el sector informal, especialmente en el pequeño comercio.¹⁵

Estudios efectuados en el país y en otros países de América Latina, dan cuenta de que las familias de más altos ingresos se diferencian de las demás por el nivel educativo de los jefes de hogar, su tipo de ocupación y su ubicación urbana. Es decir, la educación se considera como una variable importante de medición de la calidad de vida, pero además de este uso instrumental analítico, se convierte en uno de los aspectos prioritarios de los procesos de desarrollo.

Los sistemas educativos actuales expresan una condición de debilidad, con un acceso profundamente diferenciado y desigual, privilegiando las zonas urbanas frente a las zonas rurales, la educación privada frente a la fiscal. El resultado de esto es una educación profundamente estratificada y desigual, que tiende a reproducir a su vez las desigualdades en

¹³ Ibid.P.33 y 34

¹⁴ Rossell, Pablo y Rojas Bruno. *Ser productor en El Alto*.

¹⁵ CPMGA. Ob.cit. P.44

el acceso a ingresos y oportunidades de empleo. Así, el ingreso y el estrato ocupacional se encuentran en estrecha relación con el grado de instrucción, a mayor nivel de instrucción existen mayores posibilidades de un mayor ingreso. Los ingresos más altos de la población ocupada, se encuentran en el estrato más alto, el de la formación universitaria, continúa la enseñanza técnica y la normal, para ir en descenso de acuerdo al nivel de instrucción.¹⁶

Si bien la mayoría de las posibilidades de capacitación laboral son restringidas y tienden a optimizar su desempeño en actividades económicas que son extensión de los roles informales, ámbito en los cuales adquieren mayor habilitación, existen programas de capacitación y formación profesional privados y públicos, con vinculación directa a las actividades productivas y orientados con preferencia a la reconversión de competencias técnica de los trabajadores y a la elevación permanente de las calificaciones profesionales en un sentido de polivalencia.

También existen sistemas de intermediación e información sobre las oportunidades del mercado de trabajo y de las ofertas de capacitación, las cuales no son fácilmente accesibles a la PEA de El Alto, ya sea por desconocimiento de ello o bien por carencia de la capacidad de uso de las mismas.¹⁷

En la actualidad, los trabajadores necesitan adquirir los conocimientos que les permitan ejecutar diversas operaciones de una o varias fases en el proceso productivo y controlar la calidad del producto. Para ello es necesario señalar el carácter y el contenido de la capacitación a fin de crear un clima de mayor confianza, comunicación y alentar las expectativas de los trabajadores, lo que lleva a buscar una formación más amplia que facilite el cambio. La nueva cultura productiva de las empresas requiere:

¹⁶ Ibid. P.49

¹⁷ Campero,G., Grossmann,B., García L.,A y Saavedra, J.J. "*Culturas obreras y empresariales*". En: Cuaderno de Futuro N°6. P.20 y 21

- Conocimientos y habilidades
- Ventas y situación de la empresa en el mercado
- Productividad y volumen producido
- Objetivos de la empresa¹⁸

I.1.5.3 Características generales de los microempresarios en El Alto

La ciudad de El Alto está ubicada a una altura de 4.000 metros sobre el nivel del mar, su suelo presenta fallas geológicas y tiene numerosos ríos subterráneos, por lo cual existen riesgos de sismos y deslizamientos de tierra¹⁹. Su topografía es plana con suaves ondulaciones. El clima es seco y frío, con una temperatura promedio de 10° C. Su vegetación es de pasturas andinas.

Con una población cercana a los 570 mil habitantes, esta joven ciudad está asociada en todos los aspectos de su vida socio-económica a la ciudad de La Paz. Su población está conformada básicamente por inmigrantes aymaras. Este municipio se encuentra en el Altiplano, limitando al noroeste con la Provincia Los Andes, al este con la ciudad de La Paz, al sur con la Provincia Ingavi y al sur este con el Municipio de Achocalla.

La ciudad de El Alto fue reconocida oficialmente como tal el 1° de octubre de 1988, a través de la ley 651, aunque ya desde 1985 era un municipio independiente. Esta hoy populosa ciudad fue inicialmente parte de la jurisdicción de La Paz y las tierras en que se asientan eran propiedad de un pequeño grupo de hacendados, quienes empezaron a urbanizar la zona en la década de los 40, aunque los asentamientos humanos se produjeron con más fuerza después de 1952²⁰

¹⁸ Ibid. P.43

¹⁹ Rossell, Pablo. *Diagnóstico Socioeconómico de El Alto; Distritos 5 y 6.* P. 7

²⁰ Idem.

Debido a la presencia del Aeropuerto de El Alto que se inserto en el medio del área urbana, la ciudad se divide en tres zonas más o menos bien definidas: La zona norte, la zona central y la zona sur. La zona norte se caracteriza por estar poblada principalmente por inmigrantes de origen rural²¹, y esta muy ligadas a las provincias altiplánicas de La Paz; en la zona central más favorecida con la cobertura de servicios, se ha acomodado mayoritariamente una población extraída de la clase media urbana (principalmente, gente venida de la ciudad de La Paz); La zona sur está poblada por una gran cantidad de inmigrantes que provienen de fuera del departamento (Oruro, Cochabamba, Potosí). Esta división de la ciudad se expresa también de la actividad económica preponderante: en la zona norte se concentra, principalmente, la actividad comercial minorista, y la actividad artesanal; en la zona central se concentra el comercio de mediana y gran escala, la administración pública, el sector financiero y las oficinas de servicios; y en la zona sur, se encuentra una parte importante de la gran industria.²²

El documento "Diagnostico 2000 Distrito 5" realizado por OXFAM GB y la Institución de Red Hábitat, Proyecto de Fortalecimiento de la Participación y Organización Vecinal en el distrito 5 de la Ciudad de El Alto, nos proporciona datos muy ilustrativos para ver la distribución por distritos en El Alto:²³

El Distrito No 1, comprenden los barrios principales 12 de Octubre, Villa Dolores, Ciudad Satélite, Santiago Primero, Villa Tejada, Villa Exaltación. En 1992 la población es de 90.745 habitantes, para el 2000 se estima en 164.045 habitantes y cuenta con 27 barrios. Es el sector más antiguo con casi 60 años de existencia, es el más poblado en El Alto. El Distrito no 2 tiene los barrios principales Villa Bolívar, Santiago II, Nuevos Horizontes, El Porvenir, Urb. Copacabana, Urb. Mercedario. Su población en 1992 era de 53.862 habitantes. Y con 70 barrios. El Distrito No 3 con sus barrios principales Villa Bolívar C, Villa Adela, Cosmos

²¹ Ibid. P.7

²² Ibid. P.8

²³ OXFAM GB. *Diagnóstico 2000, Distrito 5*. P. 44, 45 y 46

79, Villa Alemania, etc., y una población en el 92 de 70.514 habitantes. **El Distrito No 4**, los barrios principales Rió Seco, Juana Azurduy de Padilla, Bautista Saavedra, Villa Tunari, con una población en el año 1992, es de 50.341 habitantes, con 97 barrios. **El Distrito No 5**, sus principales barrios son Villa esperanza, Tupak Katari, Huayna Potosí, Germán Busch, Villa Cooperativa e Ingenio, con una población en el año 1992 de 50.134 habitantes, con 46 barrios. **El Distrito No 6**, sus barrios principales son, 16 de Julio, Alto Lima, Ballivián, Los Andes, Villa Ballivián. Con una población en el año 1992, de 89.896 habitantes, tiene 19 barrios. Es el mayor sector comercial de El Alto. **El Distrito No 7**, es el sector en transición entre lo urbano y rural comprende las comunidades de la cuarta sección de la Provincia Murillo.

Es innegable que la urbanización se desarrolla sobre todo mediante la concentración poblacional en los centros urbanos grande. Sólo los cuatro centros mayores (La Paz, El Alto, Santa Cruz y Cochabamba) representan casi el 60% de toda la población urbana del país y más de un tercio de la población nacional.²⁴

Así El Alto fue creciendo, en gran medida, como efecto del desplazamiento de la población, inicialmente de la ciudad de La Paz y posteriormente del interior, pero especialmente del área rural del propio departamento de La Paz.²⁵ En el siguiente cuadro podemos ver la evolución del crecimiento poblacional de El Alto:

Evolución de la población de El Alto

Año	Población	Tasa de crecimiento
1950	11.000	---
1976	95.434	8.7%
1985	223.239	9.9%
1987	356.514	26.4%
1992	405.492	2.6%
1997	570.000	7.0%

Fuente: Sandoval y Sostres, 1989²⁶

²⁴ Laserna, R., Morales, R. y Gomez, G. "Mundos urbanos". En: Cuaderno de Futuro N°9. P.21

²⁵ Rossell, P. Ob.cit. P.

²⁶ Citado por Rossel, Pablo: Diagnóstico Socioeconómico de El Alto; Distrito 5 y 6

Correlacionando los datos poblacionales con los años respectivos, podemos interpretar los acontecimientos que han originado esa creciente presión migratoria para El Alto: la crisis económica campesina del occidente boliviano, causada por el crecimiento demográfico en suelos con cada vez menores rendimientos y parcelas cada vez más pequeñas; por los desastres naturales que afectaron a la región a principios de la década de los 80; la relocalización de miles de trabajadores mineros de la estatal COMIBOL, como parte de las medidas de ajuste estructural a mediados de los años 80, las que se aplicaron como respuesta a la crisis de la deuda y a la caída de los precios internacionales del estaño, el mayor rubro de exportación del país hasta entonces

Estos acontecimientos obligaron a muchos mineros despedidos y campesinos pobres a abandonar sus lugares de origen y trasladarse a la ciudad de El Alto, que por su proximidad con la sede de gobierno fue una de las urbes que más cantidad de inmigrantes recibió en ese periodo. El contexto en que se desenvuelve la población productiva de El Alto, los protagonistas del movimiento económico y social de esta ciudad, se caracteriza por el gran peso del sector informal de la economía.

Siguen llegando cantidades de inmigrantes buscando oportunidades para tener una salida a su extrema pobreza. Estos procesos económicos sociales han determinado que El Alto crezca de manera caótica y descontrolada, puesto que la ciudad no estaba preparada para un aumento de población semejante²⁷.

Sin embargo, la presión migratoria y el crecimiento natural de la población pueden a veces, más que la voluntad y el tesón de la gente por hacerse un lugar para vivir: el déficit habitacional, para 1995 se estimó en 20.000 viviendas (22% del parque habitacional existente) y el requerimiento anual de nuevas viviendas se acerca a las 8.000²⁸. UNICEF estima que sólo

²⁷ Ibid .P.8

²⁸ UNICEF. *Bases para un plan de emergencia de lucha contra la pobreza en la ciudad de El Alto, 1997.*

el 34% de la población tiene acceso a todos los servicios, incluyendo calles empedradas o asfaltadas, servicio de basura y teléfono público.

La ciudad de El Alto ha logrado desarrollar numerosas actividades industriales y comerciales propias. La feria semanal en la zona 16 de julio y su centro comercial la Ceja, concentra una variada oferta de productos.

Su producción artesanal, el crecimiento de sus pequeñas industrias y la presencia de numerosas organizaciones de acción social, promueven oportunidades de trabajo para los migrantes que llegan de las zonas rurales del departamento, transformándolo en un centro de atracción para los pobres y desocupados del país.

El Aeropuerto Internacional de El Alto, junto a la Zona Franca, los recintos de la Aduana y algunas instituciones militares, generan diversas actividades de servicios colaterales. En el área rural del municipio se desarrollan algunas actividades agropecuarias en pequeña escala. El centro minero de Milluni atestigua la importancia que tuvo en otros tiempos la actividad minera en el municipio.

El Alto es una de las ciudades con los más altos índices de pobreza. La incidencia de pobreza es del 73 % mientras la vecina ciudad de La Paz registra una incidencia de pobreza muy inferior: 44.72 %, el 85 % de las viviendas tienen servicio de agua y el 83% tiene electricidad, pero sólo el 20% tiene alcantarillado y el 33% tiene instalación sanitaria.

En El Alto, la población analfabeta en 1988 se estimaba en un 40% del total, siendo muy superior el índice en mujeres que en varones y sólo el 25% de los estudiantes alcanzaba el bachillerato²⁹, su población es bilingüe castellano – aymara.

Con relación a la educación técnica, la ciudad de El Alto no cuenta con una propuesta educativa capaz de otorgar alternativas laborales. A este problema se adiciona la falta de una efectiva supervisión, seguimiento y evaluación de estas instituciones, al no existir políticas

²⁹ Sandoval y Sostres, *SURPO*. 1988

explícitas en este campo, sino sólo el reconocimiento y el consenso de parte de la población sobre la prioridad de tener una calificación técnica.³⁰

Las demandas referidas a capacitación y educación tienen principalmente tres ejes centrales: capacitación en área técnica, que es un área de demandas muy fuertes entre las organizaciones de mujeres y artesanos; capacitación y educación específicas en temas de género.³¹

Las principales potencialidades de El Alto son sus inicios industriales, sus actividades comerciales, sus actividades artesanales y los servicios relacionados con su rápido crecimiento urbano. Los datos nos revelan que en El Alto, es el comercio al por menor la actividad económica más importante, puesto que allí se encuentra el 31% del personal empleado en los establecimientos en toda la ciudad. Otro sector económicamente importante en El Alto es la fabricación de alimentos y bebidas, de productos textiles y los restaurantes. Estas actividades concentran aproximadamente el 75% del personal empleado en los establecimientos alteños, el 68% en la manufactura.³²

La importancia del sector informal como generador de empleo, por un lado y de la participación de las mujeres en el comercio por cuenta propia, por otro, parece haber crecido en el tiempo. Según Sandoval³³, la proporción de la PEA que trabajan por cuenta propia es del 52%, el 39% de los trabajadores por cuenta propia son mujeres y el 48% de la PEA femenina se encuentra en el comercio informal, por lo tanto se afirma que el sector informal se ha convertido en una importante alternativa para que las mujeres complementen e incluso, en muchos casos, sustituyan los ingresos de los esposos.

³⁰ HAEA. *Plan de Desarrollo Municipal de El Alto, 2000.*

³¹ Rossell, P. Ob. cit. P. 27

³² Rossell, P. *Identificación de Vocaciones Productivas en El Alto: Distritos 5 y 6.* P. 14

³³ Sandoval, Godofredo y otros. *La ciudad prometida.* P. 46

Evolución de la PEA por sector del mercado de trabajo en El Alto

Sector del mercado de trabajo	1989	1992	1995
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%
FORMAL	32,7%	33,8%	25,0%
Estatal	11,9%	14,6%	9,6%
Empresarial	20,8%	19,2%	15,4%
INFORMAL	64,6%	64,6%	73,5%
Semiempresarial	10,7%	20,0%	16,8%
Familiar	53,9%	44,1%	56,8%
DOMESTICO	2,7%	2,2%	1,5%

Fuente: INE, CNPV 92

Ahora bien, este panorama refleja, por un lado las consecuencias de la política económica imperante en los periodos 1989-1992 y 1992-1997, por otro lado el desempeño general de la economía.

En El Alto hay cada vez menos trabajadores asalariados, es decir, menos trabajadores cubiertos con los beneficios de la Ley General del Trabajo, por lo cual hay más inestabilidad en el empleo. Por lo tanto, el sector informal es el que ha dinamizado el mercado de trabajo en la actividad productiva: cada vez más hay trabajadores por cuenta propia y más trabajadores familiares en manufactura ³⁴

Si bien El Alto se caracteriza por una gran actividad productiva empresarial, microempresarial y artesanal, presenta además una fuerte dinámica comercial, actividades que se desarrollan en torno a la estructura vial que permite un fácil acceso e interrelación departamental e internacional para la importación de sus insumos y la comercialización de sus productos.

³⁴ Rossell, P. *Diagnóstico Socioeconómico de El Alto; Distrito 5 y 6* P. 14 y 15

La producción microempresarial y artesanal se caracteriza por la elaboración de una diversidad de productos que le ha dado a esta ciudad una interesante dinámica económica, la que ha ido creciendo conjuntamente con la ciudad. Esta dinámica económica es una potencialidad de la ciudad, producto de la creatividad de sus pobladores, los cuales para poder sobrevivir establecen microempresas de carácter familiar, las que ayudan a paliar la carencia de empleo en este municipio.

Según Javier Fernández³⁵, se observa en esta ciudad una predominancia de trabajadores por cuenta propia (artesanales y microempresariales) y otros dedicados a la actividad comercial. Estos actores económicos tienen altos grados de productividad que no son aprovechados por el municipio de manera adecuada. Si no por el contrario, sufren una serie de obstáculos burocráticos y administrativos y no cuentan con ningún tipo de apoyo estatal o municipal que pueda orientar estas vocaciones productivas.

La situación de El Alto se agravó a partir de los cambios en la política socioeconómica de Bolivia de 1985, aspecto que ha ocasionado una serie de modificaciones en la estructura socioeconómica.

Uno de estos hechos es el incremento del deterioro económico de la ciudad, lo cual ha ocasionado un aumento de los índices de la pobreza, que se demuestran en el incremento del desempleo y el subempleo y en la reducción de los escasos ingresos en la economía familiar. Este hecho evidencia en los niveles de pobreza existente en esta ciudad, que en la actualidad alcanza en 72.9 por ciento de la población en general y un 79.5 por ciento cuando se hace a la referencia a los hogares.

Esto genera sobreoferta de mano de obra no calificada, generando cordones de subempleo y desempleo masivo, un insuficiente mercado laboral en el sector formal de la economía, producto de la falta de capacidad de generación de empleo, provocando un desempleo masivo apenas absorbido por el comercio informal. Estos cambios en la política económica han provocado un aceleramiento del crecimiento de esta ciudad, producto del

³⁵ Fernández Espejo, Javier. *Estrategias de Movilidad Social en el Municipio de El Alto*. P.21.

abandono de las ciudades intermedias y despoblamiento del área rural, lo cual ha ocasionado que se ahonden las dificultades económicas de sus pobladores y que se produzcan procesos de desintegración social como efecto de la internacionalización de una lógica de mercado que instiga a los sujetos a desenvolverse de manera egoísta frente a un entorno desfavorable.³⁶

En esta era, ser competitivo depende cada vez más de la capacidad para producir conocimientos y procesar información. Las economías más exitosas son las que pueden lograr una mayor velocidad y eficacia informacional entre el descubrimiento científico, el procesamiento industrial, la comercialización y la venta de los productos.³⁷ Una de las preocupaciones más importantes cuando se analiza la globalización se refiere no sólo al futuro, sino a la viabilidad misma de las pequeñas y medianas economías campesinas e informales urbanas en este acelerado proceso de cambio.

Esta preocupación se ve además reforzada por la actual importancia de este tipo de economías como generadoras de trabajo e ingresos para grupos sociales mayoritarios en el país. Más aún, estos sectores caracterizados hoy por sus bajos niveles de productividad, sus capacidades limitadas de uso de los avances tecnológicos, su poco acceso a la información y al crédito, parecerían ser a priori quienes tienen menos posibilidades de aprovechar los chances de la inserción del país en redes económicas globales.

El acceso a nuevos mercados mediante la inserción en redes de actividades económicas nacionales y transnacionales o a través del aprovechamiento de ciertos segmentos del mercado, donde los pequeños productores bolivianos tienen mayores ventajas comparativas, una mayor disponibilidad y desarrollo de redes de comunicación y la consiguiente reducción del costo que implica el acceso a información sobre mercados y oportunidades de negocios.

Como hemos ya señalado y los diferentes autores también lo consideran, el sector microempresarial se ha constituido en la fuente de generación de empleos más importante del

³⁶ Ibid. P.24 y 25

³⁷ Calderón, Fernando. "*Sociedad y Globalización*". En: Cuadernos de Futuro N°1. P.65.

país. Tomando los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el sector microempresarial urbano ocupa alrededor de 800.000 personas y que en las zonas rurales se encuentra un elevado número de empresas de tamaño micro y pequeño que ocupan a más de un millón de personas, agregando dichas cifras se deduce que el sector microempresarial da empleo al 59% del total de la Población Económicamente Activa (PEA), es decir a un 63% de la PEA urbana y un 56% de la PEA rural, como se aprecia en el siguiente cuadro.³⁸

BOLIVIA. Personas Ocupadas en el Sector Microempresarial

(Datos de 1995)

	Número de Personas	% de la población ocupadas de las respectivas áreas
Microempresa Urbana	791.642	63, 0%
Microempresa Rural	1.063.337	55. 8%
Total	1.854.979	58. 7%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Otras fuentes estiman, además, que el empleo en el sector microempresarial ha crecido a un índice anual del 12%, muy por encima del promedio en otros sectores de la economía, y según CEDLA, en la última década, el 90% del empleo urbano fue generado por la microempresa.

Por otro lado, en 1992 se incluyeron en la ronda anual de la Encuesta Integrada de Hogares algunas preguntas relativas al acceso de la PEA a la capacitación. En efecto, los resultados señalan que un 20% del sector de los profesionales, empleados calificados y patrones accedieron servicios de capacitación, mientras que los obreros y los trabajadores por cuenta propia tienen una escasa participación en el acceso a esos servicios para ese año.³⁹

³⁸ BID/1020/SF-BO, 2000. P.3

³⁹ Idem.

De acuerdo con información suministrada por la Corporación de Instituciones de APOYO Empresarial – CIPAME – entre La Paz y El Alto se encuentran unas 183.030 microempresas, de las cuales un 80% son del tipo familiar y el 20% restante son del tipo semiempresarial.

De acuerdo con el criterio de CIPAME al establecer que en la ciudad de El Alto se concentra un 60% de las unidades económicas.

Diferentes fuentes identifican a El Alto como una ciudad receptora de las migraciones del campo a la ciudad, lo cual se ha incrementado con las migraciones internas vividas por Bolivia en la última década. Entonces resulta la microempresa siendo la receptora de esta mano de obra recién llegada a esta ciudad, la cual llega a la misma con calificaciones laborales diferentes a las del ámbito urbano y con muy pocas habilidades y destrezas que le permita a esta población incorporarse efectivamente al mercado de trabajo.

1.1.5.4 Selección del grupo de los microempresarios observados en El Alto

Sobre la base del análisis realizado del panorama general de la microempresa en la ciudad de El Alto, hemos establecido como la unidad de observación en que se basó el estudio cuatro zonas: 16 de Julio, Alto Lima, Río Seco y la Ceja, las que representan un movimiento económico y social importante en dicha ciudad. El universo de microempresas observadas está conformado por dos ramas de actividad, **la confección** (telas, tejidos y cueros) y **la carpintería** (en madera y metálica), las que tienen una amplia representatividad en las zonas seleccionadas, presentando 480 unidades productivas en estas ramas accesibles.

La zona de La Ceja se caracteriza por un importante movimiento económico comercial, vale decir, que el comercio representa en ella un porcentaje del 70%, mientras que un 30% corresponde al sector de la producción artesanal.

La Ceja es un verdadero nodo de interrelación entre la ciudad de La Paz y todos los distritos del El Alto, pues sus principales vías confluyen hacia allí, por ello La Ceja llegó a constituirse en el centro de El Alto donde se ubican los edificios institucionales y comerciales, construcciones de 3 a 5 plantas, que generan diferentes actividades provocando

aglomeraciones en calles y espacios públicos de los cuales a su vez están ocupados por el comercio callejero y las paradas de minibuses y colectivos, saturando el tránsito vehicular y peatonal. La Ceja pertenece al distrito 1, teniendo una población 90.745 habitantes según censo de 1992.⁴⁰

La zona de la 16 de Julio se caracteriza por su centro comercial, la feria 16 de Julio, que se lleva a cabo los jueves y domingos; según estudios realizados, es la segunda feria comercial más grande del país, siendo la primera la de la ciudad de Santa Cruz. La relevancia de la feria 16 de Julio consiste en que genera un movimiento económico de más de 1 millón de dólares los días jueves y domingos. La concentración de la confección artesanal en esta zona es de un 60%, y la actividad comercial está concentrada en un 40%.

Esta zona esta en el distrito 6, teniendo una población de 89.986 según censo de 1992.⁴¹ Según los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda de 1992, la zona 16 de julio cuenta con 19.441 habitantes, de los cuales el 49.3% son hombres y el 50.7% mujeres.⁴²

La población esta formada sobre todo por migrantes aymaras campesinos de distintas generaciones y con distintos grados de inserción urbana. Prácticamente la mayor parte son del altiplano y es la zona más poblada de El Alto.

La zona de 16 de julio es el centro fundamental de la actividad económica de El Alto. La población esta ocupada fundamentalmente en la industria manufacturera y el comercio. La mayor parte de la población femenina trabaja por cuenta propia. La industria manufacturera con el 24.2% y el comercio por mayor y menor con 21.6% según datos del INE⁴³

La zona de Alto Lima es la de mayor concentración de actividad productiva artesanal con un 80%, mientras que la actividad comercial representa sólo un 20% Esta zona está

⁴⁰ OXFAM. Ob.cit. p.44

⁴¹ Ibid. P.46

⁴² PDM. *Diagnóstico Participativo del Distrito 6 de la Ciudad de El Alto*. P.83

⁴³ Ibid . P.89 y 90

poblada eminentemente por emigrantes de las provincias aledañas a la ciudad. Estos productores realizan la comercialización en El Alto, en todas sus ferias diarias o semanales y también en la ciudad de La Paz, en ferias como la Tumusla, la Graneros y en las mañaneras⁴⁴ y otras. Asimismo, mandan sus productos al interior del país y también fuera del país, a través de las fronteras sur y oeste. También pertenecen al distrito 6.

Esta zona comprende tres secciones; primera sección, segunda sección y tercera sección, según el informe de la junta de vecinos en la primera sección tiene una población aproximadamente de 20.000 habitantes, en la segunda sección tiene 12.000 habitantes, y en la tercera sección tienen 11.000 habitantes.

Estas zonas tienen una potencialidad de trabajos artesanales, en especial en tejidos como también mueblerías o carpinterías y se percibe una falta de capacitación y de cualificación técnica para desarrollar sus respectivas actividades económicas. Existen grupos de mujeres y varones que trabajan en alpaca y carpintería ligadas a los centros de la zona como Pachamama y Señor de mayo.

Por último, la Zona de Río seco, la que concentra la actividad de la producción artesanal en un 60%, por otro lado la actividad comercial en un 40%.⁴⁵

Esta zona está ubicada en el distrito 4, detrás de aeropuerto, es una zona que está en proceso de consolidación. La mayor parte de sus barrios son del altiplano teniendo una población aproximadamente de 9.000 habitantes según datos de la junta de vecinos.

En síntesis, las zonas de la 16 de Julio y la zona de la Ceja se encuentran las mayores actividades económicas comerciales de El Alto y las zonas de Río Seco, de Alto Lima son por excelencia artesanos productores. Estas zonas son las más antiguas.

⁴⁴ Se denominan mañaneras a las ferias que se realizan entre las 5:00 y las 7:00 hrs. a.m., en las que se vende ropas al por mayor

⁴⁵ Debemos hacer notas que la información acerca de la producción de las zonas consideradas ha sido proporcionada gentilmente por las respectivas agencias del Banco Sol en las mismas.

Por lo tanto, son zonas que le dan un importante movimiento económico y social a la ciudad de El Alto, dentro el universo del estudio de las ramas de actividad en lo que concierne a la confección o trabajo productivo artesanal y a la carpintería, objeto de estudio, tiene su amplia representatividad en dichas zonas, teniendo en números de talleres 480 unidades productivas en estas ramas.

Relación de empresas de la ciudad de El Alto, en porcentajes (%)

Distrito	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
1	32	31	44	15
2	10	22	25	37
3	8	9	8	19
4	10	8	13	7
5	9	7	4	11
6	30	23	4	11

Fuente: Expediente Urbano, 1999 (Diagnostico municipal consolidado El Alto 2000,p 8)

I.2 Metodología

I.2.1 Tipo de investigación realizada

La presente investigación no pretende realizar una explicación de la situación de los microempresarios de El Alto, ni siquiera asociar la variable capacitación con los resultados que puedan lograrse de su implementación, lo cual sería posible de realizar en una posterior investigación, sino que ha tenido un carácter simplemente **exploratorio** puesto que se ha realizado a fin de preparar el terreno para sugerir una propuesta, la capacitación radiofónica, según sus necesidades.

Así mismo puede considerarse a esta investigación como **descriptiva**⁴⁶ de las características sociales y productivas del grupo delimitado a fin de establecer sus requerimientos en cuanto a necesidades de capacitación para fundamentar la implementación un programa radiofónico acorde a sus intereses, pudiéndose realizar posteriormente un nuevo nivel de investigación, entonces asociativa, a fin de constatar resultados obtenidos.

"...Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes..."⁴⁷

"... Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación mas completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos y variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones. Esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en investigaciones donde hay poca información. En este caso el investigador elige una serie de conceptos a medir que también se denominaran variables y que se refieren a conceptos que pueden adquirir diversos valores y medirse. Los mide y los resultados le sirven para **describir** el fenómeno de interés..."⁴⁸

Pensamos que luego de un tiempo suficiente y adecuado de difusión de un programa de capacitación, podría realizarse una evaluación a través de una investigación asociativa, relacionando la capacitación con el mejoramiento de su producción y comercialización y por ende de sus condiciones de vida, lo cual es una hipótesis posterior.

⁴⁶ Hernández, Sampieri y otros, "Metodología de la Investigación" Pag. 58,59 y 60.

⁴⁷ Idem

⁴⁸ Hernández, Sampieri y otros, "Metodología de la Investigación" Pag. 58,59 y 60.

A tal fin se establecieron técnicas de observación sistemática que permitan captar las necesidades reales de estos microempresarios, así como sus preferencias acerca de un programa de capacitación. Para ello partimos de una hipótesis descriptiva simple que nos guíe la observación.

1.2.2 Hipótesis de la investigación descriptiva

Los microempresarios de los sectores de carpinteros y confeccionistas delimitados desarrollan su trabajo en precarias condiciones de producción y de administración de sus talleres y tienen pocas posibilidades de asistir a cursos presenciales de capacitación.

1.2.2.1 Operacionalización de las variables

Unidad de observación: *Los microempresarios de los sectores de carpintería y confecciones delimitados.*

Variable descriptiva: *desarrollan su trabajo en precarias condiciones de producción y de administración de sus talleres y tienen pocas posibilidades de asistir a cursos presenciales de capacitación.*

Esta **variable descriptiva** la hemos desglosado en el Perfil respectivo para poder observar los aspectos indicados a través de técnicas apropiadas. Así, dicha variable ha dado lugar a la identificación de indicadores tales como:

- 1- Características sociales del grupo meta de la propuesta.
- 2- Características de la producción de los talleres.
- 3- Características de la comercialización de sus productos.
- 4- Niveles de instrucción y capacitación técnica logrados.
- 5- Requerimientos de capacitación en su rama de actividad.

6- Preferencias de medios comunicacionales y horarios para recibir capacitación.

En base a estos indicadores hemos elaborado el cuestionario, tanto de la encuesta como de las entrevistas, los que nos permitieron recabar la información necesaria para mostrar la situación socio-productiva y el nivel de capacitación de los observados a fin de poder luego sustentar una propuesta para la acción.

I.2.3 Diseño de la investigación

El diseño con que fue elaborada esta investigación es **no experimental**, puesto que la variable considerada ha sido solamente descrita a partir de la observación realizada mediante las técnicas cuali y cuantitativas que se especifican en el siguiente inciso.

En cuanto a su **delimitación temporal**, la exploración del objeto de estudio ya delimitado espacialmente, se realizó durante el transcurso del año 2001, en los meses de abril, mayo y junio, en la zonas señaladas anteriormente de la ciudad de El Alto.

I.2.4 Alcances y límites

Los alcances de la presente investigación han sido lograr conocimientos descriptivos tales que permitan comprender la situación tanto de trabajo como de necesidades de mejoramiento en su producción laboral a fin de poder delinear recomendaciones factibles acerca del mejoramiento de los programas de capacitación para este sector.

Pensamos que toda investigación acerca de problemas concretos, sobre todo en el ámbito socio-educativo, aún limitándose al nivel exploratorio, ponen las bases para la elaboración de propuestas adecuadas a fin de coadyuvar a la superación del problema planteado. Las cuales resultarán de un proceso de implementación posterior y podrán ceñirse a la ciudad de El Alto, o bien, es posible de intentar una expansión nacional.

I.2.5 Etapas de la investigación

Para la presente investigación hemos delimitado cuatro etapas a fin de proceder progresivamente en el conocimiento del objeto establecido:

- 1° etapa: Selección del tema y búsqueda de información bibliográfica referencial y teórica sobre el mismo. Asimismo se realizaron consultas pertinentes a expertos en la materia.
- 2° etapa: Delimitación del Sector Informal de El Alto a observar, carpinteros y confeccionistas, y en base a ello, determinación de la muestra para la encuesta y de las personas claves a entrevistar.
- 3° etapa: Observación sistemática del sector delimitado a través de técnicas cuantitativas y cualitativas, a fin de establecer una visión extensiva horizontal articulada con la observación vertical intensiva.
- 4° etapa: Procesamiento y análisis de los datos obtenidos, graficación e interpretación.

I.2.6 Técnicas y procedimientos para la recolección de información: Instrumentos utilizados

I.2.6.1 La encuesta

El **universo de estudio**, es decir, la unidad de población delimitada para esta investigación, es la siguiente: Los microempresarios de los sectores de la **confección y la carpintería en la ciudad de El Alto**, radicados en las zonas de La Ceja (Distrito 1), 16 de julio (Distrito 6), Alto Lima (distrito 6) y Río Seco (Distrito 4). Estas zonas son las que presentan la mayor concentración de microempresarios, de las cuales el Banco Sol, principal acreedor del sector, tiene registradas en su base de datos 480 unidades productivas en estas ramas.

Considerando las dificultades de entablar contacto directo con los microempresarios, dada la desconfianza que ello suscita, a fin de hacer posible la encuesta se optó por tomar como base de observación válida el universo de clientes registrados por dicho Banco, puesto

que de esta manera esta institución crediticia pudo operar como puente de acceso para llegar a la confianza de los microempresarios en sus propios talleres.

La **confección** comprende las actividades de las ramas: trabajos en cuero, de chamarras y de calzados, y marroquinería, así como también la **confección textil** que comprende: sastrería, ropa deportiva, tejidos a mano y a máquina, ropa de niños y otros.

El sector de la **carpintería** comprende los trabajos realizados en **metal y en madera**: muebles metálicos, estructuras metálicas para construcción, así como trabajos de carpintería en madera, los que comprenden: muebles en madera, interiores y exteriores, y todo tipo de trabajos, escritorios, dormitorios, mesas, sillas, etc.

Para realizar el relevamiento de la **información cuantitativa**, se trabajó en la elaboración de una encuesta, cuya **muestra fue calculada** por el Departamento de Muestreo de la Carrera de Estadística de la UMSA como suficiente en el 27 % del universo establecido, de lo que resultan 130 encuestados.

Se confeccionó la boleta de la encuesta que consta de cinco páginas, con preguntas abiertas y cerradas tomando en cuenta las variables a considerar.⁴⁹ Para validar la boleta de la encuesta, se hizo una prueba piloto de levantamiento de datos en la zona de la Ceja, en la zona 16 de Julio, en Río Seco y Alto Lima, entrevistando a 16 propietarios de talleres por las dos ramas de actividades referidas, cuatro en cada zona. Una vez realizada la prueba, se revisó y se corrigió las preguntas para sacar luego boletas impresas ya definitivas.

La **muestra** no pudo establecerse al azar dadas las dificultades para entrar en contacto con los microempresarios. Datos sobre los talleres accesibles de entrevistar en cada zona fueron proporcionados gentilmente por las respectivas agencias zonales del Banco Sol de la ciudad de El Alto, las cuales fueron autorizadas expresamente por la Gerencia del Banco a atender la solicitud. Una vez obtenida esta autorización, se visitó dichas agencias para coordinar con los Gerentes zonales y programar las visitas a los talleres en días y horas,

⁴⁹ Ver Anexo: Boleta de la Encuesta.

acompañados por los Asesores del área, lo cual facilitó la comunicación en cada uno de los talleres de los microempresarios. Esta institución nos brindó la información del universo calculado en 480 unidades productivas en ambas ramas registrados en sus estudios del área y en base a ello se tomó una muestra de 130 productores, referidos a la actividad de confección y a la de carpintería, tal como ya se ha explicado.

Una vez ajustada la boleta de encuesta para su aplicación en el trabajo de campo, se contrató a tres encuestadores, a los cuales se los capacitó, para luego designarles a las respectivas zonas de acuerdo a lo establecido.

Se realizó el seguimiento y control de la aplicación de la encuesta en el trabajo de campo yendo a visitar a los microempresarios en sus talleres sorpresivamente, escogiendo boletas al azar. Por otro lado, se estableció una reunión por semana con los encuestadores para solucionar las dudas. El tiempo de duración del levantamiento de esta información fue de dos meses y medio, empezando en abril, durante mayo y parte de junio del 2001.

Una vez realizada la encuesta en las diferentes zonas, se realizó la codificación de las boletas y luego se introdujeron los datos en el programa de procesador de datos SSPS. V-8 de Windows. Dicho trabajo se hizo también con la colaboración de la Carrera de Estadística de la UMSA. Cabe señalar la predisposición de colaboración del Lic. Rubén Belmonte, quien gentil y desinteresadamente revisó la base de datos lograda y realizó recomendaciones para el tabulado según las diversas variables establecidas. Así se hicieron los cruces necesarios de las mismas a fin de verificar las preferencias de capacitación de los productores consultados, así como de los medios requeridos para optimizar la propuesta.

1.2.6.2 Entrevistas

Por otra parte, también se obtuvo información cualitativa a través de entrevistas semiestructuradas a capacitadores de organizaciones que trabajan con el sector de la microempresa, tanto privadas como públicas. Asimismo se entrevistó a microempresarios seleccionados, a fin de profundizar en la información obtenida por la encuesta, cruzando datos cuantitativos con cualitativos, lo que nos brindó mayor riqueza en el conocimiento de los

principales problemas por los que estos productores atraviesan. Dichas entrevistas se grabaron para su respectivo análisis y transcripción, constanding las más representativas en el Anexo.

*El microempresario,
autogenerador de empleo...*



CAPITULO II

CONCEPTUALIZACION Y CATEGORIZACION DE LA MICROEMPRESA

II.1	Antecedentes de la economía informal	39
II.1.1	Definición del sector informal urbano	41
II.2	Investigaciones locales sobre la microempresa.....	43
II.3	Definición de la microempresa y su categorización	43
II.3.1	Criterios cuantitativos	45
II.3.2	Criterios cualitativos	52
II.4	Políticas nacionales y extranjeras para la microempresa...56	
II.4.1	Políticas extranjeras.....	56
II.4.2	Políticas nacionales para la microempresa.....	63
II.5	La capacitación laboral.....	68
II.5.1	Instituciones que brindan capacitación	71

CAPITULO II

CONCEPTUALIZACION Y CATEGORIZACION DE LA MICROEMPRESA

II.1 Antecedentes de la economía informal

La Población Económicamente Activa se ha incrementado a partir de 1985 con una rapidez mayor a la de la población, originando una oferta laboral urbana que rompe el equilibrio con la demanda, transformando los niveles de empleo de categoría, actividad y organización del trabajo.

El mercado de trabajo ha perdido su estructura y garantía y, como respuesta, el empleo depende cada vez más de la capacidad de la población de generar sus propios emprendimientos con la finalidad de garantizar así sea el mínimo ingreso.

Los procesos de privatización y de capitalización no han generado empleos. Al contrario, han sido procesos expulsores de mano de obra y, en muchos casos, de mano de obra calificada con difícil inserción en el mercado de trabajo.⁵⁰

Suele afirmarse con ligereza que el proceso de terciarización e informalización de la economía es una consecuencia de los programas de ajuste estructural emprendidos desde 1985, pero lo evidente es que tal proceso se inició antes, al finalizar la década de los 70, como consecuencia del agotamiento del ciclo de la reforma agraria, que empezó a lanzar campesinos empobrecidos a las ciudades y, de esta manera, nació así el sector informal urbano.⁵¹

⁵⁰ Valdivia Urdininea, José y otros. Las políticas sobre la pobreza en Bolivia. Dimensión, políticas y resultados. P.27

⁵¹ Ibid. P.68

Sin embargo, estos ajustes económicos han incidido profundamente en la calidad de vida de la población boliviana. Por ejemplo, durante los primeros años del periodo de ajuste estructural se observó un aumento significativo en la tasa de desempleo con una aguda reducción de los salarios reales, lo que provocó una mayor participación de la población en las actividades informales, y consecuentemente, aumentó el número de pobres en las principales ciudades. Por otro lado, se agudizaron las condiciones de vida de la gran mayoría de la población rural⁵²

Si bien las políticas de ajuste han permitido la estabilidad y recuperación económica de Bolivia frente a la caótica situación que se produjo en el periodo 1982 -1985, el enorme costo social de las reformas ha sido evidente. La primera etapa, entre los años 1985 y 1989, se caracterizó por la aplicación de las reformas que lograron frenar la inflación provocando la recesión del aparato productivo y el despido de más de 40.000 trabajadores del sector estatal y privado, de los cuales más de 25.000 correspondían al sector de la minería estatal.⁵³ En 1985, el 55.02 % de los empleos estaban generados por el sector semiempresarial y familiar, en 1995 este sector habría logrado generar el 63.14 % de los empleos del país.

Al observar los niveles educativos de la población se verifica la correspondencia entre la escolaridad y las oportunidades de empleo. Los resultados de la Encuesta Integrada de Hogares realizadas por el INE, muestran que los niveles de educación inferiores, básico e intermedio, corresponden fundamentalmente a los trabajadores manuales (obreros y artesanos) y al pequeño comercio. En la medida en que el nivel educativo es mayor los ingresos de los hogares se incrementan.⁵⁴

Como todo, el crecimiento de la informalidad tiene un límite y ese límite será el que marcará el fin de las posibilidades que tenían los desocupados de generar algún ingreso. A

⁵²Ibid. P.170

⁵³ Ibid P.170 y 261

⁵⁴ Ibid. P. .271

partir de esta limitación de ser informal y / o subempleado, se ingresará al umbral del desempleo total para ser parte de la desesperanza y la incertidumbre.⁵⁵

II.1.1 Definición del sector informal urbano

El término “Sector Informal Urbano” surge en el marco de investigaciones pioneras desarrolladas en África y Latinoamérica a principios de los años setenta. La existencia de crecientes grupos de población urbana que viven en condiciones de pobreza, la necesidad de buscar soluciones a las desigualdades en las oportunidades de empleo y niveles de ingreso, y el acceso de la población a bienes y servicios, son las tres preocupaciones comunes de las investigaciones realizadas.

Keit Hart en un artículo sobre Gana, acuñó la noción de sector informal urbano como categoría de análisis del mercado de trabajo (1970). Luego, dos estudios, uno impulsado por la Oficina Internacional del Trabajo / Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (OIT/PNUD) en Kenia (1972), siguieron criterios aproximados a la primera noción para abordar la problemática y su conocimiento.

La visión latinoamericana, en su afán de resolver los principales problemas del Sector Informal, aportaron una **definición**, llegando a un consenso sobre los siguientes aspectos:

Un conjunto heterogéneo de unidades económicas generadas por una fuerza laboral excluida del sector moderno de la economía. Las características más comunes son el escaso acceso a ciertos recursos productivos, particularmente capital, la inexistencia de una división clara entre propietarios del capital y del trabajo, el reducido tamaño (número de ocupados) y empleo de técnicas y proceso de trabajo simples.

Estas características explican por qué, a partir de los programas de promoción del sector informal urbano, se ha popularizado rápidamente el termino de “microempresa” para

⁵⁵ Ibid. P.278-279

nombrar a esas unidades económicas con diferentes formas de organización del trabajo y definidas a partir, esencialmente de:

- Tipo de propiedad de los recursos productivos
- Uso o no de trabajo asalariado
- Grado de división del trabajo
- Forma de apropiación y distribución de los resultados de la actividad.

A partir de estos criterios se distinguen dos formas básicas de organización de la actividad económica en el sector informal urbano:

- a) Semiempresarial
- b) Familiar

El Sector Semiempresarial esta conformado por un conjunto de unidades económicas de reducido tamaño(ocupan entre dos y cuatro personas) en las cuales no existe una marcada diferencia entre el propietario del capital y del trabajo. En estas unidades, el propietario, además de dirigir y administrar el establecimiento, participa directa y activamente en el proceso de trabajo, organizado en una combinación de trabajadores asalariados permanentes con la participación de familiares y/o aprendices no remunerados

El Sector Familiar esta constituido por los establecimientos organizados con base en el trabajo personal del propietario (productor directo y el apoyo de su familia, o el recurso al trabajo de aprendices no remunerados). La diferencia esencial con el sector semiempresarial es que no contratan trabajadores asalariados permanentes.⁵⁶

⁵⁶ Arce, Casanobas, Escobar, Larrazábal y otros. *Sector informal urbano y crédito. Bolivia, 1995*. P.12 y 13

II.2 Investigaciones locales sobre la microempresa

Entre las instituciones especializadas en investigación sobre el sector de la microempresa, tanto en La Paz como en El Alto, se destaca el CEDLA como principal investigador del tema teniendo ya muchos trabajos publicados.

El Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, cuyas oficinas centrales se encuentran en la zona de la 16 de julio de El Alto, ha organizado un centro de capacitación para los microempresarios y un departamento de investigación documentada.

El Viceministerio de la Micro Empresa, el PROCAL (Programa de Capacitación Laboral), IMBOPIA (Instituto Boliviano de la pequeña Industria y Artesanía), IMPEX (Instituto Nacional de Promoción de Exportaciones), SAT (Servicio de Asistencia Técnica), PROMMI (Proyecto de Asistencia Técnica y Promoción de la Pequeña Iniciativa Privada en el Medio Urbano y Peri-Urbano), han analizado el sector en función de sus objetivos específicos.

Los servicios de INFOCAL y de las IPDS vinculadas a CIPAME y FINRURAL, también han entrado en el tema. IDEPRO, FIE, BANCO SOL, LOS ANDES, realizaron estudios de mercado en El Alto y en La Paz a fin de orientar sus inversiones.

II.3 Definición de la microempresa y su categorización

A fines comparativos para comprender claramente las características propias de la microempresa, creemos conveniente aproximarnos a la definición de la pequeña empresa, conceptos que frecuentemente tienden a confundirse.

La microempresa es un sector económico que realiza actividades de producción, comercio y servicios con el objetivo de generar ingresos, con escaso nivel de acumulación, que generalmente no cumple requisitos formales para su constitución, sólo cumple en la mayoría de casos con el registro municipal e inscripción en el régimen simplificado. La propiedad es familiar, la planificación es empírica, las relaciones laborales no son formales, la organización es flexible y hay escasa división del trabajo, no llevan contabilidad, operan en pequeña escala, cuentan con una débil calificación de mano de obra y baja productividad, la

tecnología utilizada es obsoleta pero con gran capacidad de copia. Los productos que ofertan son de consumo final, a precios bajos y de calidad relativamente baja, la exportación es complicada y hay desconocimiento de técnicas de mercado y comercialización.

Por otra parte, la **pequeña empresa** es una unidad económica que realiza actividades de producción, comercio y servicios con el objetivo de generar ganancias y por tanto puede lograr niveles de acumulación. Generalmente cumple con requisitos formales para su constitución, aunque no cumplen necesariamente con todos. La propiedad es unipersonal y eventualmente tiene socios accionistas, existe la gerencia como cargo diferenciado, la planificación no siempre es especializada, las relaciones laborales son formales e informales, la organización es estable y hay división del trabajo, operan en pequeña escala, cuentan con relativa calificación de mano de obra y mediana productividad, la tecnología es obsoleta y con poca capacidad de innovación, no tienen mucha dificultad para ofertar productos en volumen, calidad y precios para la exportación, operan en mercados regulados y no regulados, tienen poco acceso a financiamiento formal.

La mayoría de las instituciones establecen sus criterios y parámetros más con un enfoque programático y operativo que conceptual. Y ello es y ha sido útil para acotar las poblaciones metas de los beneficiarios de los programas y servicios y para fines de determinar el monto de los aportes de los asociados a las instituciones gremiales.

En cuanto a la **categorización** de ambos tipos de empresas, existe homogeneidad en todas las instituciones nacionales sobre el criterio del **número de ocupados** en la empresa, sin diferenciar si es estable o eventual, lo que ha resultado útil, puesto que es la única variable de información que ofrece el INE y no hay otras fuentes de información que puedan proporcionar datos acerca de otras variables, como considerar el número de empleados, el valor de ventas anuales o el valor de los activos productivos.

Vemos que no resulta muy fácil hacer una categorización de las **microempresas** diferenciándolas de las **pequeñas empresas**, sin embargo, para fines operativos y de políticas para el sector, es posible establecer unos criterios cuantitativos y cualitativos, a fin de establecer una categorización de las MyPE urbanas, manejar criterios homogéneos en el país,

sobre todo en las instituciones del Estado, privadas, asociaciones y de la cooperación internacional que están vinculadas al sector de la MyPE.

II.3.1 Criterios cuantitativos

Los criterios cuantitativos orientados al tamaño de las unidades económicas, para fines legales y de políticas globales, se basan en el **número de empleados** en una gestión, incluyendo al titular, sin diferenciar si son fijos o no permanentes.

Así mismo se toma en cuenta el **valor de ventas anuales**. El capital, para las microempresas, se diferencia en productivo o capital fijo o inversiones en maquinaria y equipo, sin incluir a los bienes inmuebles del microempresario. Lo que puede ser de verificación fácil. Para las microempresas de comercio y servicio habría que ampliar a los inventarios y al capital de operaciones, para las pequeñas empresas, como están obligadas a llevar contabilidad, se puede considerar el patrimonio o el de activos totales.

Se puede también diferenciar por niveles de desarrollo entre: **empresas de subsistencia, empresas de acumulación lenta y empresas de acumulación acelerada**, en función a los niveles de activos fijos y tecnología, productividad de los empleados, generación de beneficios netos, generación de empleos y otras variables que permitieran expresar los grados de similitud entre empresas⁵⁷.

La ausencia de estadísticas diferenciadas por sectores y por tipo de empresas, impide un mejor dimensionamiento de los valores de ventas y de activos.

⁵⁷ Dávalos, Mario; Poyo, Joffrey y Ortiz, Marina." *Micro y pequeña empresa: Apoyos diferenciados según etapas de desarrollo*". En: Revista El mercado de valores, nov.1998.

CATEGORIZACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, según INSTITUCIONES DEL ESTADO

Criterios	Microempresa y Artesanía		Pequeña Empresa Pequeña Industria		Mediana Empresa Mediana Industria	
	Nº de Ocupados	Capital En Sus.	Nº de Ocupados	Capital En Sus.	Nº de Ocupados	Capital En Sus.
FONDOSIF	1 - 4		Hasta 20			
IMBOPIA						
Artesanía		De 100				
Micro industria	1 - 3	hasta 1.000	11 - 20	hasta 50.000	21 - 50	hasta 250.000
Microempresa	Uniper-sonal	250 - 1.000				
	Hasta 5	hasta 10.000				
INE Establecimientos	1 - 4		5 - 14		15 - 49	
S. A. T.	1 - 4		5 - 14		15 - 49	
U. D. A. P. E.	1 - 4		5 - 19		20 - 49	
V. A. F.	1 - 10		11- 50		Mayores a 50	
Viceministerio	Hasta 5	hasta 10.000				

Elaboración propia con base en Categorización MyPE - Viceministerio de la Microempresa 26-May-00

Como podemos observar en el anterior cuadro y en el siguiente, las instituciones, tanto del estado como privadas bolivianas, aplican un criterio cuantitativo más acorde a la realidad del país, reduciendo el número de ocupados, tanto por las microempresas como por las pequeñas y medianas.

**CATEGORIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS según
INSTITUCIONES PRIVADAS**

Criterios	Microempresa y Artesanía		Pequeña Empresa Pequeña Industria		Mediana Empresa Mediana Industria	
	Nº de Ocupados	Capital En Sus.	Nº de Ocupados	Capital En Sus.	Nº de Ocupados	Capital En Sus.
BANCOSOL	1 – 5		5 – 20		21 – 120	
CEDLA	1 – 4		5 – 20			
CIPAME	1 – 5		5 – 15		Hasta 50	
FIE	1 – 5	Menor 100.000	5 – 19	Menor 100.000		
FINRURAL	Crédito entre 500 a 3000		Crédito 3000 a 20.000		Crédito > a 20.000	
FUNDAPRO	Crédito hasta 5.000		Crédito hasta 50.000		Crédito > a 50.000	
IDEPRO	C.P.T (1)		C.P.T(1)			
Familiar	1 – 5					
Semiempresarial	6 – 10	2.500	11 – 25	3.500	26 – 50	
INASET	1 – 10 Ventas hasta 50.000 Activos hasta 30.000		11 – 30 Ventas hasta 300.000 Activos hasta 150.000		21 – 100 Ventas 1.000.000 Activos 500.000	
P. BOLIVAR	No específica					
PROCAL (2)	1 – 5		6 – 49		50 - 99	

Elaboración propia con base en Categorización MyPE – Viceministerio de la Microempresa 26-May-00

- (1) IDEPRO en lugar de capital utiliza el promedio de capital invertido por puesto de trabajo. CPT
- (2) PROCAL utiliza la categorización por número de trabajadores del Acuerdo de Cartagena.

CATEGORIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE LOS PAISES DE LATINOAMERICA

CRITERIOS PAIS	Microempresa y Artesanía			Pequeña Empresa e Industria			Mediana Empresa e Industria		
	N° de ocupados	Ventas Anuales en Sus. (13)	Inversión en Maquinaria y Equipos (13) (14)	N° de ocupados	Ventas Anuales en Sus. (13)	Inversión en Maquinaria y Equipos (13) (14)	N° de ocupados	Ventas Anuales en Sus. (13)	Inversión en Maquinaria y Equipos (13) (14)
Argentina (1)	Hasta 300 en actividad industrial Hasta 50 en actividad comercial			Hasta 300 en actividad industrial Hasta 50 en actividad comercial					
Brasil (2)		Hasta 132,000.-			132,000.- a 652,000.-				
Colombia (3)	Hasta 10		Hasta 70,000.-	De 1 a 199		De 70,000.- a 1'735000			
Chile (4)		De 0 a 80,000.-			80,000.- a 833,000.-		833,000.- 1'666000		
Costa Rica (5)	Menos de 10	Hasta 38,000.-		Entre 9 y 30	Hasta 128,000.-	Hasta 64,000.-	Entre 31 y 100	Hasta 256,000.-	Hasta 128,000.-
Ecuador (6) o Para Artesanos	Hasta 6 operarios	Hasta 15,000.-	Hasta 20,000.-						

o Pequeña Industria		c/mes	Hasta 5'000000						
Guatemala (7)	1 - 10		Hasta 18,400.-	11 - 25		Hasta 36,000.-			
Honduras (8)	1 - 10			Hasta 25					
México (9)	Hasta 15			Entre 16 - 100			Entre 101 - 250		
Panamá (10)		Hasta 100,000.-	Hasta 100,000.-	Hasta 100,000.-	Hasta 100,000.-				
Perú (11)	Hasta 10	Hasta 9,000.-		Hasta 20	Hasta 19,000.-				
Uruguay (12)	Hasta 4	Hasta 60,000.-	Hasta 20,000.-	Entre 5 - 19	Hasta 180,000.-	Hasta 50,000.-			

Fuente: Elaboración propia con base en las fuentes que se detallan a continuación:

- (1) Ley 23020 de diciembre 1983. En Estudio Comparativo de la Legislación Existente sobre el Sector de Micro y Pequeña Empresa. Dr. Antonio Peres V., Dra. Rosario Baptista C. y Mirko Landivar.
- (2) Ley 9841 de octubre 1999. En Estudio Comparativo de la Legislación Existente Sobre El Sector de la Micro y Pequeña Empresa. Idem 1.
- (3) Información CAF.
- (4) SERCOTEC. La Acción de Sercotec en Chile. Mesa redonda: Políticas y Programas para la Pequeña y Mediana Empresa. Bid, Washington D.C. 6-7, Julio 1998. Estudio Min. Economía.
- (5) Políticas de Pequeña y Mediana Empresa en Costa Rica. Mesa redonda: Políticas y Programas para la Pequeña y Mediana Empresa. BID, Washington D.C., 6-7 Julio 1998. Decreto 26426 de junio 1997, del Pte. y Min. Economía Industria y Comercio, y en Estudio Comparativo de la Legislación Existente sobre el Sector de la Micro y Pequeña Empresa. Ídem. 1
- (6) Ley de Defensa del Artesanado 4013, de octubre 1953, vigente. En Estudio Comparativo de la Legislación Existente sobre: Reglamento de Calificación de Pequeñas Industria, Enero 1990, Ídem 1.
- (7) Consejo Nacional Para el Fomento de la Micro y Pequeña Empresa. PROMICRO/OIT, Definiciones Legales de Microempresa, según país.
- (8) Dirección General de Censos. PROMICRO / OIT, Definiciones legales de Microempresa, según país
- (9) Ley Federal para el Fomento de la Micro Industria, Dic. 1987 y Programa para Modernización y Desarrollo de la Industria, Micro, Pequeña y Mediana 1991-1994. En: Estudio Comparativo de la legislación Existente sobre. Ídem 1
- (10) Ley del 9 de enero 1989. Ley de Incentivos a las Micros y pequeñas Empresarial del País En: Estudio Comparativo de la Legislación Existente sobre. Ídem.1

- (11) Decreto Legislativo 705 de Noviembre 1991. Ley de promoción de Microempresa y Pequeñas Empresas. En Estudio Comparativo de la Legislación Existente. Ídem. 1.
- (12) Políticas de Pequeña y Mediana Empresa en Uruguay. Mesa redonda: Política y Programas Para la Pequeña y Mediana Empresa. BID, Washington, 6 – 7 Julio 1998.
- (13) Los valores en dólares se han redondeado al tipo de cambio del 7 de abril de 2000. Ecuador se mantiene en Sucres.
- (14) Panamá utiliza el concepto de Activos Fijos y Capital Social y Uruguay Activos Fijos Productivos, Perú Activos excluyendo inmuebles, Colombia Activos Totales, Guatemala y Ecuador Activos.

Se considera que no es muy fácil establecer criterios ni parámetros cuantitativos para la categorización de la MYPES, por la enorme heterogeneidad y la complejidad del sector, sin embargo se coincide en que son éstos parámetros que permiten seguir trabajando⁵⁸.

II.3.2 Criterios cualitativos

Por otro lado, tenemos las características cualitativas de la Micro y Pequeña Empresa, dándonos un panorama completo de las categorías y características, veremos en un cuadro ilustrativo haciendo comparación para su comprensión.⁵⁹

La **microempresa** es una unidad económica que realiza actividades de producción, de extracción, de transformación, de comercialización y de servicios con el objetivo de generar ingresos y, por tanto, tiene escaso nivel de acumulación. Utiliza mano de obra familiar y / o de reciprocidad comunitaria y eventualmente incorpora mano de obra contratada. No existe una clara división de funciones entre el propietario y los trabajadores. La gerencia no es un cargo diferenciado. La dotación de capital es pequeña y su costo por puesto de trabajo es bajo. Opera en

⁵⁸ Todos estas categorías se encuentran en Rivas, Ob.cit. P. 65 a 74.

⁵⁹Rivas Guerra. Idem.

mercados locales y/o regionales, con una inserción débil y con desconocimiento de técnicas de comercialización.

La **pequeña empresa** es una unidad económica que realiza actividades de producción, de extracción, de transformación, de comercio y de servicios, con el objetivo de generar ganancias, y por tanto, puede lograr niveles de acumulación. Existe una división de funciones entre el propietario y los trabajadores. La gerencia es un cargo diferenciado. Su dotación de capital es mediana y mayor el costo por puesto de trabajo. Opera en mercados locales y/o regionales, con mayor inserción y con conocimiento de técnicas de comercialización.⁶⁰

La antropóloga A. Spedding estima que la prevalencia de la “economía informal” revela que en muchos casos el parentesco sigue siendo la base de la unidad económica. Así los parientes que tienen consolidado su capital económico pueden hacer uso del trabajo no remunerado de los parientes que tienen escaso capital económico, generalmente jóvenes⁶¹.

⁶⁰ Ibid. P.106-107

⁶¹ Citado en *Ser joven en El Alto, ruptura y continuidades en la tradición cultural*, de Germán Guaygua, Ángela Rivero y Máximo Quisbert, p.72

CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

	MICROEMPRESA	PEQUEÑAEMPRESA
Gerencia de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ○ Carencia de criterio empresarial ○ La gerencia no especializada. Planificación Empírica. ○ Flexibilización en organización interna ○ Propiedad familiar de la empresa. ○ Relación laboral no formal. ○ Formalización incompleta. ○ No existe clara separación entre finanzas de la familia y el negocio ○ No existen socios en la empresa ○ No llevan contabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Relativo criterio empresarial ○ Gerencia especializada ○ Planificación no especializada ○ Organización estable ○ La propiedad es unipersonal o pocos socios ○ Relación laboral formal y no formal ○ Formalización completa ○ Existe clara separación del capital negocio y familia ○ Existen socios de las empresas ○ Lleva contabilidad no especializada
Procesos Productivos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Operación en pequeña escala ○ Escasa división del trabajo ○ Facilidad de rotación de mano de obra ○ Bajo costo de generación por puesto de trabajo ○ Débil calificación de mano de obra ○ Baja productividad ○ Uso de insumos y materia prima nacional ○ Escaso nivel de acumulación ○ Escasa complementación con proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Operación a mediana escala ○ División del trabajo ○ Mediano costo de generación por puesto de trabajo ○ Calificación de mano de obra ○ Mediana productividad ○ Uso de insumos nacional e importados ○ Relativa acumulación de capital ○ Mejor relación con proveedores
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tecnología obsoleta ○ Dificultades en provisión de maquinaria, equipos y repuestos 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tecnología obsoleta ○ Dificultades en provisión de maquinaria, equipos y repuestos

Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ○ Productos para consumo final. ○ Precios bajos ○ Calidad relativamente baja ○ Dificultades de oferta en volumen, calidad y precio ○ Desconocimientos de técnicas de mercadeo y comercialización ○ Débil inserción al mercado. ○ Relación simple de subcontratación ○ Operación en mercados no regulados. ○ Capacidad para copiar productos 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Producto de consumo final e intermedio. ○ Precios no compiten con productos importados ○ Calidad regular ○ Relativa oferta en volumen, calidad y precio ○ Relativo conocimiento de técnicas de mercadeo y comercialización ○ Mercados pequeños ○ Algunas articulaciones en subcontratación ○ Operación en mercado regulados y no regulados
Financiamiento y Capital	<ul style="list-style-type: none"> ○ Poco acceso a financiamiento formal ○ Acceso a capital de operaciones relativamente caros. ○ Relativo acceso a capital de inversión 	

Elaboración propia con base en Categorización MyPE – Viceministerio de la Microempresa 26-May-00

También hay otras instituciones que hacen estudios sobre el sector de la micro empresa y de alguna manera coinciden en su clasificación y categorización, tanto cuantitativamente como cualitativamente. En este caso, la institución PROMMI (Proyecto de Promoción y Asistencia a la Pequeña Iniciativa Privada), sostiene las características de la microempresa respecto a otras, tal como se muestra en el siguiente gráfico:⁶²

⁶² Comisión Europea-Viceministerio de Industria y Comercio Interno. *Manual Metodológico para Programas de Capacitación Orientados a la Microempresa*. Sucre, 1999.

Se puede apreciar las ventajas que tiene la microempresa con respecto a otras, haciendo este tipo de comparaciones, las que pueden ser bien aprovechadas convenientemente. El trabajo que tienen y la comercialización de sus productos tiene su propia particularidad especializada. Por ejemplo: venden en mercados especializados, son hechos casi a medida, implican altos costos de transporte, son perecederos, sirven a clientes en forma individual (casi servicios), las especificaciones cambian rápidamente, son compuestos de materiales diferentes, requieren mano de obra especial, no requieren estandarización absoluta, usan materiales locales y/o escasos, proveen mercados aislados. Si todas estas ventajas fuesen bien utilizadas, tendrían mejores resultados.

Vale la pena hacer notar que una de las ventajas principales es su mayor flexibilidad, lo que les permite modificar rápidamente tanto el tipo de productos que elaboran como su estructura productiva.

II.4 Políticas nacionales y extranjeras para la microempresa :

II.4.1 Políticas extranjeras

El Ministerio de Trabajo y Microempresa de Bolivia, el Viceministerio de Microempresa y el Banco Interamericano de Desarrollo (Convenio N° 1020/SF-BO), asignaron un trabajo de consultoría al señor Freddy Rocha Orozco sobre la microempresa en otros países, el que fue presentado en documento final como Resumen Ejecutivo, en agosto de 2000.

Dicho trabajo de consultoría, titulado **POLÍTICAS e INSTITUCIONALIDAD PARA LA PROMOCIÓN DE LA MyPE: EXPERIENCIAS DE OTROS PAISES**, fueron realizados en un momento de singular importancia para el sector productivo del país y muy particularmente para los empresarios de la pequeña y microempresa, pues era entonces cuando se debía, no sólo reconocer la importancia de su participación en la economía nacional, sino fundamentalmente definir instrumentos claros de política que acompañen de manera rítmica el esfuerzo y la dinámica de este importante sector.

El apoyo a las micros y pequeñas empresas, ha sido y es constante tanto en los países avanzados como en los de menor desarrollo. Los orígenes y las motivaciones del apoyo son diversos, dependiendo del estado de desarrollo de las naciones.

Para impulsar estrategias de desarrollo de las microempresas, la mayoría de los países presentan ciertas características similares, normalmente derivadas de sus propias políticas: **Programas de asistencia técnica en el área de información, capacitación empresarial, mejora de la producción y comercialización de sus productos.**

En Perú, la principal autoridad sectorial es el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones de Comercios Internacionales que, a través del Viceministerio de Industria y en la Dirección General de PyME's, ha generado diferentes políticas de apoyo al sector y creado interesantes mecanismos de apoyo. En el marco normativo, el 27 de mayo de 2000, ha promulgado la ley No 27268 General de Pequeña y Microempresa, considerada como un instrumento valedero de apoyo al sector.

Las micro y pequeñas empresas en el Perú representan el 99% de las unidades económicas con posibilidad de competitividad y dinamismo, por su enorme capacidad de adaptación para atender a segmentos específicos y diferenciados del mercado. En este país **definen, en general, como micro y pequeña empresa**, a aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla cualquier tipo de actividad o producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios.

En el Ecuador, la institución cabeza de sector y responsable de formular políticas y regulaciones para el sector MyPE, al nivel de ejecución directa es la Dirección Nacional de Microempresas y Artesanías.

En el marco normativo de éste país, la ley de Fomento Artesanal constituye la base de apoyo al sector microempresarial, la que contempla una importante cantidad de exoneraciones impositivas.

El rol de la microempresa y el artesanado es de vital importancia en la economía del Ecuador, por ello la Dirección Nacional encargada del sector ha definido su misión y propósito institucional buscando elevar el nivel de vida de estos estratos sociales, mediante el apoyo al

desarrollo artesanal y microempresarial sostenido, ya la especialización por ramas de actividad o bien mejorando su competitividad para la exportación.

En Ecuador se define a la micro empresa como la unidad productiva, bajo cualquier forma de organización empresarial, liderada por su propietario y con un número máximo de diez trabajadores contratados.

En Colombia, los organismos rectores de políticas y acciones a favor de la micro, pequeña y mediana empresa son: El Ministerio de Desarrollo, la Corporación Para el Desarrollo de las Microempresas, el Plan Nacional Para la Micro Empresa y el Consejo Asesor de Políticas para la Micro Empresa. El 19 de junio de 2000, el Congreso de Colombia aprobó la “Ley de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”. Sobresale en este marco legal la creación de los Consejos Superiores de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, además de la definición de un marco institucional preciso. Asimismo determinó las formas de acceso a mercados de bienes y servicios.

Microempresa es, para la legislación colombiana, aquella que trabaja una persona natural o jurídica bajo cualquier forma organizacional, que desarrolla una actividad de producción o de comercialización de bienes o servicios. Se entiende como microempresa a aquella que incluye un número máximo de trabajadores y/o empleados de diez personas. La pequeña empresa presenta características similares, pero trabaja con un máximo de 25 personas.

La autoridad central del sector en Chile es el Ministerio de Economía, apoyado por la Corporación de Fomento de Chile (CORFO), el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) y la propia Confederación Latinoamericana y del Caribe de la Micro y de la Pequeña Industria (CLAMPI), cuya Secretaría Ejecutiva tiene base en Santiago.

En el caso de Chile, no se encuentra una ley específica sobre la micro y pequeña empresa, sin embargo, como principal marco normativo se tiene el Comité de Pequeña Empresa, constituido por representantes de las instituciones. Este país ha desarrollado una de las estrategias más consistentes para la promoción de las pequeñas empresas, no solamente en lo que tiene que ver con las políticas de financiamiento, sino también con la asistencia técnica directa a los empresarios.

La **microempresa Chilena** está categorizada como aquella unidad productiva con un número máximo de diez trabajadores en el sector urbano y peri urbano, y de siete trabajadores en el área rural, en tanto que la pequeña empresa es aquella que cuenta con no más de 30 trabajadores.

La institución gubernamental cabeza de este sector en **Brasil**, que se encarga de la formulación y de políticas para la micro, pequeña y mediana empresa, es el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. El Servicio Brasileño de Apoyo a la Micro, Pequeña y Medianas Empresas (SEBRAE), con sede en Brasilia y con unidades operativas en los 27 estados del país, constituye el sistema SEBRAE. La ley de la Micro y Pequeña Empresa, del 5 de octubre de 1.999, marca la base legal de las actividades y la política del fomento y desarrollo del sector.

En **Brasil** se caracteriza a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de acuerdo a la renta bruta anual que obtenga, igual o inferior a R\$ 244.000. Pequeña empresa, a la persona jurídica o a la firma mercantil individual que, al igual que la microempresa, tiene un ingreso bruto anual no superior a R\$ 244.000 e igual o inferior R\$ 1.200. La política hacia este sector está dirigida a preparar a los micro y pequeños empresarios para enfrentar los retos que se presentan en aspectos administrativos, económico, tecnológicos, o bien en la implantación de la calidad total en sus empresas, abarcando las normas de derechos del consumidor. También se cubren los aspectos de gestión ambiental, teniendo en cuenta el mercado interno y las exigencias del mercado internacional.

Argentina destaca una política clara en cuanto a financiamiento, **capacitación**, desarrollo tecnológico, exportaciones, régimen tributario y políticas destinadas a promover la creación y desarrollo de pequeña empresa en las provincias. Actualmente el Congreso de la Nación debate un proyecto de Ley de Fomento para la Pequeña y Microempresa Argentina.

En **México** la institución gubernamental cabeza de sector, que se encarga de la formulación de planes y políticas a favor de la micro y pequeña empresa, es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI). También juegan papel fundamental La Nacional Financiera (NAFIN) y el Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial (CETRO). Las MIPYMES constituyen la inmensa mayoría de los establecimientos productivos en México,

generando el 78.4% de empleos. De acuerdo al Censo Industrial de 1994, las microempresas mexicanas concentran el 79% de las unidades económicas, contribuyendo con el 47% en la generación de empleos y con un aporte del 31% del PIB.

En las políticas generales de fomento empresarial de éste país, se han considerado las políticas específicas para el desarrollo de las MIPyME's en el campo industrial. El gobierno mexicano, a través de SECOFI, ha definido políticas para las MIPyME's en los campos del desarrollo tecnológico, **capacitación y asistencia técnica, desarrollo de la productividad, promoción**, asesoramiento sobre temas de empresas integradoras e información sobre temas de producción y de mercado.

La institución cabeza de sector encargada de formular las políticas para las MyPE's en **Costa Rica** es el Ministerio de Economía Industria y Comercio. En este país se entiende por micro y pequeña aquella unidad económica que reúna las siguientes condiciones: Microempresa, entre uno y no más de diez trabajadores, incluyendo al propietario y ventas anuales no mayores a su equivalente en colones a \$us 150.000. Pequeña empresa, entre seis y treinta trabajadores.

En el Salvador el Ministerio de Economía es la institución que formula las políticas para el desarrollo de las microempresas, las que actualmente están recibiendo un importante apoyo del gobierno Alemán a través del SIAPE.

Las micro, pequeñas y medianas empresas salvadoreñas juegan un rol importante en el desarrollo de las capacidades productivas del país, dado el potencial que ellas representan en términos de capital humano y contribución a la producción nacional. La conversión de este potencial en un verdadero factor de desarrollo económico y social depende, en gran medida, de que estas empresas logren su inserción estable y eficiente en los mercados. Se categorizan a las pequeñas empresas del sector industrial como aquellas en las que laboran de 5 a 15 empleados y que cuentan con un capital de hasta \$us 40.000.

En **Nicaragua**, la entidad cabeza de sector para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, es la Dirección de Políticas de Fomento PYME, del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, que tiene a su cargo la formulación y definición de políticas de fomento a

este sector y la entidad que operativiza las acciones es el Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (INPYME).

Actualmente en Nicaragua se clasifica como micro y pequeña empresa aproximadamente a 153.500 PYMES, clasificadas de la siguiente manera:

- Pequeña, de 6 a 20 trabajadores, con un capital de hasta \$us 4.000
- Micro, de 1 a 5 trabajadores, con un capital de hasta \$us 2.500

La autoridad sectorial en España es la Dirección General de Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa, perteneciente al Ministerio de Economía y Hacienda, institución que, al amparo de las regulaciones comunitarias, ha puesto en marcha el programa: Iniciativa de desarrollo para la pequeña empresa.

La micro empresa en España esta definida como aquella unidad que produce bienes o servicios y que tiene un número límite de 10 empleados, incluido el propietario de la empresa. En tanto que la Pequeña Empresa es aquella que tiene como número límite 50 empleados y facturan como límite hasta 15 millones de euros anuales.

En Italia, la principal autoridad del ramo es el Ministerio de Industria, Comercio y Artesanía, que a través de la Dirección Nacional de la Pequeña Industria y el Artesanado, y la Dirección General para la Coordinación de los Incentivos de las Empresas, son los responsables de formular políticas y regulaciones para la pequeña empresa y la artesanía. Definen como pequeña empresa a la que tiene menos de 50 empleados y presenta una facturación anual no superior a 7 millones de ECU's, o un balance anual total no superior a 5 millones de ECU's y tiene independencia.

En Japón, el sector responsable de esta rama de la producción es del Ministerio de Industria, Comercio e Integración, cuyo brazo operativo es la Corporación de la Pequeña Empresa y el Instituto de la Pequeña Empresa. Las pequeñas y microempresas aquí juegan un rol importante, habiendo internalizado profundamente la filosofía del justo a tiempo, lo que ha permitido un alto grado de reconocimiento y confianza en dichas empresas. Aunque en aquellos

sectores donde no se da una relación directa entre las grandes y pequeñas empresas, se conoce de muchas y muy buenas relaciones basadas en el sistema de la subcontratación.

Así mismo en **Taiwán**, la administración para las micro, pequeñas y medianas empresas corresponde al Ministerio de Economía, el que es el ente rector de la actividad micro empresarial. Existe en Taiwán la ley de Cooperativas de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, la que facilita la organización de las MIPYMES en cooperativas. Según esta ley, las cooperativas de MIPYMES tendrán la condición de entidades corporativas y podrán participar conjuntamente en investigación y desarrollo, mercadotecnia, compras, almacenamiento y / o transporte.

A diferencia de lo que ocurre en muchas naciones avanzadas, donde los grupos de empresas dominan la economía, en **Taiwán** la industria y el comercio exterior se desarrollan y fortalecen gracias a las innumerables micro y pequeñas empresas.

En **Corea**, la entidad oficial encargada de la elaboración e implementación de políticas y acciones a favor de la pequeña empresa, es la Administración de la Pequeña Empresa (SBA), la cual es una agencia gubernamental central que también funciona como la Secretaría de la Comisión Presidencial en Pequeño Negocio. Por lo tanto en **Corea** se considera que para que progrese su economía con una base firme en el actual escenario de la globalización, el crecimiento y el fortalecimiento de las pequeñas empresas, capaces de lograr su propia realización, es una tarea urgente.

En **Corea** el término de **empresa pequeña** se define como compañía que emplea menos de 30 personas y que opera con aproximadamente 600.000 dólares americanos. El número de pequeñas empresas alcanza a más de un millón actualmente y representa el 69.1% de los negocios coreanos. La política sobre pequeñas empresas ha sido parte de los planes quinquenales de desarrollo económico del país.

La actividad de la pequeña empresa es fundamental para la economía de **Singapur**, puesto que ocupa aproximadamente el 71% de la mano de obra activa en programas de subcontratación y es la industria manufacturera de exportación. A la cabeza del sector está el Ministerio de Comercio e Industria, que actúa a través de la Dirección de Políticas Industriales,

que es el organismo oficial para apoyar y desarrollar la actividad de la pequeña empresa y su labor está estrechamente relacionada con la Asociación Nacional de Pequeñas Empresas.

Existen en Singapur aproximadamente 70.000 empresas pequeñas, las que emplean entre 5 y 30 personas cada una y su aporte a la economía significa la suma de 55 mil millones de dólares americanos.

Esta síntesis de las políticas extranjeras sobre las microempresas nos permite mostrar los grandes esfuerzos que han realizado, a su turno, diferentes países en materia de promoción y apoyo al sector de la pequeña y microempresa, con el fin de tener un marco referencial para analizar las políticas respectivas en Bolivia.⁶³

II.4.2 Políticas nacionales para la microempresa

Consideramos importante para el análisis de las políticas gubernamentales necesarias hacia las micro y pequeñas empresas de Bolivia, tomar en términos generales las principales referencias a las experiencias desarrolladas en los países de Sur y Centro América, no sólo por razones de proximidad o similitud de estructuras económicas, sino más bien bajo el criterio de semejanzas en el desarrollo socio-económico.

II.4.2.1 Las políticas estatales de capacitación laboral de los microempresarios

El problema del empleo se considera en función de la pobreza de la población que se quiere beneficiar, conciente de las dificultades que deben resolver. En esta situación, tanto el Ministerio de Trabajo como su par, el de Educación, ambos concuerdan en que la educación es una inversión en beneficio de la capacidad productiva del futuro. Sin embargo, cabe poner énfasis en que, basándose en ello, debiera el Estado hacer todos los esfuerzos para que se capacite a la mayor cantidad de personas posibles, lo que no sucede.

⁶³ Rocha Orozco, Freddy. *Resumen Ejecutivo de la Consultoría*, agosto 2000. P. 1 a 10

En la década de los setenta, Bolivia mantuvo la tradición de poner a las empresas bajo la tuición del Ministerio de Trabajo en cuanto se refiere a la capacitación de sus propios trabajadores, creando en 1974 para ello una institución que se denominó sencillamente FOMO - Formación de Mano de Obra. Desde entonces se implementaron muchos programas aceptados por el sector empresarial.

Años después, dicha institución se transformó en el actual Instituto Nacional de Capacitación y Formación Laboral (INFOCAL). A partir de entonces, también el Instituto Nacional de Capacitaciones Sociolaborales ha puesto énfasis en detectar las necesidades de mano de obra calificada y conocer las prioridades del mercado laboral boliviano en el proceso de desarrollo laboral.

Un acierto notable en la década siguiente fue incorporar a muchas comunidades campesinas en programas de capacitación, formación, especialización y perfeccionamiento agropecuario y agroindustrial.⁶⁴

Desde 1994 se ha iniciado el proceso de la **Reforma Educativa** que afecta al sistema escolarizado, pero la educación superior y técnica no llegan a ser parte de su alcance, aunque se encuentra planteada entre sus fines.⁶⁵

El actual Estado boliviano tomó en cuenta el contexto de la microempresa como parte importante de su plan de gobierno. En el mes de agosto de 2000 se realizó en el país un estudio de mercado de capacitación para micro y pequeñas empresas, con el objeto de diseñar un programa que impulse el desarrollo de dicho sector de la economía. Esta misión fue

⁶⁴ Vladich, Luis Renato. *Creación de una estrategia para un sistema de educación técnica profesional permanente en Bolivia.* P.5

⁶⁵ CPMGA. *Ob.Cit.* P.25

encomendada a Gabriel Schneider y Carlos Lemus, en coordinación con un equipo del SAT (Servicio de Asistencia Técnica) y el Viceministerio de Microempresa.⁶⁶

Una vez concluida la consultoría y entregado el informe, le dieron la responsabilidad a la institución del PROCAL (Programa de Capacitación Laboral Para Jóvenes y Trabajadores), con basta experiencia en capacitación laboral, para llevar adelante su ejecución en lo que concierne a la capacitación de la microempresa en la ciudad de El Alto, dada la concentración y el crecimiento del sector.

La estrategia de este plan de capacitación se desarrolló de la siguiente manera: El PROCAL abrió una oficina o ventanilla en El Alto, en la avenida 6 de marzo al frente de la de INFOCAL, en la que hicieron todo el trabajo de promoción del producto, con la colaboración de publicidad por medios masivos.

EL PROCAL aglutinó a todos los Institutos Técnicos posibles concentrados en la Ceja, como también a las ONG's entendidas con el sector de la microempresa, para que ellos posibiliten con sus programas ya establecidos la capacitación a los microempresarios. Cabe hacer notar que el PROCAL calificaba a los institutos según sus requisitos y requerimiento para ejecución del programa. De igual manera, los registraba a los microempresarios en su base de datos tomando en cuenta sus necesidades de capacitación. Una vez realizada la coordinación entre el microempresario y la institución capacitadora, fijaban horarios y días para su desarrollo.

El PROCAL entregaba al microempresari@ un bono valorado en bolivianos 120 y el microempresario cancelaba la otra mitad en efectivo al instituto o institución una vez finalizados los cursos de capacitación. Esta fue la forma en que implementaron el programa piloto de capacitación, cumpliendo con sus metas establecidas en todo aspecto.⁶⁷

⁶⁶ BID/1020/SF-BO Programa Piloto. *Programa de bonos de capacitación para micros y pequeños empresarios.*

⁶⁷ BID/1020/SF-BO Programa Piloto *Informe del programa piloto 2000 a marzo 2001.*

Sistemas similares a éste han sido ampliamente probados y están en plena ejecución en países como Paraguay, Perú, El Salvador y Ecuador. Es de esta manera que el Viceministerio de Microempresa, a través del SAT, ha diseñado este modelo de bonos de capacitación para el desarrollo de la microempresa alteña.

Estos programas ratifican por lo tanto, en orden de importancia, que las actividades más destacadas y en crecimiento constante en la ciudad de El Alto son la confección en cuero y tela, los tejidos de lana, de alpaca e hilo, la carpintería en madera y metal-mecánica, la zapatería y la orfebrería, así como el comercio, ya sea en mercados, tiendas de barrios, puestos fijos o móviles de comercio por menor.

Todos los microempresarios se desempeñan con cierta destreza en su actividad, no podemos perder de vista su experiencia previa en la actividad; ello implica que la persona ha trabajado previamente de aprendiz o de operario en el ramo. Si ha llegado a “maestro” es mejor, ya que todo maestro es un potencial nuevo propietario.

Tener estudios de colegio o de instituto técnico, o si se tiene un par de años de estudios universitarios, facilita el camino al éxito y se perfilan posibilidades de llegar rápidamente a tener una semiempresa. La mayoría de los propietarios de microempresas exitosas tienen algún estudio universitario, lo que les abre las perspectivas y las relaciones y no se estancan.⁶⁸

Las políticas de fomento a la microempresa, para resultar eficientes, requieren de una combinación de instrumentos cuyos efectos se refuercen entre sí, más que aislados programas específicos. Comúnmente las acciones requeridas para el impulso de este sector productivo corresponden a una articulación variable entre el crédito, la capacitación y el acceso a adecuada tecnología, lo que tendría que ser apoyado por políticas complementarias orientadas a desregular y simplificar los trámites administrativos, a fin de garantizar el desarrollo continuo de las microempresas.

⁶⁸ Rivas Guerra, Hugo. *Empleo potencial, actividades dinámicas en la microempresa y capacitación.*

Por otra parte, es necesario identificar al segmento de la microempresa que debe ser apoyado prioritariamente, esto es importante considerando la necesaria integración productiva de las microempresas con los sectores modernos de la economía.

En este contexto, la educación y la capacitación laboral son claves para mejorar las oportunidades tanto de empleo como del desarrollo económico del país. La adopción de nuevas formas de organización productiva y de procesos de trabajo, constituye un desafío si se desea aumentar la productividad y competitividad de las microempresas y superar, en parte, la situación de pobreza del país.⁶⁹

En realidad debemos tomar en cuenta que en Bolivia no existe aún una verdadera política de estado referida al mejoramiento de las condiciones de desarrollo de la microempresa, ni aún relacionándoles con la lucha contra la pobreza. Para que pueda hablarse de una política estatal hacia la capacitación de la microempresa, deberían cumplirse cuatro requisitos⁷⁰:

1. Un componente institucional, que se dicte como ley.
2. Un componente decisorio, conjunto de secuencias a corto mediano y largo plazo
3. Un componente conductual, que siga un curso de acción y no sólo una acción singular
4. Un componente causal, que tenga efectos en el sistema político y social

En la actualidad, en el marco de la lucha contra la pobreza y la desocupación, el Estado Boliviano se encuentra en proceso de implementar reglamentaciones y decisiones a nivel de varios Ministerios y Viceministerios, tales como el de Educación, Educación Superior y Tecnología, de Trabajo y Microempresa, que tienden establecer una estrategia permanente a fin de apoyar el desarrollo de la microempresa transformándola en productiva.

⁶⁹ Instituto Prisma. *Las políticas sobre la pobreza en Bolivia*.

⁷⁰ Aguilar Villanueva, Luis F. *La hechura de las políticas públicas*. P. 23 y 24

Es en esta perspectiva que a través del presente trabajo nos orientamos a coadyuvar el enriquecimiento de posibilidades de metodologías de capacitación para la microempresa, en sus sectores más numerosos.

II.5 La capacitación laboral

Según PROMMI⁷¹ la capacitación laboral es “lograr un cambio (mejoramiento) planificado en la conducta de la persona”. En el caso de capacitación empresarial o laboral, esto implica posteriormente un mejor desempeño en el trabajo y su responsabilidad.

Por otro lado, Emilio Mendoza Saeb⁷² manifiesta “En cuanto a la capacitación, se define con los conocimientos previos o posteriores al entrenamiento. Con ella las personas pueden comprender y dominar las teorías y conceptos de su trabajo, a fin de que lo pueda desempeñar con más conocimiento y calidad. La capacitación también se entiende con otra directriz: facilitarle a las personas la adquisición de conocimientos requeridos en trabajos que desarrollan y desarrollaran en el futuro, es decir prepararlos.

De igual manera Alejandro Mendoza Núñez en el libro Necesidades de Capacitación⁷³ indica lo siguiente “ Capacitación es la acción destinada a desarrollar las aptitudes del trabajador, con el propósito de prepararlo para desempeñar eficientemente una unidad de trabajo específica e impersonal...” o “ se refiere también a las carencias que los trabajadores tienen para desarrollar su trabajo de manera adecuada dentro de la organización...”

Podemos entender entonces que la capacitación no es una actividad mecánica, rígida, por el contrario, es un evento eminentemente humano que exige cooperación y compromiso de todos los involucrados en ella, dado que busca generar o modificar el comportamiento de la persona (aprendizaje).

⁷¹ PROMMI pag. 34

⁷² Educación, Productividad y Empleo, Fernando Solana, compilador, p, 164, 1998 México

⁷³ Manual Para Determinar Necesidades de Capacitación, p, 19, 22

Capacitación Presencial



Luis Zegada Saavedra señala en su libro *El Asesor Laboral*⁷⁴ “ La capacitación laboral a través del entrenamiento, auxiliar a los miembros de una empresa a desarrollar su actual trabajo, pudiendo prolongarse los beneficios durante toda su vida laboral”

El sociólogo James Coleman, llama capital social a la habilidad de las personas para trabajar juntas en grupos y organizaciones por el logro de propósitos comunes. El capital social se incrementa mediante el desarrollo de destrezas, conocimientos y habilidad para trabajar con otros. La capacitación técnica y social desarrolla capital social, permite construir culturas de compromiso y desarrollar empresas que aprenden y se adaptan con éxito a cambios en el entorno. Sin embargo lo que permite que la gente trabaje mejor es la inversión en capacitación y desarrollo de destrezas, lo que a su vez les permite aportar sus conocimientos y mejorar el rendimiento.

La capacitación y el entrenamiento motiva a los empleados y les amplia su posibilidad de participar y contribuir a su propio desarrollo y al de la organización a la que pertenecen.

La capacitación, tal como percibimos que la conciben los pequeños empresarios , no debe ser un privilegio para unos cuantos, sino parte de la iniciación laboral y el desarrollo de la empresa. La capacitación y el entrenamiento son una ventaja competitiva que diferencia a la empresa y le permite tener una mejor posición estratégica. El plan de capacitación debe estar alineado a la visión y a la estrategia de la micro empresa, a fin que la cultura esté al servicio de la empresa y de sus miembros.

El desarrollo de capital humano es esencial para la prosperidad y la competitividad, pero su consecuencia más importante no es sólo económica, sino política y social. El desarrollo del capital humano en las organizaciones aporta al cambio de la cultura nacional y no sólo genera mejores empleados, sino mejores ciudadanos.⁷⁵

⁷⁴ *El Asesor Laboral*, Luis Zegada Saavedra, p, 418, 1998

⁷⁵ Campero, Grossman, García y Saavedra. Ob.cit. P.173 y 174

En su gran mayoría, la oferta de servicios y programas de capacitación no consideran las particularidades, ni las heterogeneidades propias de este segmento microempresarial. Segmento que, como ya dijimos, genera aproximadamente el 90% del empleo en el país pero que, lamentablemente, contribuye con un porcentaje muy bajo de la estructura del PIB debido a su bajo nivel de productividad. Principalmente esto se debe a la carencia de técnicas de producción adecuadas, a la baja capacidad en gestión administrativa y a la falta de apoyo técnico en áreas de producción y comercialización, todo esto, sumado a dificultades para acceder al crédito.

Por otro lado, como resultado de la falta de una oferta de servicios de capacitación que responda adecuadamente a las necesidades del micro empresario y del trabajador de la microempresa, existe una escasa valoración de este servicio por parte de los usuarios.

Por eso reviste una gran importancia el contar con propuestas de programa de capacitación, con metodologías específicamente diseñadas para la microempresa en general y particularmente para la ciudad de El Alto, acorde a sus propios requerimientos.⁷⁶

Es expectable que un sistema de capacitación laboral radiofónico influya sobre la calidad y la eficiencia del proceso de producción, que eleve la cualificación del trabajo y de tal manera, procure mejoras a los pequeños empresarios, sus familias y sus trabajadores. Una alta productividad de mejor calidad en bienes y servicios, podrá reformular adecuadamente la forma y magnitud de la división e integración del trabajo, las pequeñas empresas podrían así acceder a diversas posibilidades de avance tecnológico y de innovación, y así potenciarían la solución de problemas y superarían la actual improvisación, obteniendo una organización microempresarial mejor estructurada.⁷⁷

⁷⁶ PROMMI. *Manual de Metodología para Programas de Capacitación a la Microempresa*. P.1

⁷⁷ Valdich, Luis R. *Creación de una estrategia para un sistema de educación técnica profesional permanente en Bolivia*. P.6

II.5.1 Instituciones que brindan capacitación

En la Ciudad de El Alto todos los programas de capacitación dirigidos a la microempresa son por excelencia presenciales, lo cual tiene sus dificultades y su reticencia, por factores que ellos señalan, principalmente por falta de tiempo. Se puede ver el cuadro estadístico referido a esta situación. Detrás de este argumento, no necesariamente se encuentra la imposibilidad de invertir tiempo en la capacitación, sino mas bien la poca utilidad que ven los microempresarios en esa inversión y por ende en la capacitación. Por otra parte, muchas veces influyen las experiencias traumáticas o negativas de la enseñanza escolar ¿para qué sufrir de nuevo?

A continuación detallamos qué instituciones dan servicios de capacitación.

INSTITUCIONES QUE OTORGAN CAPACITACIÓN

Instituciones	Capacitación en Gestión Administrativa	Capacitación Técnico Productiva	Asesoría Técnica	ComercIALIZACIÓN	Fortalecimiento Gremial
CIDRE	X				
COMFIE			X	X	
FADES					
FIE	X	X	X		
DLACONIA					
FUNDES			X		
IDEPRO	X		X	X	X
PRISMA	X				
PROA	X				
PRODEM					
PROCREDITO	X				
SWISSCONTACT	X	X	X		
CEDLA					X
CIDEM	X				
CIPAME					
INASET	X				X
INFOCAL		X	X		
INBOPIA					
NAFIBO					
FONDOSIF					
SAT	X	X	X	X	X
UDATEL	X	X	X		
FOMDES					

Fuente: Consultas Directas

También se puede notar que el mayor esfuerzo hacia la capacitación es a la producción y a la comercialización. Entendiendo la producción como la función en la que, dada una combinación de los recursos productivos (tangibles e intangibles), se efectúa los procesos de transformación y obtención de productos. La comercialización es la función a partir de la cual la microempresa, como cualquier unidad económica, expresa o concretiza su carácter de ofertante de bienes y / o servicios a fin de realizar los resultados de su actividad, cerrando el círculo y estableciendo, en cuanto tal, su relación con el mercado.

Las instituciones que más realizan esfuerzos con programas de capacitación son FIE, IDEPRO, INFOCAL, PRO-MUJER, GREGORIA APAZA, dirigiendo con temas de Gerencia (gestión), Abastecimiento, Mayor producción, y por último comercialización.



*Educación alternativa,
necesidad sentida y real del
pueblo*

fotos de
Daniel Caspary
Jaime C...

CAPITULO III

CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS DE CAPACITACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS OBSERVADOS EN EL ALTO

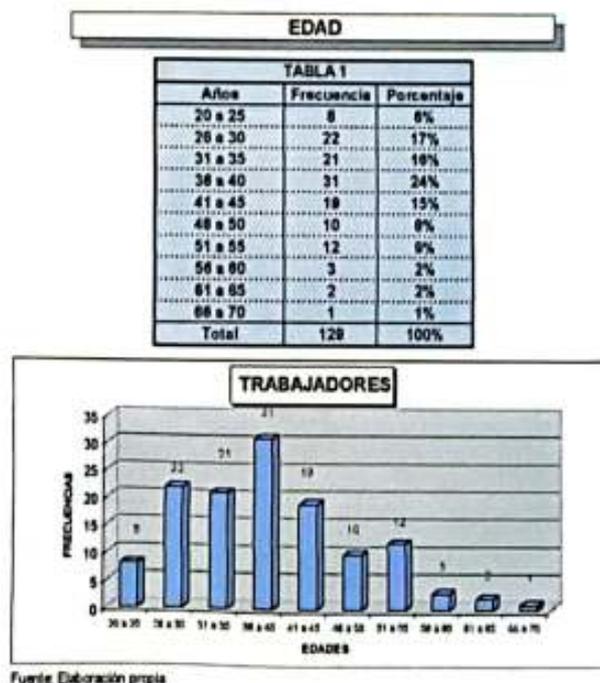
III.1	Análisis y procesamiento de los datos	73
III.1.1	Caracterización de la población observada	73
III.2	Características de los talleres microempresariales.....	79
III.3	Problemas de la producción y de la comercialización	83
III.4	Los niveles de capacitación observados	87
III.5	Requerimientos de capacitación a carpinteros y confeccionistas	90
III.5.1	Principales temas requeridos para capacitación	90
III.5.2	Requerimientos de temas de capacitación, según número de trabajadores en el taller.....	91
III.5.3	Temas de capacitación requeridos, según tamaño de la pequeña empresa y la modalidad de contratación de los trabajadores	93
III.5.4	Requerimientos de temas de capacitación según niveles de ingreso del taller	94
III.5.5	Temas de capacitación requeridos según fuente de producción de modelos.....	95
III.5.6	Requerimiento de temas de capacitación, según destino dado al crédito solicitado.....	96
III.6	La radio como una opción más para la capacitación	96
III.6.1	Talleres que escuchan radio en sus horas de trabajo.....	97
III.6.2	Emisoras radiales más escuchadas en los talleres	98
III.6.3	Horarios preferenciales para escuchar programas de capacitación	98
III.6.4	Preferencias para compartir la capacitación	100
III.7	Opiniones logradas en las entrevistas	100
III.8	Síntesis de los datos procesados: La importancia de una adecuada capacitación laboral.....	102
III.8.1	Características sociales	103
III.8.2	Características laborales	103
III.8.3	Características del diseño y de la tecnología empleada.....	105
III.8.4	Características de la capacitación del sector.....	105
III.8.5	Estimación de la radio como opción de la capacitación.....	107

CAPITULO III

CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS DE CAPACITACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS OBSERVADOS EN EL ALTO.

III.1 Análisis y procesamiento de los datos

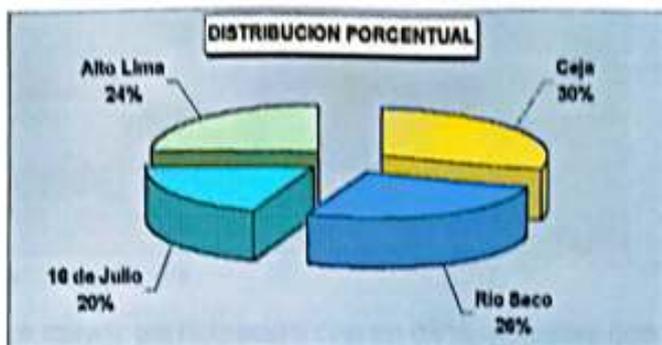
III.1.1 Caracterización de la población observada



En cuanto a la **edad** de los microempresario observados, vemos que la mayoría se encuentra entre las edades de 35 y 40 años (medios), otro grupo significativo se encuentra entre los 25 a 30 años (jóvenes) y sólo un 6% se halla entre los 55 y 70 años (mayores)

ZONAS DE ESTUDIO DE EL ALTO

Zonas	Frecuencia	Porcentaje
Ceja	38	29.46%
Rio Seco	34	26.34%
16 de Julio	26	20.14%
Alto Lima	31	24.03%
Total	129	100%

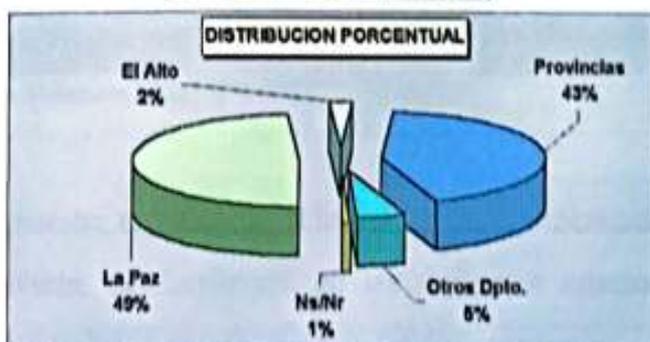


Fuente: Elaboración propia

Con relación a las zonas observadas, la concentración de los microempresarios es la siguiente: la zona de la Ceja concentra un 29.5% de los talleres, la zona de Río Seco con un 26.3%, la zona de Alto Lima concentra un 24% y la zona 16 de Julio concentra un 20,2%.

LUGAR DE NACIMIENTO

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
La Paz	63	48.84%
El Alto	3	2.33%
Provincias	56	43.41%
Otros Dpto.	6	4.65%
Ns/Nr	1	0.78%
Total	129	100%

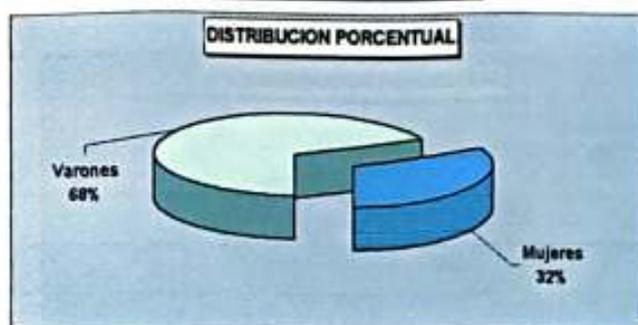


Fuente: Elaboración propia

En cuanto al lugar de nacimiento de los productores encuestados, podemos ver que la mayoría son personas de la ciudad de La Paz con 48,8% y de las provincias con un 43.4%, de El Alto sólo son originarios el 2,3% y de otros departamentos 4,7%.

SEXO DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

Género	Frecuencia	Porcentaje
Varones	88	68.22%
Mujeres	41	31.78%
Total	129	100%

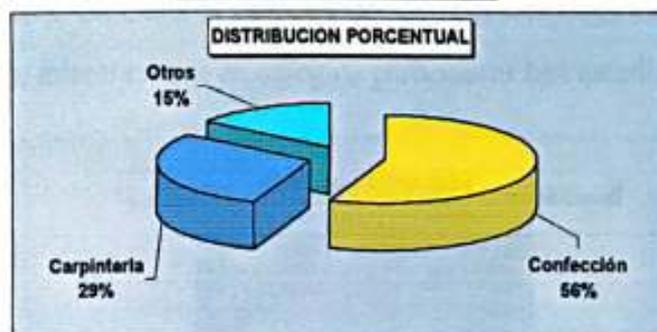


Fuente : Elaboración propia

Los varones tienen mayor participación con un 68%, mientras que el 32% son mujeres

RAMA DE ACTIVIDAD

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Confección	72	55.81%
Carpintería	38	29.46%
Otros	19	14.73%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la muestra encuestada, el sector de los microempresarios de las ramas de la confección y de carpintería, se distribuyen en las siguientes relaciones: La actividad de la confección, que cuenta con trabajos en tela, cuero y tejidos, representa un 55,8%, mientras que la carpintería, que cuenta con trabajos en madera y metálicos, representa un 29,5%, los otros se encuentran en un 14%.

EDUCACIÓN PRIVADA O PÚBLICA?

TABLA 4

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Particular	6	4,6%
Pública	119	92,2%
Ninguna	4	3,1%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

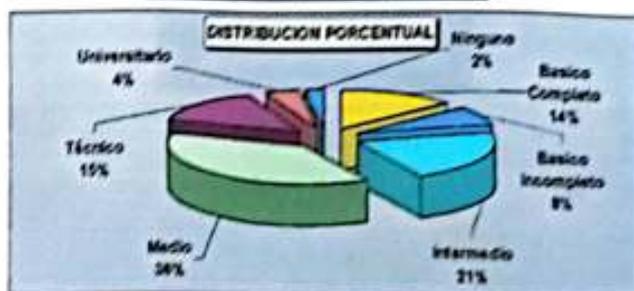
Entre los factores que inciden en la capacidad productiva de los microempresarios observados, así como en la calidad lograda en sus productos, tomamos en cuenta distintos aspectos culturales, tales como el nivel educativo y el idioma materno.

Según la muestra, obtenida la mayoría de los microempresarios, el 92,2% han estudiado en las escuelas públicas, mientras que en colegios particulares han estudiado sólo un 4,7%.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

TABLA 7

Niveles de instr.	Frecuencia	Porcentaje
Básico Completo	18	13,9%
Básico Incompleto	10	7,7%
Intermedio	27	20,9%
Medio	47	36,4%
Técnico	19	14,7%
Universitario	5	3,8%
Ninguna	3	2,3%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

El nivel de instrucción que presentan quienes estudiaron puede verse en el cuadro precedente, hasta nivel medio un 36%, seguido del nivel intermedio con un 21%, otro porcentaje del 15% representa al nivel técnico, el 14% al nivel básico completo y con básico incompleto el 8%, nivel universitario el 4% y, por último, el 2% no tiene ninguna instrucción.

IDIOMA HABLADO EN EL HOGAR Y TALLER				
Variables	TABLA 8			
	HOGAR		TALLER	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Castellano	129	100%	127	99%
Aymara	110	85%	81	82%
Quechua	7	5%	6	0%



Fuente: Elaboración propia

El 85.3% habla aymara, el 5% habla quechua, con respecto al castellano nos muestra un resultado de 100%. Esto significa que la población observada es en su totalidad bilingüe. Por otra parte son de habla predominante castellano – aymara. También podemos mencionar que en los talleres se comunican tanto en castellano como en aymara.

NUMERO DE HIJOS		
TABLA 9		
Nº de hijos	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 hijos	44	34.11%
3 a 6 hijos	58	44.96%
6 a 10 hijos	27	20.93%
Total	129	100%



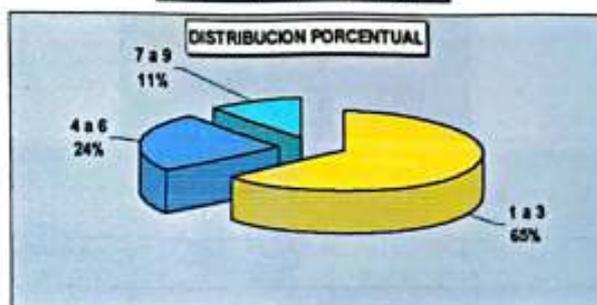
Fuente: Elaboración propia

Las familias de los productores observados son relativamente numerosas, un 45% tiene entre 3 y 6 hijos, un 21% entre 6 y 10, sólo el 34% tiene 1 y 3.

Estas familias se componen de hijos varones y mujeres. Las mujeres se insertan más en los talleres textiles y los varones se insertan más en los talleres de carpintería y otros. La mayoría de los hijos estudian.

CUANTOS DE SUS HIJOS ESTUDIAN?

TABLA 11		
Nº de Hijos	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	84	65.12%
4 a 6	31	24.03%
7 a 9	14	10.85%
Total	129	100%

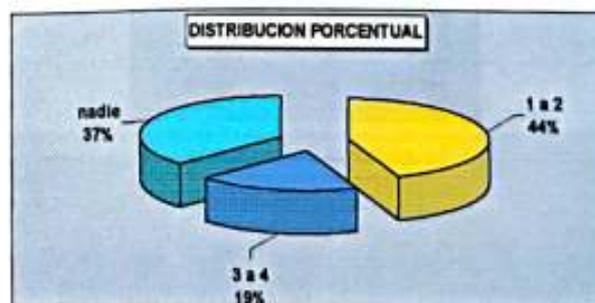


Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos, podemos observar que los microempresarios que tienen de 1 a 3 hijos costean el estudio de sus hijos tal vez con mucha más facilidad ya que presentan un 65% de hijos que estudia, esta proporción va bajando hasta un 24% para quienes tienen de 4 a 6 hijos que ya es un poco más difícil costear sus estudios, y mucho más difícil aún es costear los estudios de los hijos cuando tienen de 7 a 9, los que es representan un 11%.

HIJOS QUE TRABAJAN EN EL TALLER

TABLA 12		
Nro. Hijos	frecuencia	Porcentaje
1 a 2	57	44.19%
3 a 4	24	18.60%
nadie	48	37.21%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que de 1 a 2 hijos ayudan o trabajan en el taller, lo que es un porcentaje relativamente elevado con un 44% de representatividad. Puede verse también que un gran porcentaje de hijos pueden encontrarse estudiando, trabajando en otro lugar o bien son niños

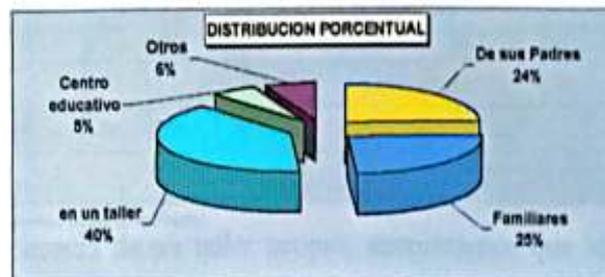
en edad escolar y esto representa un 37%. Por último, tenemos un 19% de 3 a 4 hijos que trabajan en el taller.

III.2 Características de los talleres microempresariales

COMO APRENDIO ESTE OFICIO?

TABLA 13

Aprendizaje	frecuencia	Porcentaje
De sus Padres	31	24.03%
Familiares	52	34.81%
en un taller	51	38.93%
Centro educativo	7	5.43%
Otros	8	6.20%
Total	128	100%



Fuente: Elaboración propia

El cuadro nos muestra que un considerable porcentaje, el 49%, aprendieron el oficio de sus familiares. Como aprendices en otros talleres un 40% (empíricamente), siendo sólo un 5% los que aprendieron su oficio en centros educativos (formación técnica).

HACE CUANTO TIEMPO TRABAJA EN ESTE OFICIO

TABLA 14

años	frecuencia	Porcentaje
1 a 5	23	17.83%
6 a 10	35	27.13%
11 a 15	31	24.03%
16 a 20	21	16.28%
21 a 25	9	6.98%
26 a 45	10	7.76%
Total	128	100%



Fuente: Elaboración propia

En relación con la antigüedad en el trabajo un 18% trabajan desde hace menos de 5 años, son nuevos en el oficio, el 51% trabajan entre 5 y 15 años en el oficio, el 16% trabajan por más

de 15 años y el 7% trabajan entre 20 y 25 años, encontrándose un 8% que trabajan desde hace 25 a 45 años. Considerados juntos estos dos últimos grupos suman un 15% que tiene antigüedad en su oficio.

HACE CUANTO TIEMPO TRABAJA EN SU TALLER PROPIO?

años	frecuencia	Porcentaje
1 a 5	51	38.53%
6 a 10	38	27.91%
11 a 15	27	20.93%
16 a 20	8	6.20%
21 a 25	8	6.65%
25 a más	1	0.78%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la tenencia de un taller propio, encontramos que sólo un 12% tiene talleres antiguos, con más de 16 hasta 25 y más años. Con una distribución bastante equitativa, los talleres propios tienen menos antigüedad, el 40% tiene menos de 5 años de existencia en general. El crecimiento del número de talleres parecería corresponder al crecimiento de la desocupación por las medidas económicas adoptadas desde 1985.

CUANTAS HORAS AL DÍA TRABAJA?

años	frecuencia	Porcentaje
1 a 5	17	13.18%
6 a 10	83	64.34%
11 a 15	20	15.50%
16 a 20	9	6.98%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

Las horas de trabajo al día de los microempresarios de la confección y carpintería, varían según las épocas de mayor o menor demanda. Un 43% trabaja hasta 8 horas, un 18% trabajan de 8 a 10 horas y un 12% trabajan más de 10 horas, donde es más frecuente 12 horas, tomando en cuenta las temporadas de más venta o de pedidos especiales.

CUANTAS HORAS TRABAJAN EN SU TALLER?

TABLA 17

Horas	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	17	13.18%
6 a 10	83	64.34%
11 a 15	20	15.50%
16 a 20	9	6.98%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

Observamos que la mayoría, el 64% de los microempresarios trabajan entre 6 a 10 horas cada día, un 16% trabajan entre 11 y 15 horas, un 13% trabaja de 1 a 5 horas y por último un 7% manifiesta trabajar entre 16 y 20 horas.

CUANTOS TRABAJAN EN SU TALLER?

TABLA 18

Operarios	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	90	69.77%
4 a 6	33	25.58%
7 a 9	5	3.88%
9 a más	1	0.78%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta el número de operarios que trabaja en las microempresas, podemos ver que en un 33% de los talleres trabajan sólo 2 personas, en un 17% trabajan con un solo trabajador, en el 19% con tres trabajadores, con el 10% con 4 trabajadores, lo que significa que la gran mayoría, un 70%, están considerados como pequeños talleres. Un 12% cuenta con 5 trabajadores, el 6% entre 6 y 9 trabajadores, los que están considerados como empresas medianas. Encontramos sólo un caso de 33 trabajadores, considerándose como una empresa grande.

CUANTOS TRABAJAN EN SU TALLER DE SUS FAMILIARES

Familiares	frecuencia	Porcentaje
1	14	10.85%
2	13	10.08%
3	3	2.33%
4	1	0.78%
nada	96	75.97%
Total	128	100%

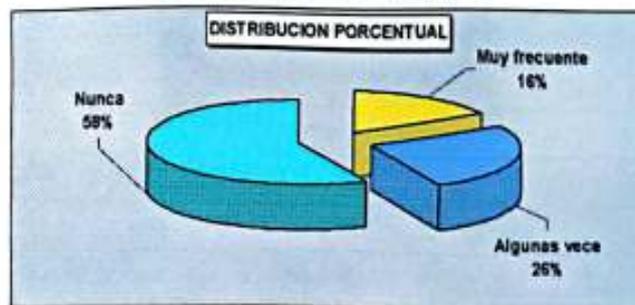


Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, interesa tomar en cuenta que solamente en un 23% de los talleres trabajan hasta 3 familiares, mientras que en la mayoría, en un 73%, contratan trabajadores no familiares.

TRABAJADORES FUERA DEL TALLER

Contratistas	frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	21	16.28%
Algunas veces	34	26.56%
Nunca	74	57.38%
Total	128	100%



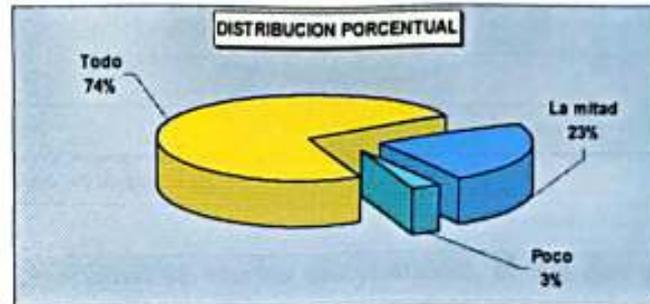
Fuente: Elaboración propia

En general, es poco frecuente el dar trabajo a realizar fuera del taller, un 58% lo requieren algunas veces, en un 26% requieren dar trabajo fuera durante algunos meses en que la demanda crece, y un 16% lo hace frecuentemente.

III.3 Problemas de la producción y de la comercialización

VENDE TODO LO QUE PRODUCE?

TABLA 21		
Ventas	frecuencia	Porcentaje
Todo	85	73.64%
La mitad	30	23.28%
Poco	4	3.10%
Total	129	100%

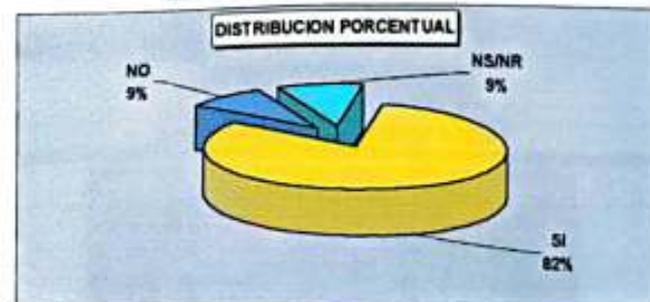


Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a la comercialización, un 74% de los microempresarios vende todo lo que produce, el 23% vende sólo la mitad de lo que produce y por último el 3% de los microempresarios manifiestan que vende muy poco de lo que produce.

VENDE DIRECTAMENTE?

TABLA 22		
Variables	frecuencia	Porcentaje
SI	106	82.17%
NO	11	8.53%
NS/NR	12	9.30%
Total	129	100%



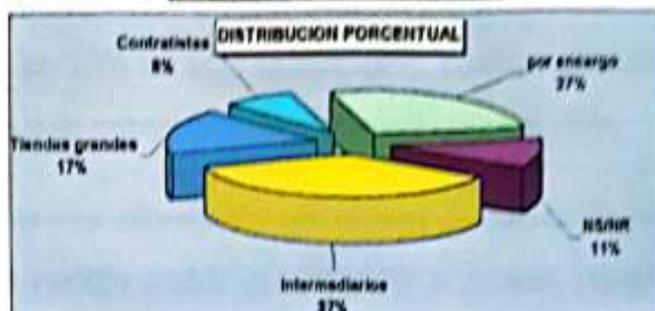
Fuente: Elaboración propia

Podemos decir que el 82% de los microempresarios venden directamente sus productos y un 9% no vende directamente y, por último, un 9% no dio respuesta a dicha pregunta.

A QUIENES VENDE SU PRODUCTO?

TABLA 31

Compradores	Frecuencia	Porcentaje
Intermediarios	48	37,31%
Tiendas grandes	32	17,65%
Contratistas	10	7,75%
por encargo	55	27,19%
NS/R	14	10,85%
Total	128	100%



Fuente: Elaboración propia

El 52% de estos productos se venden directamente, el 9% dan a vender en consignación, un 37% vende a intermediarios, muestra que tanto los confeccionistas como los carpinteros envían considerable cantidad de su producción al interior del país y a las fronteras de Argentina y de Perú.

El 36% producen por contrato o encargo de clientes, mientras que el 17% ofrece a tiendas grandes de la ciudad.

Según los datos obtenidos, observamos que el 27% de los microempresarios venden en puestos de venta, el 24% en el mismo taller, el 22% en ferias, el 25% en otros lugares y por último el 2% no respondieron a la pregunta en cuestión.

LOS MODELOS DE DONDE SACA?

TABLA 28

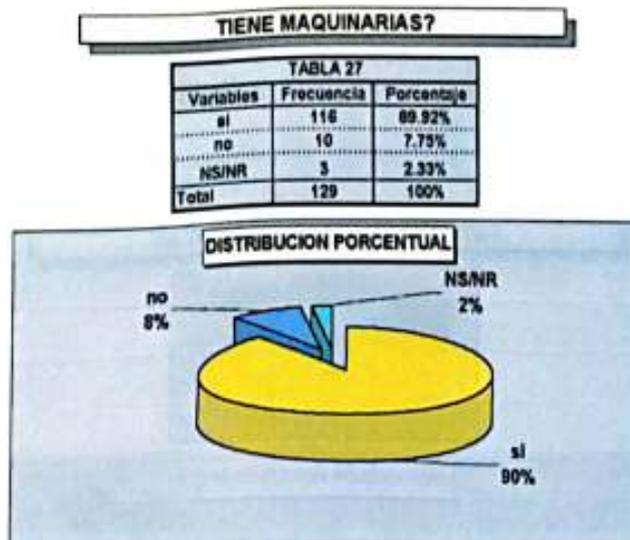
Modelos	Frecuencia	Porcentaje
Creatividad Personal	72	56,00%
De Catálogos	32	25,00%
Al gusto del cliente	31	24,00%
De otros talleres o negocios	27	21,00%



Fuente: Elaboración propia

Una cuestión importante que se relaciona precisamente con la capacitación de los productores es la fuente de los modelos que se trabajan, en 56% de casos los modelos son de creatividad personal, es decir, de los propios microempresarios, en un 24% los realizan al gusto del cliente, mientras que un 25% los saca de catálogos. También se presentan quienes copian los modelos de otros talleres o de negocios, los cuales representan el 21%.

Si correlacionamos esta información con el nivel de instrucción de los productores, vemos que el menor grado de estudio podría corresponder a quienes copian de otros los modelos, mientras que aquellos que han realizado más estudios son capaces de crear y de interpretar diseños requeridos por el cliente.

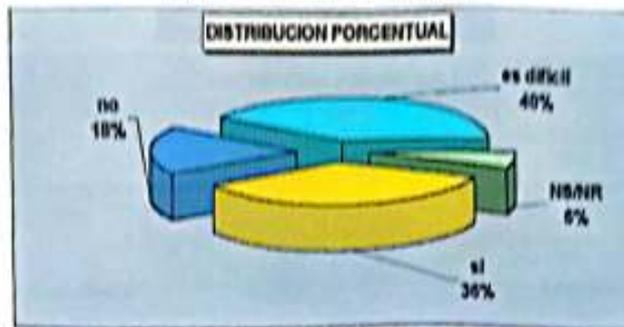


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los recursos de los talleres, el 90% de las microempresas cuenta con algún tipo de maquinaria de trabajo para sus diferentes tipos de actividad. Sólo el 8% no cuenta con maquinarias.

ALCANZA LO QUE GANA PARA MEJORAR EL NEGOCIO?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
si	46	35.66%
no	23	17.83%
es difícil	50	40.31%
NS/NR	0	0.00%
Total	129	100%

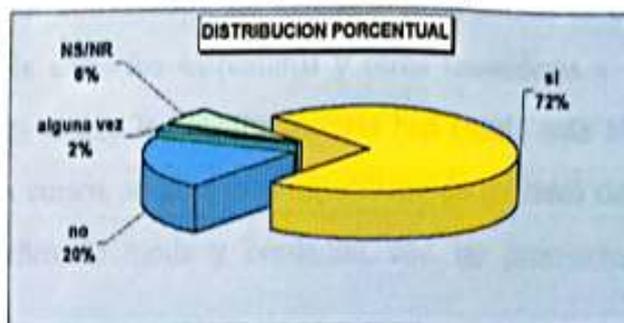


Fuente: Elaboración propia

Observamos que para la mayor parte de los microempresarios es muy difícil mejorar el negocio con lo que gana, un 40% opinó de esta manera. El 36% opinó que si es posible mejorar el negocio con lo que gana, pero lo destina para comer y pagar deudas. Sólo un 18% manifestó que no era posible.

HA TENIDO ALGUNA VEZ CREDITO?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
si	93	72.09%
no	26	20.16%
alguna vez	2	1.55%
NS/NR	0	0.20%
Total	129	100%

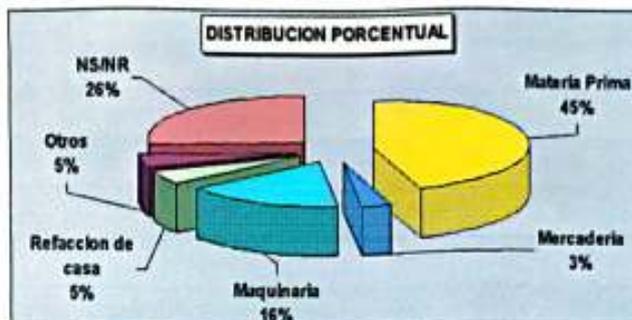


Fuente: Elaboración propia

El 72% de los microempresarios consultados nos manifiestan que el crédito es importante para el desarrollo de las actividades de la microempresa, sólo el 20% dice que no es necesario el crédito más que alguna vez

PARA QUE PIDIO EL CREDITO?

TABLA 30		
Inversión	Frecuencia	Porcentaje
Materia Prima	58	44.90%
Mercadería	4	3.10%
Maquinaria	21	16.28%
Refaccion de casa	8	6.25%
Otros	8	6.25%
NS/NR	34	26.36%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

Respecto al destino de los créditos, el 48% de los prestatarios manifiesta haberse prestado dinero para adquirir materia prima ó mercaderías, el 16% solicitó para maquinarias y el 10% utilizó ese dinero para refacción de la casa o algún otro uso. Todos los créditos mencionados en estos casos fueron otorgados en su totalidad por Banco Sol y las financiadoras.

III.4 Los niveles de capacitación observados

Realizada la encuesta, hemos podido observar que una considerable mayoría, el 65 % de los pequeños empresarios consultados, no han asistido a cursos de capacitación, mostrándose más notoria esta carencia entre los carpinteros y otros (comideras y cerrajeros) que entre los confeccionistas.⁷⁸ Ciertamente es que los confeccionistas han tenido más asistencia por parte de las ONG's especializadas en cursos sobre temas específicos de su rama de actividad, como corte y confección, tejidos, diseños de moda y bordados, con las promociones de las máquinas de bordados automáticos.

Respecto a la ayuda que significó para el mejoramiento de su trabajo y, por tanto, de sus ingresos, más el 54 % respondió que efectivamente le ayudó mucho, solamente un 28 % consideró poca la ayuda representada por los mismos.

⁷⁸ Ver Cuadro 31.

TABLA 31

		RAMA DE ACTIVIDAD			Total
		CONFECCION	CARPINTERIA	OTROS	%
		%	%	%	%
HA TENIDO ALGÚN CURSO DE CAPACITACIÓN?	SI	42.00%	27.30%	23.50%	35.10%
	NO	57.40%	72.70%	76.50%	64.90%
LE AYUDO EN SU TRABAJO EL CURSO DE CAPACITACIÓN?	MUCHO	64.00%	60.00%	100.00%	65.70%
	POCO	36.00%	40.00%		33.30%
TUVO DIFICULTADES PARA CONTINUAR ESOS CURSOS?	SI	61.00%	71.40%	77.80%	65.60%
	NO	39.00%	28.60%	22.20%	34.40%
QUÉ DIFICULTADES HA TENIDO Ó TUVO PARA CONTINUAR?	FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS	7.90%		30.80%	10.00%
	FALTA DE TIEMPO	47.40%	47.40%	38.60%	45.70%
	NO TENÍA CONOCIMIENTOS BÁSICOS	21.10%	5.30%		12.90%
	NO SE LEER NI ESCRIBIR	2.60%			1.40%
	OTROS	21.10%	47.40%	30.80%	30.00%

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas

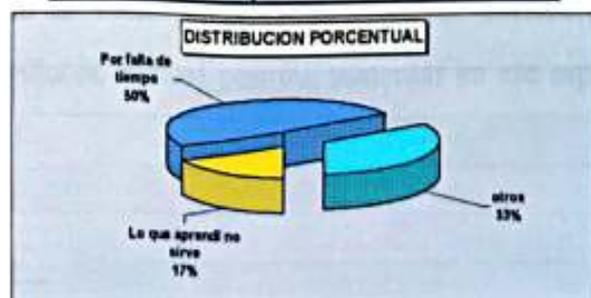
Es notorio que tuvieron grandes dificultades para seguir y completar los escasos cursos a los que accedieron. La dificultad mayor manifestada en todos los casos es la **falta de tiempo** para asistir, un 46 % lo manifestó de ese modo. Han pesado en ello también otras causas, como la auto estimación de que carecían de los conocimientos básicos para asimilarlos. Debemos aquí tener en cuenta que hemos observado la prevalencia del nivel básico de educación, en muchos casos incompleto, entre los más pequeños de los productores de este sector. En un considerable porcentaje, un 30 %, incidieron otras causa no discriminadas por el cuestionario aplicado.

A fin de ratificar la información recogida, el siguiente cuadro confirma los datos anteriores acerca de que la **falta de tiempo** es una de las causas fundamentales por la cual los pequeños empresarios no asisten a los cursos de capacitación para su rama de actividad, a pesar de estar informados de ellos.

POR QUE NO LE GUSTARIA ASISTIR A UN CURSO DE CAPACITACION?

TABLA 32

Variables	frecuencia	Porcentaje
Lo que aprendi no sirve	2	16.67%
Por falta de tiempo	6	50.00%
otros	4	33.33%
Total	12	100%



Fuente: Elaboración propia

Este panorama nos apoya en la presente propuesta de elaborar un sistema de capacitación que no les signifique el abandono de sus talleres, en los cuales, por las insuficientes condiciones de tecnología que observamos en los incisos anteriores, así como por la carencia de sistemas adecuados de administración y control de la producción, la presencia del “maestro” o “patrón” se hace indispensable.

Nos interesó para los fines de la presente investigación y propuesta, indagar acerca del acceso que disponían a la información sobre cursos de capacitación dictados en El Alto.

Encontramos que un 60 % de estos pequeños productores recibe la información respectiva preferentemente por las radioemisoras más escuchadas en el taller y, como podemos observar en el cuadro, la televisión (23%) y los amigos (17%) juegan un importante papel en la difusión de la capacitación disponible.⁷⁹



Fuente: Elaboración propia

La observación acerca del medio por el que más llega información de interés laboral a estos talleres muestra que la radio efectivamente es el conducto preferencial para llegar masivamente a estos trabajadores, lo cual permite sustentar en ese aspecto la propuesta detallada en el anexo correspondiente..

⁷⁹ Cuadro 44 con detalles por rama de actividad.

III.5 Requerimientos de capacitación a carpinteros y confeccionistas

Para elaborar programas efectivos de apoyo y de capacitación para la pequeña empresa, es importante comprender las características específicas de este segmento de la actividad productiva, así como también considerar las necesidades expresadas por los propios interesados de acuerdo a sus experiencias y expectativas.

A fines de sustentar los temas prioritarios en la investigación requerimos, a través de la encuesta realizada, que los interesados nos informen acerca de sus necesidades y preferencias, al tiempo de presentarles la alternativa hipotética de cursos radiofónicos a través de las emisoras que escuchan habitualmente y en los horarios más funcionales a tal fin.

Observamos en los incisos anteriores de este capítulo que los principales problemas de las pequeñas empresas observadas son: la precariedad de sus talleres, la limitación en las ventas, así como la incipiente, improvisada y circunstancial posibilidad de efectuar exportaciones.

III.5.1 Principales temas requeridos para capacitación

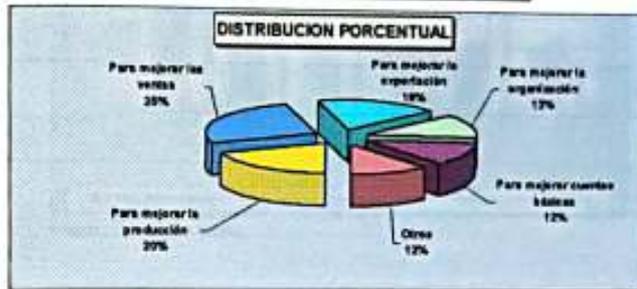
Ello nos permite comprender la respuesta ante el requerimiento acerca de los temas más necesarios en los que quisieran capacitarse estos productores. De manera coherente, la demanda principal la constituye la ampliación de sus conocimientos en lo que se refiere a mejoramiento de las ventas (26 %) y de la producción (20 %), así como los que le permitan mayor claridad acerca de los mecanismos de exportación de sus productos (18 %).

En cuanto al requerimiento acerca del mejoramiento de la producción, podemos estimar, por entrevistas realizadas paralelamente a la encuesta, que en los carpinteros se concentran en asesoramientos técnicos tales como el tratamiento y secado de la madera, las técnicas de laqueado

y barnizado actualizadas a los últimos insumos existentes en el mercado, así como a los tipos de maquinarias disponibles, sus costos y su utilización.⁸⁰

QUE TEMAS DE CAPACITACION DESEARIA ESCUCHAR POR RADIO?

TABLA 35		
Cursos	Frecuencia	Porcentaje
Para mejorar la producción	49	19,52%
Para mejorar las ventas	65	25,90%
Para mejorar la exportación	45	17,83%
Para mejorar la organización	32	12,75%
Para mejorar cuentas básicas	31	12,35%
Otros	29	11,55%
Total	251	100%



Fuente: Elaboración propia

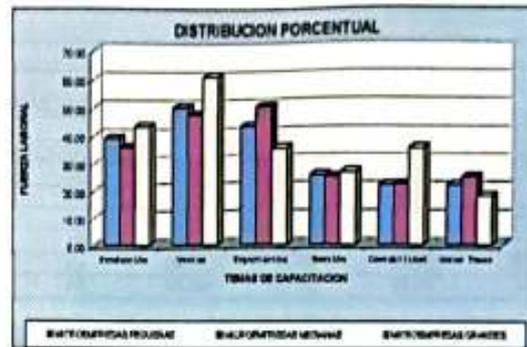
III.5.2 Requerimientos de temas de capacitación, según número de trabajadores en el taller.

Si tomamos en cuenta la diferenciación de las pequeñas empresas por la cantidad de trabajadores que ocupa, según la categorización explicitada en el capítulo anterior, podemos analizar la distribución de las temáticas de capacitación requeridas según los talleres más pequeños, medianos y más grandes.

⁸⁰ Los temas preferenciales en la rama de la confección pueden apreciarse en el Cuadro 44.

FUERZA LABORAL POR TEMAS DE CAPACITACION

TEMAS	INCREMENTOS		
	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES
Producción	38.28	35.90	43.48
Ventas	50.00	47.44	60.87
Exportación	43.86	50.00	34.78
Calidad	23.00	24.39	28.00
Contabilidad	21.43	21.78	34.78
Otros Temas	21.43	24.39	17.39



Fuente: Elaboración propia

Estos datos nos permiten sacar algunas conclusiones respecto a la funcionalidad de los temas requeridos. Evidentemente la expectativa central se concentra en capacitación para mejorar las ventas, problema principal en los tres niveles de productores.

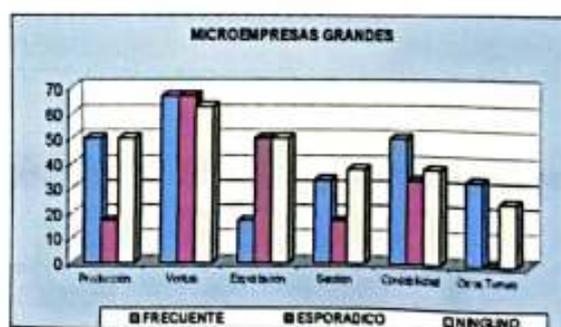
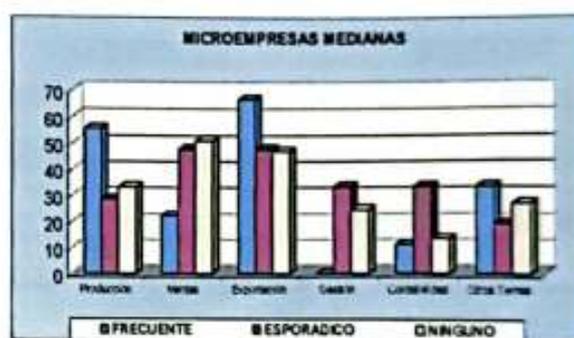
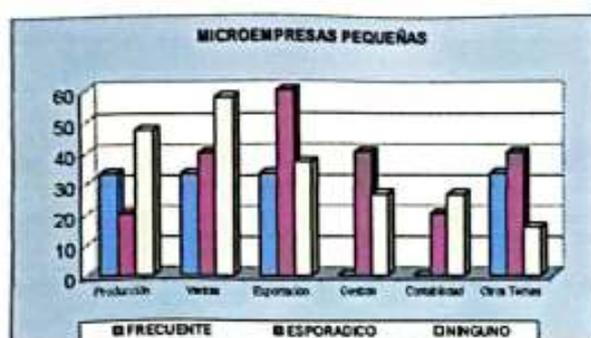
Nos resulta interesante observar que los pequeños y medianos productores, que hemos visto anteriormente, realizan sus productos en las ferias locales personalmente o por intermediarios, manifiestan la perspectiva de acceder a algunas formas de exportación, como vía para mejorar sustancialmente sus ventas y crecer en cuanto producción, mejorando así sus ingresos y condiciones de vida familiares.

Por el contrario, los talleres más grandes, que han tenido ya algún acceso a la exportación al menos a países limítrofes a través de intermediarios, presentan expectativas de capacitarse para mejorar su producción y ventas, así como acceder a sistemas de contabilidad que les permitan una mejor administración de los ingresos.

III.5.3 Temas de capacitación requeridos, según tamaño de la pequeña empresa y la modalidad de contratación de los trabajadores

TABLA 37

	CAPACIDAD DE CONTRATO								
	MICROEMPRESAS PEQUEÑAS			MICROEMPRESAS MEDIANAS			MICROEMPRESAS GRANDES		
	C/ CONTRATO		S/ CONTRATO	C/ CONTRATO		S/ CONTRATO	C/ CONTRATO		S/ CONTRATO
	FRECUENTE	ESPORADICO	NINGUNO	FRECUENTE	ESPORADICO	NINGUNO	FRECUENTE	ESPORADICO	NINGUNO
Producción	33.33	20	47.37	55.56	28.57	33.33	50	15.67	50
Ventas	33.33	40	57.89	22.22	47.62	51.11	66.67	66.67	62.5
Exportación	33.33	60	36.84	66.67	47.62	48.67	15.67	50	50
Gestión	0	40	26.32	0	33.33	24.44	33.33	15.67	37.5
Contabilidad	0	20	26.32	11.11	33.33	13.33	50	33.33	37.5
Otros Temas	33.33	40	15.79	33.33	19.05	26.67	33.33	0	25



Fuente: Elaboración propia

Los gráficos presentados a continuación, emergentes del Cuadro N° 32 nos permiten apreciar de manera comparativa la diversificación temática de la demanda de capacitación, según las categorías de microempresas determinadas en base a la cantidad de trabajadores con que cuentan y a la modalidad de contratación de los trabajadores, si es frecuente, si es esporádica cuando surgen pedidos considerables o si no contrata fuerza de trabajo auxiliar en ningún caso.

Esta presentación de los datos nos permite ratificar la distribución de la demanda vista en el cuadro anterior, pero además, corroborar que la expectativa de acceder a alguna forma de

ampliación de las ventas como es la exportación, es paralela a la expectativa consecuente: la posible contratación para ello de trabajadores de manera esporádica en función de una mayor venta posible.

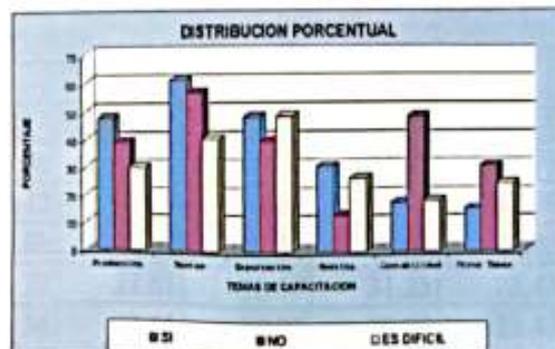
III.5.4 Requerimientos de temas de capacitación según niveles de ingreso del taller

En cuanto al requerimiento de capacitación en temas específicos en relación al nivel de ingresos actuales y a las posibilidades de mejoramiento de sus talleres, la información, en cierta medida nos ratifica los datos anteriormente presentados.

A quienes los ingresos difícilmente les permite mejorar sus condiciones de trabajo, los temas preferenciales son los que le permitiría mejorar esos ingresos, exportación y ventas. A quienes definitivamente manifiestan que los ingresos no les alcanzan para mejorar el taller, les interesa más intensamente el sistema de ventas y de contabilidad. Los que manifiestan estar satisfechos con sus ingresos pues les permiten mejoras, ratifican su opción por la capacitación en ventas, producción y exportación.

ALCANZA LO QUE GANAS PARA MEJORAR EL NEGOCIO?

TEMAS	ALCANZA LO QUE GANAS PARA MEJORAR EL NEGOCIO EN %?		
	SI	NO	ES DIFICIL
Producción	47.8%	38.1%	31
Ventas	60.8%	34.5%	43
Exportación	47.8%	38.1%	46
Gestión	30.4%	33.9%	29
Contabilidad	17.5%	47.8%	18
Otros Temas	18.2%	30.4%	24



Fuente: Elaboración propia

III.5.5 Temas de capacitación requeridos según fuente de producción de modelos

Se tomó en cuenta en el proceso de observación de estas ramas de la pequeña producción un factor que anteriormente lo relacionamos con el nivel de instrucción de los pequeños productores: la fuente de donde surgen los modelos producidos tanto en la confección como en carpintería. Ahora nos interesó relacionar este aspecto con la preferencia de temas demandados para una posible capacitación accesible.

Quienes no crean sus propios modelos prefieren especialmente ventas y exportación, los que sí los crean tienen mayor preocupación por la capacitación productiva. Quienes no sacan los modelos de catálogos prefigurados, tienen más expectativas de capacitación productiva que los que se manejan con ellos. Quienes producen más bien bajo las demandas de los clientes, lo cual implica también creatividad e interpretación de los diseños, prefieren más la capacitación en procesos productivos que quienes se sujetan a reproducir modelos de catálogos.

En conclusión, vemos que los productores que manifiestan mayores niveles de creatividad en su trabajo son los que requieren más capacitación en técnicas de producción, entre las cuales se encuentra el diseño y los estilos.

TABLA 39

	Los Modelos: Creatividad Personal		Los Modelos: de Catálogo		Los Modelos: del Cliente		Los Modelos: de Otros Talleres	
	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI
Producción	31.58	43.06	40.21	31.25	36.73	41.94	37.25	40.74
Ventas	49.12	51.39	52.58	43.75	47.96	58.06	52.94	40.74
Exportación	43.86	47.22	47.42	40.63	42.86	54.84	47.06	40.74
Gestión	26.32	23.61	22.68	31.25	22.45	32.26	24.51	25.93
Contabilidad	24.56	23.61	25.77	18.75	23.47	25.81	26.47	14.81
Otros Temas	29.82	16.67	22.68	21.88	24.49	16.13	18.63	37.04

Fuente: Elaboración propia

III.5.6 Requerimiento de temas de capacitación, según destino dado al crédito solicitado

Sin duda que si correlacionamos los requerimientos de temas específicos para una posible capacitación adecuada a sus necesidades, con el uso o destino dado a los créditos que han solicitado y obtenido en su desempeño, nos encontramos con la ratificación de los aspectos más demandados de la capacitación: el acceso a la exportación y los sistemas de mejoramiento de las ventas, los que les permitiría aumentar los ingresos y enfrentar los créditos utilizados y ampliarlos tal vez.

Temas	PARA QUE PEDISTE CREDITO ?				
	Materia Prima	Mercadería	Maquinaria	Refacción Casa	Otros
Producción	36.21	25.00	28.57	33.33	0.00
Ventas	48.28	25.00	52.38	66.67	33.33
Exportación	44.83	25.00	52.38	66.67	83.33
Gestión	24.14	0.00	52.38	16.67	0.00
Contabilidad	18.97	50.00	19.05	16.67	16.67
Otros Temas	17.24	50.00	23.81	66.67	50.00

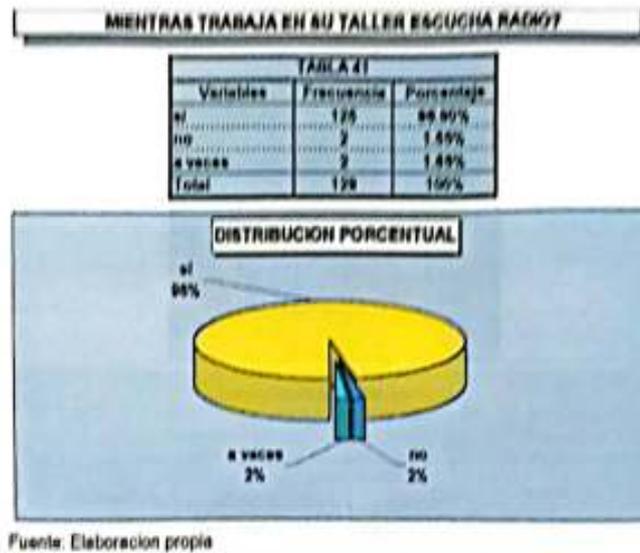
Fuente: Elaboración propia

III.6 La radio como una opción más para la capacitación

En función de la investigación y de la propuesta hipotética que ésta sustenta, se indagó a través de la encuesta las variables que nos han de permitir proyectar adecuadamente un programa de capacitación para este sector de trabajadores de El Alto.

La primera cuestión que hemos tomado en cuenta es si se escucha la radio en los talleres durante las horas de trabajo, lo cual nos mostró resultados afirmativos en un 96 % de los casos. Asimismo, frente a la propuesta de proyectar programas de capacitación para esas ramas de actividad, si resultara de su interés, nos arrojó un 94 % positivo, con lo cual concluimos que la opción resulta válida.

III.6.1 Talleres que escuchan radio en sus horas de trabajo



Esta respuesta nos permite tener claro que la radio es la compañía permanente de la casi totalidad e los pequeños productores, por lo cual vemos que el medio supuesto como más adecuado para la capacitación está acertado.

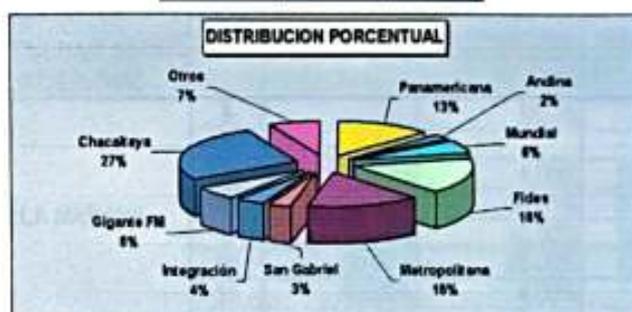


Confirma más aún la hipótesis, la respuesta afirmativa generalizada a la pregunta acerca de que si le gustaría recibir capacitación específica por dicho medio. A partir de aquí se inicia la búsqueda de sus preferencias.

III.6.2 Emisoras radiales más escuchadas en los talleres

QUE EMISORA ESCUCHA CON MAYOR FRECUENCIA EN SU TALLER?

TABLA 43		
Radio	Frecuencia	Porcentaje
Panamericana	17	13.18%
Andina	3	2.33%
Mundial	6	4.65%
Fides	21	16.36%
Metropolitana	20	15.50%
San Gabriel	4	3.10%
Integración	5	3.88%
Gigante FM	8	6.20%
Chacaltaya	34	26.34%
Otros	9	6.98%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la preferencia de radioemisoras, las respuestas globalmente han señalado a Chacaltaya como la más escuchada (26 %), siguiéndole en preferencia Metropolitana y FIDES, ambas con el 16 %, Panamericana presenta una preferencia menor (13%).

Si desagregamos esa información por rama de actividad, observamos que se mantiene la preferencia definida por Chacaltaya, tanto en carpinteros como en confeccionistas y otros, comideras y cerrajeros, definiéndose la segunda preferencia por Metropolitana también en ambas ramas de actividad, mientras que comideras y cerrajeros manifiestan su segunda opción para FIDES.⁸¹

III.6.3 Horarios preferenciales para escuchar programas de capacitación

En lo que respecta a los horarios más adecuados para transmitir programas del interés laboral de los trabajadores de los pequeños talleres, vemos que mayoritariamente (50%) prefieren

⁸¹ Ver Cuadro N° 40.

la tarde, a las 15:00 Hrs. Con una segunda alternativa a las 20hs, al finalizar la jornada (44,4%). Por rama de actividad los confeccionistas anteponen (61%) las 15:00 Hrs. a las 20:00 Hrs. (50%), mientras que los carpinteros lo prefieren entre las 19 y 20:00 Hrs. en un 67%, mientras que el 50% estima que sería mas adecuado a las 15:00 Hrs. Es comprensible que las comideras lo escucharían mejor en las mañanas (50%)⁸²

Horarios preferenciales para programas de capacitación

EN QUE HORARIOS PREFIERE ESCUCHAR ESOS PROGRAMAS	Horas	RAMA DE ACTIVIDAD		
		CONFECCION	CARPINTERIA	OTROS
		%	%	%
POR LA MAÑANA	5		8.00%	
	6	2.50%		
	7	10.00%	4.00%	16.70%
	8	25.00%	28.00%	50.00%
	9	20.00%	12.00%	16.70%
	10	30.00%	28.00%	16.70%
	11	10.00%	4.00%	
	12	2.50%	16.00%	
POR LA TARDE	13	5.60%		
	14	16.70%	12.50%	50.00%
	15	61.10%	50.00%	25.00%
	16	5.60%	25.00%	
	17	11.10%	12.50%	25.00%
POR LA NOCHE	18	6.30%		20.00%
	19	12.50%	33.30%	20.00%
	20	50.00%	33.30%	40.00%
	21	25.00%	16.70%	
	22	6.30%	16.70%	
	23			
	24			20.00%
Horario Preferencial		15:00 Pm.	15:00 Pm.	14:00 Pm.

Fuente: Elaboración propia

Nos pareció interesante a fines de optimizar la programación proyectada para capacitación por rama de actividad, analizar las expectativas acerca de las modalidades en las que a los trabajadores les gustaría recibir los programas de capacitación, si compartir con la familia u operarios o aprovecharlos solo.

⁸² Ver Cuadro Preferencias de Horarios para Capacitación, según rama de actividad.

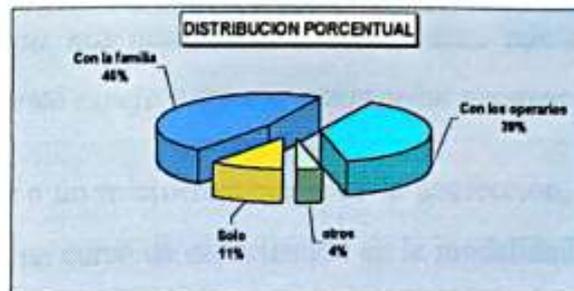
III.6.4 Preferencias para compartir la capacitación

Esta opción nos revela claramente que el pequeño empresario no concibe su trabajo en forma individual, sino que los beneficios de la capacitación al corresponder a todos permitirán una elevación de la calidad de la producción de su taller y, por consiguiente, éste generará mayores ingresos.

Otro rasgo, coincidente con la caracterización de los talleres realizada en los incisos anteriores del presente capítulo, nos ratifica la estructura predominantemente familiar de los mismos, así como el carácter gremial artesanal con que aún se concibe a los operarios, como “aprendices” u “oficiales” en proceso de incorporarse al gremio.

CON QUIEN LE GUSTARIA ESCUCHAR ESOS CURSOS DE CAPACITACION?

TABLA 44		
Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Solo	14	10.85%
Con la familia	60	46.51%
Con los operarios	50	38.76%
otros	5	3.88%
Total	129	100%



Fuente: Elaboración propia

III.7 Opiniones logradas en las entrevistas

Entrevistado el Encargado de Capacitación y Responsable del Programa de los Bonos de Capacitación del PROCAL, hemos recibido una respuesta positiva hacia la propuesta, en los siguientes términos: *“...lamentablemente no les estamos dando una respuesta adecuada (a los microempresarios), como ellos quieren, lo que significa que la oferta debe adecuarse al mercado demandante... en los cursos, metodologías, características... van a tener más efecto en la capacitación cuando se adecuen eficientemente”*.

PROCAL ha sido encomendado por el Viceministerio de la Microempresa a implementar el Programa de Bonos de Capacitación, el cual prevé la asignación de medias becas, lo que significa 120 Bs., a los microempresarios que asistan a cursos de capacitación en diversas instituciones específicas. Según la estimación del Responsable de dicho Programa: *"...en la primera etapa colocamos 1000 bonos de capacitación, habilitados en 20 instituciones... todas estas metas las rebasamos(...) Experiencias de este mismo nivel que tenemos aquí, en otros países como Uruguay, Paraguay, Chile y otros, han dado óptimos resultados"*.

No obstante esta apreciación del responsable del Programa de Bonos, un artesano carpintero entrevistado manifestó: *"A veces no podemos asistir a los cursos que dan en La Ceja o en los Institutos, no podemos salir de nuestros talleres porque tenemos que entregar los trabajos y si no el cliente se enoja"*. Lo cual nos evidencia que el microempresario se ve imposibilitado de asistir a cursos presenciales, no sólo por la erogación que le significan o por el tiempo que abandona su taller, sino por la propia lógica de la producción, puesto que trabajan por encargo a plazos determinados, no pudiendo delegar su responsabilidad en los operarios, a riesgo de perder los clientes. Sin embargo manifiestan necesitar de la capacitación para mejorar la calidad de la producción: *"Quisiera que mis muebles sean más finos... con acabado fino, ahora se están haciendo bien y parece como espejo y así nos comprarían nuestros muebles"*.

De una entrevista a un microempresario de la confección, podemos deducir las ventajas por las cuales estimarían un curso de capacitación en la modalidad radiofónica, dado que ello les permitiría mejorar su trabajo: *"Me gustaría que den esos cursos y yo escucharía, no saldría de mi taller para ir a aprender, sería muy bueno y no tendríamos que pagar nada por aprender, yo quisiera que siga adelante (con su propuesta) y nos avise cuando den los cursos para escuchar con los operarios y mi familia"*.

Analizando las metodologías empleadas en capacitación de microempresarios, conversamos con el encargado de IDEPRO de El Alto acerca de la capacitación radiofónica para este sector, recogiendo su opinión: *"Cuando usted me lo comentaba parecía una idea no muy acertada, pero lo he ido pensando y me parece una idea fantástica(...) no hay cursos específicos para el sector y menos por radio, por eso creo que es una propuesta interesante capacitar por radio, porque uno de los problemas con que tropezamos con el microempresario es su tiempo y*

con esta propuesta se estaría rompiendo esta barrera, por ese lado es muy bueno capacitar por radio, pero le recomiendo especificar qué temas, horarios, días..."

Todos estos elementos de opinión recogidos de las partes implicadas e interesadas en la capacitación del sector, nos permiten comprender la importancia que llegaría a tener la implementación de cursos de capacitación radiofónica en los horarios y emisoras de preferencia, puesto que vemos que ni siquiera la compensación económica del tiempo invertido llegaría a posibilitar totalmente la asistencia sistemática de los artesanos a cursos presenciales, ya que la lógica propia de la producción artesanal implica otro tipo de relación, no sólo económica, con el cliente.

A través de la experiencia lograda en el contacto con el trabajo en el sector y la constatación realizada con la recolección de información mediante las entrevistas, se puede evidenciar los siguientes aspectos:

Se ha constatado que los microempresarios no tienen costumbre de asistir a cursos presenciales puesto que su asistencia en el trabajo del taller es imprescindible en su lógica, no teniendo hábito de leer y escaso tiempo disponible durante el día, a pesar de que tienen conocimiento de la realización de cursos que se dan en diversas instituciones privadas o estatales. Por su forma de vida y de trabajo requieren una modalidad de capacitación que sea más acorde con su **tiempo disponible**, primordialmente.

III.8 Síntesis de los datos procesados: La importancia de una adecuada capacitación laboral.

A partir de las observaciones cruzadas, tanto cuantitativas como cualitativas realizadas, podemos describir al sector de microempresarios observados según las diversas características contempladas en los objetivos específicos planteados en el Capítulo I.

III.8.1 Características sociales

Los microempresarios carpinteros y confeccionistas observados es una población madura, en su mayoría, que oscila entre las edades de 35 a 40 años, si bien incluye un grupo de edades bastante numeroso de 25 a 20 años y menos de mayores de 55 años.

En cuanto a su origen, en partes iguales proceden de las provincias de La Paz y de otros departamentos, como así de la misma ciudad de La Paz.

En cuanto a la configuración de género, el grupo observado cuenta con un 68 % de varones y un 32% de mujeres.

Su distribución por rama de actividad muestra que la mayoría del grupo observado corresponde a los confeccionistas, un 56%, correspondiendo el resto a carpinteros y otros.

En su mayoría han recibido educación en el sector fiscal, el 92%, salvo un 2% que manifiesta no haber asistido a institución educativa alguna. El nivel de instrucción que presenta la mayoría oscila entre intermedio (21%) y medio (36%), presentándose un 25% con formación técnica. Esta información nos da la pauta de la posibilidad de implementar un programa de educación alternativa, no presencial, puesto que el nivel educativo del sector presenta condiciones favorables para ello.

En cuanto al idioma materno y hablado en el hogar y en el taller, podemos observar que la totalidad es bilingüe aymara-castellano, por lo cual, cualquier propuesta de educación alternativa es posible de ser concretada en castellano.

III.8.2 Características laborales

Se observa que los microempresarios son fundamentalmente empíricos, han aprendido su oficio ya sea en un taller (40%), con sus padres(24%) o con sus familiares (25%), siendo sólo una ínfima minoría los que han logrado asistir a un centro educativo técnico (5%).

Si bien la mayoría de los observados manifiesta trabajar en el oficio entre 6 a 15 años, han logrado tener su taller propio no hace más de 5 años. Ello nos muestra las dificultades de desarrollo laboral de estos oficios empíricos.

La mayoría de ambas ramas de actividad manifiesta trabajar en el taller entre 6 a 10 horas, las que varían según las temporadas y las respectivas exigencias del trabajo, generalmente a pedidos. En este lapso de tiempo se reúnen de 1 a 3 y algunos más trabajadores permanentes como ayudantes u operarios. Esta situación nos permite interpretar que sería posible aprovechar este tiempo de permanencia en el taller, tanto de propietarios como de operarios, a fin de implementar programas de capacitación que coincidan con momentos de preferencias.

A su vez, esta información nos evidencia que con un período que oscila entre 6 a 10 horas de trabajo, fluctuante según pedidos, es dificultosa la asistencia a los cursos presenciales ofertados en el mercado, sobre todo para los operarios quienes no gozan de casi ningún derecho laboral, inclusive para los propietarios que nos manifiestan en las entrevistas la imposibilidad de ausentarse de su trabajo por riesgo de pérdida de clientes en ese lapso.

En cuanto a la administración laboral de su taller se puede apreciar que el microempresario maneja su taller o su actividad laboral con una lógica propia, en forma integral y compartida.

En cuanto a la organización, tiene una orientación a la producción a pedido, maneja poca información escrita, puesto que no registra sus ventas ni sus costos, vende la totalidad de lo que produce de manera directa, sin contabilizar sus ganancias o pérdidas, utilizando sus ingresos al día entre sus gastos familiares y la adquisición de nuevas materias primas.

Presentan una baja capacidad de innovación tecnológica y muestra una relación empresa / familia fuerte e intensa. Esta afirmación surge tanto del análisis de los cuadros respectivos como de las opiniones vertidas en las entrevistas realizadas a microempresarios, su lógica es la atención y la satisfacción plena del cliente, su cuidado.

Es importante tomar en cuenta estas características de la práctica administrativa de sus empresas, así como las relaciones familiares y del tipo de división de tareas en la empresa a la

hora de diseñar y aplicar las actividades de capacitación y de realizar la ejecución de las mismas (horarios, fechas, días, servicios de apoyo).

III.8.3 Características del diseño y de la tecnología empleada.

La mayoría de los observados manifiestan ser los creadores de sus diseños (56%), mientras que el resto saca sus diseños de catálogos, de copia de otros talleres o bien por sugerencias del cliente. Habiendo correlacionado los datos de las encuestas, vemos que quienes presentan el menor nivel de estudios corresponderían a quienes copian de otros talleres sus modelos, mientras que quienes tienen más elevado nivel de instrucción son capaces de crear y de interpretar diseños de catálogos y de los requerimientos de los clientes.

Ellos nos muestra que frente a una posibilidad de programación de capacitación técnica a distancia, la mayoría de este sector de la producción(56%) serían personas aptas para este tipo de aprendizaje, puesto que tienen un nivel de instrucción adecuado. El 44% restante debería dar lugar a una planificación más detallada y especialmente diseñada para su capacitación a distancia, dadas las dificultades que puede presentar.

En cuanto a los recursos tecnológicos de los talleres, hemos observado que el 90% cuenta con algún tipo de maquinaria básica de trabajo, las que en la observación presencial realizada constatamos que las mismas son sumamente precarias y antiguas. Esto nos permite prever que a mayor nivel de capacitación técnica se elevará la necesidad de mejorar sus máquinas, a fin de mejorar la calidad de su producción.

Este sector manifiesta a través de las encuestas un bajo nivel de ingresos, lo que nos permitiría pensar que implementada una capacitación adecuada, al mejorar la producción podrían elevarse los márgenes de ganancia, con lo cual se lograría incidir en un mejoramiento de su calidad de vida y por ende de instrucción y de capacitación técnica personal y de sus hijos.

III.8.4 Características de la capacitación del sector

Como hemos analizado en el cuadro respectivo, la gran mayoría (65%) de los microempresarios en cuestión no han asistido a cursos de capacitación presenciales. Esta

situación resulta más marcada en carpinteros que en los confeccionistas. La Tabla 31 nos permite comprender la ayuda prestada por estos cursos y las dificultades presentadas.

En general se percibe como adecuada la ayuda brindada por los cursos asistidos, no obstante han sido muchas las dificultades presentadas para continuar con los mismos. La mayor de las dificultades manifiestas ha sido la carencia del tiempo requerido, así como también como el carecer de los conocimientos básicos para la comprensión de los cursos. Estos nos ratifica la necesidad de planificar cursos no presenciales que se adecuen a sus requerimientos reales y manifiestos, pudiéndose lograr así una mejor comprensión de la capacitación técnica.

Los medios por los que más acceden a la información acerca de la capacitación técnica se han manifestado en las encuestas como las radioemisoras, las que son escuchadas constantemente en los talleres en horarios de trabajo, según las preferencias.

Las temáticas necesarias demandadas para capacitación, expresadas por los interesados de ambas ramas de actividad, se refieren a los conocimientos requeridos a fin de poder mejorar las ventas de su producción. Asimismo, les interesa información acerca de las posibilidades de exportación y de los niveles de calidad requeridos para sus productos, paralelamente a los procedimientos técnicos que les permitan elevar la calidad de los mismos.

Un segundo nivel de demanda se refiere al mejoramiento de la administración y organización del taller, así como al mejor conocimiento de los manejos contables básicos. Si bien la observación realizada nos muestra que los conocimientos contables no son los más requeridos, sólo el 12%, tal como lo muestra la tabla 35, lo que podría resultar precisamente de una falta de conciencia de su importancia en la producción, el hecho de solicitar conocimiento que conduzcan al mejoramiento de sus ventas, indirectamente están mostrando la necesidad de conocimientos contables así como el llegar a saber cómo calcular correctamente sus costos, sus precios de ventas y poder cuantificar sus ganancias.

En el cruzamiento de datos realizados a fin de correlacionar las necesidades de capacitación con quienes manifiestan estar satisfechos o no con sus ingresos, podemos establecer que quienes tienen menores posibilidades de ingresos sí requieren conocimientos contables

básicos junto al apoyo de sus ventas, mientras que quienes tienen ingresos satisfactorios prefieren ventas y exportación, tal como se presenta en la Tabla 38.

III.8.5 Estimación de la radio como opción de la capacitación

En vistas a que el 97 % de los talleres escuchan radio durante el transcurso de su jornada laboral, es coherente la manifestación plena de su interés por la planificación de programas de capacitación laboral por este medio de comunicación (94%), tal como se muestra en las Tablas 41 y 42.

Explorando las radioemisoras de su preferencia, constatamos que son cuatro las referidas: Chacaltaya, Metropolitana, FIDES y Panamericana. En cuanto al horario elegido para una posible capacitación radiofónica, ambas ramas coinciden en los dos turnos: Por las mañanas a las 10:00 a.m., mientras que por la tarde a las 15:00 p.m. y por la noche a las 20:00 p.m.

Analizando los horarios preferidos por las mañanas y por las tardes, estimamos que los mismos parecerían coincidir con las horas de ciertos descansos tradicionales del trabajo. No concuerda el horario planteado como opción de las 20 Hrs. con la siguiente sugerencia de compartir con la familia y los operarios la capacitación posible, según la Tabla 44.

Forjadores de un nuevo futuro



CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV.1	Conclusiones.....	108
IV.1.1	La pobreza se retroalimenta en las condiciones de trabajo.	108
IV.1.2	Situación educativa.....	109
IV.1.3	La capacitación actual de los microempresarios	109
IV.1.4	La radiofonía educativa, opción de una capacitación accesible	110
IV.2	Recomendaciones.....	111
IV.2.1	Implementar capacitación técnica radiofónica para los microempresarios de El Alto.....	111
IV.2.2	Acerca de las políticas de estado para el sector.....	112
	BIBLIOGRAFÍA _____	110

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV.1 Conclusiones

IV.1.1 La pobreza se retroalimenta en las condiciones de trabajo.

Como hemos observado, los microempresarios investigados en realidad sobreviven en condiciones insuficientes en cuanto a calidad de vida por varias y complejas razones, algunas de ellas:

- Los conocimientos empíricos del oficio, o inclusive, su improvisación en la actividad a causa de la crisis creciente de empleo y la desocupación en ascenso. Por la necesidad de mejorar su subsistencia, apelan a conocimientos artesanales de alguna rama de actividad previamente conocida, consiguen pequeños préstamos o disponen de un mínimo capital de arranque, e instalan así estas denominadas “microempresas”, que no resultan ser mas que minúsculos talleres con empleo precario y familiar.
- Esta primera razón genera otras, como la insuficiente tecnología o su carencia total, el desconocimiento del tratamiento de las materias primas que utilizan, el deficitario procesamiento del producto, lo cual produce una venta a bajo precio, recuperando solamente la inversión realizada. Asimismo desconocen mecanismos más favorables de ventas y de producción, así como estrategias administrativas y contables.
- Los anteriores aspectos determinan que este microempresario no puede ni llegará a poder mejorar su maquinaria, ni ampliar su taller, ni contratar mano de obra mas calificada, si se mantiene en las mismas condiciones.

IV.1.2 Situación educativa

Por otra parte, verificamos que el nivel de instrucción de este sector productivo no es homogéneo. Si bien los jóvenes se encuentran en proceso de mejorar sus grados de instrucción, inclusive llegando al nivel técnico y universitario, una buena parte de los jefes / as de familia, que son los microempresarios, no han logrado acabar la escuela primaria, presentándose muchos casos de analfabetismo funcional.

Sobre esto influye la perspectiva cultural y generacional, puesto que en un 43% son migrantes rurales que en la ciudad se insertan en ramas de actividad desempeñadas por familiares o amistades comunitarias que migraron con anterioridad, y su primera necesidad frente a la familia y a los hijos resulta ser establecer en base a estos contactos una actividad económica que le permita la subsistencia familiar, para luego pensar en un futuro mejor para los hijos.

Esto, por otra parte, determina una lógica de vida de concentrar el mayor esfuerzo en la producción de subsistencia para que ello les permita educar a sus hijos, relegando a segundo plano la capacitación personal en modalidad presencial, la que les restaría tiempo de trabajo y por tanto ingresos.

IV.1.3 La capacitación actual de los microempresarios

Como constatamos en la encuesta, el 65% de estos productores no ha recibido ninguna capacitación. De los que recibieron alguna capacitación presencial, si bien manifiestan que les ha ayudado mucho, un 66% ha tenido dificultades para continuar. La dificultad mayormente presentada, en un 46%, es la falta de tiempo disponible.

Por otra parte, hay que destacar que todas las instituciones que realizan programas de capacitación lo han hecho siempre de manera presencial. Por los resultados obtenidos en el relevamiento de datos, hemos constatado que el microempresario no logra asistir, por más que tiene información acerca de los mismos, dado que su tiempo está limitado a las horas de trabajo, sin tener operarios suficientes y capacitados como para delegar sus responsabilidades.

Los institutos que en El Alto ofrecen cursos de capacitación, tal como vimos en el Capítulo II, concentran su oferta en temas administrativos, apuntando en su mayoría a la contabilidad básica con metodologías no adecuadas al sector ni a sus conocimientos básicos de matemáticas, ni a su escaso hábito de estudio. No toman en cuenta estos cursos que la lógica de estos productores es fundamentalmente artesanal, práctica – empírica, y no teórica.

En cuanto a la rama de la confección tiene ofertas limitadas a la sastrería, corte y confección, bordados y tejidos, sin que ninguna se dirija a la actualización del diseño, de los modelos y del control de calidad de sus productos, elementos estos que son indispensables para una buena realización en el mercado, que demanda productos actualizados a la moda y de buena calidad a bajo precio. Estos aspectos dificultan la comercialización de los productos.

En carpintería la oferta presencial existente ha sido fundamentalmente en el tallado de la madera, también la promocionada por los comercializadores de lacas y barnices a fin de introducir sus nuevos productos en el mercado sin tomar en cuenta el desconocimiento que el carpintero tiene del tratamiento previo de las maderas, ni del instrumental necesario para su aplicación, ni de las condiciones de trabajo insalubres que estos productos provocan. Estos aspectos generan la producción de mobiliarios de rápido deterioro, puesto que la aplicación de los productos nuevos, por mas que sea correctamente hecha, si no se ha dado previamente un adecuado tratamiento de las maderas, resulta contraproducente.

Una propuesta debería tomar en cuenta, en la modalidad radiofónica, todos los problemas detectados en los talleres de ambas ramas de actividad por una parte, considerando además los principales temas demandados por los interesados. Entre los temas que deberán ser incluidos tiene gran importancia la seguridad industrial y social y el cuidado de la salud de los productores y de sus operarios jóvenes.

IV.1.4 La radiofonía educativa, opción de una capacitación accesible

Ante la incapacidad constatada del sistema de cursos presenciales a nivel técnico productivo, hemos valorado la acción que la radiofonía educativa ha desarrollado en la educación alternativa, sobre todo en el ámbito rural, y así hemos considerado que esta acción puede resultar

la más viable para apoyar la labor sacrificada del microempresario en las ramas de actividad consideradas.

Frente a la posibilidad de cursos radiofónicos sugerida a los interesados, hemos verificado el alto grado de aceptación que esta sugerencia recibió, generando expectativas tanto en los microempresarios como en las instituciones no gubernamentales así como en las públicas, con que nos hemos contactado. Tal es así que la sugerencia de curso radiofónico realizada cuenta ya con varias ofertas de concreción a nivel privado, en base a lo cual se procedió a elaborar la propuesta que remitimos al Anexo.

Una ventaja que el sistema radiofónico de capacitación microempresarial presentaría es la posibilidad de atender de manera especializada por rama, tal como lo requieren los productores, con un equipo técnico-pedagógico único, que solo ha de requerir el aporte de los expertos respectivos, en carpintería y en confecciones en este caso, por una única vez. Los cursos de este modo grabados podrían ser masificados según la demanda y solamente incrementados en las novedades que surjan en cada rama.

IV.2 Recomendaciones

IV.2.1 Implementar una capacitación técnica radiofónica para los microempresarios de El Alto.

En base a la **exploración** realizada del sector microempresarial de las ramas de actividad de la carpintería y de la confección, de la ciudad de El Alto, la que nos ha permitido **describir** las características sociales y laborales de este sector, así como sus requerimientos de capacitación técnica, los que nos manifiestan sus expectativas de mejorar sus ventas y su producción, así como de lograr acceder a la exportación, y de ese modo incrementar sus ingresos, nos permitimos recomendar se implemente una **propuesta** adecuada a tales características y demandas, para lo cual hemos elaborado un modelo de **CURSO DE CAPACITACION LABORAL RADIOFÓNICA**, el cual consta en el Anexo del presente trabajo.

IV.2.2 Acerca de las políticas de estado para el sector

Del análisis de las experiencias extranjeras acerca de las políticas para la microempresa, podemos concluir que muchas son las diferencias entre las diversas realidades de microempresarios en el mundo, sea por calidad de productos, sea por tipos de organización, por niveles de economías o por modalidades de estímulos estatales. En todos los casos vimos que la capacitación del productor es la primera prioridad, paralelamente al impulso crediticio y el apoyo a la exportación.

Por otra parte, en nuestro país las políticas iniciadas tanto por el Ministerio de Trabajo y Microempresa, como por el de Educación y el Viceministerio de Educación Superior y Tecnología para el impulso y la elevación de las economías microempresariales, se encuentran actualmente en camino hacia la elaboración de una política de estado, aún no concretada. No obstante que ha habido intenciones de acercamiento entre las instancias gubernamentales respectivas a fines de intentar una acción mancomunada respecto a la capacitación del sector microempresarial, hasta la fecha no conocemos resultados positivos.

La investigación podría ser considerada un instrumento de fuerte impulso para la capacitación y mejoramiento de este sector si fuese adoptada dentro del cuerpo de la política de estado respectiva. Esto se plantea de este modo, pues sabemos que la acción educativa de las organizaciones no gubernamentales son eficientes, pero su alcance es local, a lo sumo regional. El Viceministerio podría encarar con ella una campaña de capacitación laboral especializada a nivel nacional, la cual podría ser complementada por un programa de capacitación presencial suplementario, con la modalidad no precisamente de "becas curso", sino más bien de becas estipuladas según el tiempo invertido en la capacitación según la pérdida económica que afecte a su producción. Se supliría de este modo los déficit pedagógicos propios de la modalidad de la capacitación radiofónica.

OO◇OO

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Villanueva, Luis F.** LA HECHURA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS, México, Miguel Angel Porrúa, 1992.
- Aramayo Gómez, Arzil.** CRISIS DE LA EDUCACIÓN TÉCNICA INDUSTRIAL EN BOLIVIA. Tesis de Grado para Optar el Título de Licenciatura, UMSA, La Paz 1989
- Arze Vargas Carlos, Maita Pérez Félix.** EMPLEO Y CONDICIONES LABORALES EN LA CIUDAD DE EL ALTO, 1989,1992,1995. Dossier Estadístico No 3, CEDLA, La Paz , 2000.
- Arze Vargas, Carlos y Rojas, Bruno.** SONDEOS A PRODUCTORES CONFECCIONISTAS DE TELA DE LAS CIUDADES DE LA PAZ Y EL ALTO. CEDLA, Serie Avance de Investigación No 14, La Paz, 1997
- Biasutto, Carlos.** EDUCACIÓN Y CLASE OBRERA. Editorial Nueva Imagen, México, 1978.
- Billor, M. A. Abad, M. García, J. Nieto:** CIENCIAS PSICOSOCIALES APLICADAS A LA SALUD. Interamericana, Mc. Graw Hill, Madrid 1998
- Bolivia :** Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, Viceministerio de Educación Alternativa, UNICEF. PLAN NACIONAL DE ALFABETIZACIÓN PARA LA VIDA Y LA PRODUCCIÓN. Propuesta. 1998 - 2002. UNICEF, La Paz, 8 de Mayo 1998.
- Bueno Sánchez, Eramis; Farah H, Ivonne y Napoli L, Beatriz.** EL MUNDO DE LA INFORMALIDAD. Una Nueva Incurción. IDIS (Instituto de Investigaciones Sociológicas)- U.M.S.A., La Paz, 1994.
- Calderón G., Fernando y Equipo del IDH 2000:** “ SOCIEDAD Y GLOBALIZACIÓN”. En: Cuaderno de Futuro No. 1. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), La Paz, 1999.

- Camacho Azurduy, Carlos A. .** LAS RADIOS POPULARES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA. Enseñanza de la experiencia de ERBOL en Bolivia, Universidad Andina Simón Bolívar (UASBA), La Paz, 2001.
- Campero, Guillermo; Gróssman, Benjamín; García L., Álvaro y Saavedra, José J.** “CULTURAS OBRERAS Y EMPRESARIALES”. En: Cuaderno de Futuro N° 6, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), La Paz, 2000.
- Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza .** CONTRIBUCIÓN DE LAS MUJERES AL DESARROLLO. El Impacto de la Capacitación Técnica en Mujeres del Municipio de El Alto, 2000. Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, El Alto (Bolivia), 2001.
- Centro de Promoción de la Mujer Grogoria Apaza:** DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DEL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO. Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, El Alto (Bolivia), 2001.
- Chávez Álvarez, Gonzalo y Toranzo Roca, Carlos.** CLAVES Y PROBLEMAS DE LA ECONOMIA BOLIVIANA. ILDIS, La Paz, 1993.
- Copa C. Rafael Eduardo.** LA OFERTA DE TRABAJO EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR INFORMAL DE LA CIUDAD DE EL ALTO. Tesis de Grado, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Economía, UMSA, La Paz, 1995.
- Córdova Larrazabal, Hernando.** ENFOQUE GENERAL DE UN MODELO INTEGRAL DE APOYO A LA MICROEMPRESA. Serie: Documentos de Trabajo N° 13. CEDLA, La Paz, 1997.
- De Soto, Hernando.** EL OTRO SENDERO, La Revolución Informal. Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1987.
- Delgadillo Barea Hugo.** ESTIMACIÓN DEL APORTE DE LA MYPE A LA ECONOMÍA NACIONAL. Ministerio de Trabajo y Microempresa, Viceministerio de Microempresa, La Paz, 2001.

- Eco, Humberto.** COMO SE HACE UNA TESIS. Técnicas y Procedimientos de Investigación. Estudio y Escritura, s/d. (7ma. Ed.)
- Espejo Fernández, Javier.** ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE EL ALTO. EED / EZE, Alemania, Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, El Alto (Bolivia), 2001.
- Espejo Quispe, Facundo.** COMUNICACIÓN EDUCATIVA DE RADIO SAN GABRIEL. Tesis de Licenciatura, Ciencias de la Educación, UMSA, La Paz, 2000.
- Fernández Suárez, Fidel.** LA EDUCACIÓN TÉCNICA Y LA MICROEMPRESA, Tesis de Grado para Optar El Título de Licenciatura en Ciencias de la Educación, UMSA, La Paz 1987.
- Fukuyama, Francis.** LA GRAN RUPTURA. La Naturaleza Humana y La Reconstrucción del Orden Social. Editor Atlántida, Buenos Aires, 1999.
- Gutierrez Perez Francisco y Prieto Castillo Daniel;** LA MEDIACIÓN PEDAGÓGICA, apuntes para una educación a distancia alternativa, Coedición con la Universidades de San Carlos de Guatemala y Rafael Landivar, 1ª edición, San Jose de Costa Rica, 1991.
- Guaygua, Germán; Riveros, Ángela y Quisbert, Máximo.** SER JOVEN EN EL ALTO, Rupturas y Continuidades en La Tradición Cultural. FUNDACIÓN PIEB, La Paz, 2000.
- Haye M, Ricardo.** HACIA UNA NUEVA RADIO. Paidós - Estudios de Comunicación, Buenos Aires, 1995.
- Hernández S., Roberto; Fernández C., Carlos y Baptista L., Pilar.** METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, México, 1999. (2da Ed.)
- Iriarte, Gregorio y Orsini Marta.** REALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Técnicas e Instrumentos de Análisis. Ediciones Paulinas, Colombia, 1993.
- La Razón.** ATLAS ESTADÍSTICO DE MUNICIPIOS DE BOLIVIA. La Paz, División Política. Periódico La Razón, La Opinión y El Nuevo Día, w.w.w.bolivia.com.ENTEL

- Larrazabal, H.; Grebe, R.; Morales, R y Casanovas, R.; EL SECTOR INFORMAL URBANO EN BOLIVIA. CEDLA, La Paz, 1988. (2da ED.)
- Laserna, Roberto; Morales A., Rolando y Gómez, Gonzalo. "MUNDOS URBANOS". En: Cuaderno de Futuro N° 9. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), La Paz, 2000.
- Mendez Alvarez Carlos Eduardo; METODOLOGÍA Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas, 2ª edición Interamericana S.A. Santa Fé de Bogotá Colombia, 1995
- Mendoza Núñez Alejandro, MANUAL PARA DETERMINAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN. Editorial Trillas, México, 3ª edición 1996.
- Otero, Maria y Rhyne, Elizabeth. EL NUEVO MUNDO DE LAS FINANZAS MICROEMPRESARIALES. Estructuración de Instituciones Financieras Sanas para los Pobres. Plaza y Valdés, s/l, 1998.
- OXFAM GB - RED HABITAT. PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN Y ORGANIZACIÓN VECINAL EN EL DISTRITO 5 DE LA CIUDAD DE EL ALTO, DIAGNOSTICO 2000 DISTRITO 5, Marzo de 2000, El Alto (Bolivia).
- P. D. M. PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL EL ALTO, DIAGNOSTICO NOVIEMBRE 2000. Documento de Trabajo, Financiado por PAP HOLANDA, Viceministerio de Planificación Estratégica y Participación Popular, Universidad de Toronto y otras instituciones. S/d.
- Porter, Michael E.; VENTAJA COMPETITIVA. Creación y Sostenimiento de un Sostenimiento Superior. Compañía Editorial Continental, México, 1996 (Décimo Tercera Reimpresión)
- PROCAL; "CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO EN TIEMPOS DE CAMBIO". En: Resumen Ejecutivo del Taller sobre: Perfiles Ocupacionales y Diseño Curricular Basados

en Competencia, Formación Para el Trabajo y Orientación Ocupacional. PROCAL, La Paz, 2000.

PROCAL . PROGRAMA DE BONOS DE CAPACITACIÓN, FASE PILOTO CIUDAD DE EL ALTO. INFORME DE ACTIVIDADES DE DICIEMBRE 2000 A MARZO 2001. PROCAL, La Paz, 2001.

PROMMI. MANUAL METODOLOGICO PARA PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN ORIENTADOS A LA MICROEMPRESA. Comisión Europea, Viceministerio de Industria y Comercio, Sucre (Bolivia), 1999.

Rivas Guerra Hugo; PROPUESTA PARA ESTABLECER CATEGORÍAS DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA URBANA y RURAL. Ministerio de Trabajo y Microempresa, Viceministerio de Microempresa, Publicación Financiada por BID, Contrato de Préstamo No 1020/SF-BO, La Paz, 2000.

Rivas Guerra, Hugo. ORURO. EMPLEO POTENCIAL, ACTIVIDADES DINAMICAS EN LA MICROEMPRESA Y CAPACITACIÓN. CICEP, Oruro (Bolivia), 1997.

Roca Toranzos, F. Carlos; PANEL: LINEAMIENTOS DE APOYO A LA MICROEMPRESA, La estrategia Social y su Implementación. Grupo UDAPE - ILDES, La Paz, 1992.

Rocha Orozco, Freddy; POLÍTICAS E INSTITUCIONALIDAD PARA LA PROMOCION DE LAS MyPE: EXPERIENCIA DE OTROS PAISES. Consultoría, Convenio No 1020/SF-BO, La Paz, 2000.

Rodríguez J. Francisco, Barrios Irina y Fuentes Maria Teresa; INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LAS INVESTIGACIONES SOCIALES editorial Política La Habana S/E 1984.

Rodríguez Fuenzalida Eugenio y otros; ALFABETIZACIÓN Y POST-ALFABETIZACIÓN POR RADIO Editorial Popular, Madrid, 1ª edición 1992.

Rossell A., Pablo; DIAGNOSTICO SOCIOECONÓMICO DE EL ALTO: DISTRITO 5 y 6, Ciudad y Desarrollo, CEDLA, La Paz, 1999

- Rossell A., Pablo;** IDENTIFICACIONES DE VOCACIONES PRODUCTIVAS DE EL ALTO: DISTRITOS 5 y 6. Ciudad y Desarrollo. La Paz, CEDLA, 1999.
- Rossell A., Pablo y Rojas C., Bruno;** COMPETITIVIDAD, ACUMULACIÓN Y EMPLEO: Estudio de caso en el ramo de las confecciones. Ciudad y Desarrollo No 5, La Paz, CEDLA, 2001.
- Rossell Arce, Pablo y Rojas Callejas, Bruno;** SER PRODUCTOR EN EL ALTO. Una Aproximación a la Dinámica Productiva y el Desarrollo Local en El Alto. Ciudad y Desarrollo No 3. CEDLA, La Paz, 2000.
- Sandoval Z., Godofredo y Sostres M., Fernanda.** LA CIUDAD PROMETIDA. ILDIS - SISTEMA, La Paz, 1989.
- Sauma Patiño, Lucia.** EL SECRETO DE COMUNICAR POR RADIO: El Lenguaje Radiofónico. Programa Nacional de Formación Universitaria en Comunicación Radiofónica, Módulo 3, Universidad Católica, Educación Radiofónica, ERBOL, Edición ERBOL, Manos Unidas España, La Paz, 2000.
- Schneider, Gabriel y Lemus, Carlos.** DISEÑO DE UN PROGRAMA DE VALES DE CAPACITACIÓN PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, Documento de trabajo. BID 1020/SF - BO, Informe de Servicio de Consultoría, La Paz, 2000.
- Simeón Villca T.;** Planeamiento Educativo. S/e, La Paz, 1990.
- Solana Fernando y otros;** EDUCACIÓN, PRODUCTIVIDAD Y EMPLEO, Compilación, Editorial Noriega México, 1ª edición 1998.
- Tünnermann Bernheim Carlos;** LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL UMBRAL DEL SIGLO XXI Editorial Cresal/UNESCO, Caracas Venezuela, 1ª edición, 1996
- Valdich, Renato Luis;** CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PARA UN SISTEMA DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL PERMANENTE EN BOLIVIA, Ministerio de Trabajo, Instituto Nacional de Investigaciones Sociolaborales, La Paz, 1999.

Valdivia Urdininea, José; Crespo Valdivia, Fernando; Arauco, María Isabel, Grossman, Benjamín; Farah H., Ivonne; Velasco R., Enrique y Carafa R., Carlos. LAS POLÍTICAS SOBRE LA POBREZA EN BOLIVIA, Dimensión, políticas y resultados (1985 – 1999), Instituto Prisma, La Paz, 2000.

Varios; LAS REFORMAS ESTRUCTURALES EN BOLIVIA. Fundación Milenio, La Paz, 1998.

Velasco Reckling, Enrique y Córdova Larrazabal, Hernando; MARCO INTEGRAL DE POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA MICRO PEQUEÑA EMPRESA. Comité de Coordinación en el Área de Microfinanzas y Microempresa, La Paz, 2000.

Villamor, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadanía, FES – Friedrich Ebert Stiftung, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación Visual. AMARC – Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América latina y el caribe, Quito, 1998.

Zegada Saavedra Luis; EL ASESOR LABORAL, 4ª edición, La Paz – Bolivia 1998.

INDICE DE ANEXOS

- I. Encuesta – Guía
- II. Boleta de Encuesta
- III. Mapas de la Ciudad de El Alto
- IV. Fotos de la Rama de Actividad
- V. Listado de Entrevistas
- VI. Entrevista a un Microempresario de Confección
- VII. Entrevista a un Microempresario de Carpintería
- VIII. Entrevistas a Instituciones IDEPRO, PROCAL
- IX. Propuesta

I Encuesta – Gufa

1.- Se realizara por talleres, por oficios, en las siguientes zonas:

- o Zona 16 de Julio dirigido a carpinteros
- o Zona la Ceja dirigido a carpinteros y confeccionistas
- o Zona de Alto Lima: Chamarras de cuero y tejedores de alpaca
- o Zona de Río Seco a carpinteros y confeccionistas

2.- Variables a explorar:

I. Capacitación II. Calificación laboral III. Producción IV. Ingresos

V. Hábitos VI. Expectativas VII. Educación

3.- Prueba piloto:

- a) Aplicar tres cuestionarios por sector, total 12
- b) Analizar las particularidades de cada sector para ajustar los cuestionarios de cada uno.
- c) Ajustar el cuestionario para cada rama de actividad por sector

4.- Aplicación de las encuestas

- a) 35 cuestionarios por sector - imprimir
- b) Capacitar a los encuestadores como va a preguntar y como registrar en el cuestionario
- c) Supervisar, recorrer unos tres talleres al azar de cada sector y preguntar si pasaron a realizar la encuesta, sino pasaron hacerlo
- d) Recolectar, revisar y procesar la información

II Boleta de Encuesta

ENCUESTA PARA CAPACITACIÓN LABORAL RADIOFONICA A LA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD DE EL ALTO

1.- DATOS PERSONALES

Lugar de nacimiento

Departamento _____ Ciudad _____ Provincia _____

Fecha de nacimiento _____ Edad _____ Sexo _____

Dirección del domicilio _____

Dirección del taller ó negocio _____

2.- RAMA DE ACTIVIDAD _____

3.- EDUCACIÓN

¿Cuál es el último curso aprobado por usted?

Particular

Fiscal

Nivel

1- Ninguno -----

2. - Básico incompleto-----

3. - Básico completo-----

4. - Intermedio-----

5. - Medio-----

6. - Técnico-----

Especialidad -----

7. - Universitario-----

4.- ¿IDIOMA QUE HABLA EN EL HOGAR?

Castellano Aymará Quechua otros _____

¿IDIOMA QUE HABLA EN EL TALLER CON LOS OPERARIOS?

Castellano Aymará Quechua otros _____

5.- PERSONAS DE LA FAMILIA

¿Cuántos Hijos tiene? _____

Varones ----- ¿Cuántos estudian?-----

Mujeres ----- ¿Cuántos trabajan en el taller? _____

6.- ¿CÓMO APRENDIO ESTE OFICIO?

1. De sus padres Familiares En un taller Centro Educativo

¿Hace cuánto tiempo que trabaja en ese oficio? Años y Meses _____

¿Hace cuánto tiempo que trabaja en su taller? Años y Meses _____

7.- TIEMPO DE PRODUCCION

¿Cuántas horas al día trabaja? Horas día

¿En que horarios?

¿ Cuantos días a la semana trabaja en su taller?

¿Cuántos trabajan en su taller?

De la familia Parientes No familiares

¿ Hay otras personas que trabajan en su casa ó taller para usted?

Muy frecuente Algunas veces Nunca

¿Cómo es tu producción? Y ¿Cuánto produces?

Por día Por semana Por mes Quincenal

8.- VENTAS Y COSTOS

¿Cómo Vendes? Por unidad Docena Por mayor

¿A cómo vendes?

¿Cuánto te cuesta

¿Vende todo lo que produce?

Todo La mitad Muy poco

¿Vendes directamente? SI NO

¿A quienes vende su producto?

Intermediarios Tiendas Grandes contratistas Por encargo

Vende por Mayor Por docena Por unidad

¿Cómo vende?

Contado Crédito Con adelanto Sin adelanto

¿Dónde vende?

Ferias En el taller Puesto Otros _____

9.- MODELOS Ó DISEÑOS

¿Los modelos de donde sacas?

Creatividad personal
De catálogos Origen
Al gusto del cliente
De otros talleres ó negoc.
Otros _____

10.- ¿TIENES MAQUINARIA? SI NO

- 1.-Costo aproximado _____
- 2.-Costo aproximado _____
- 3.-Costo aproximado _____
- 4.-Costo aproximado _____
- 5.-Costo aproximado _____

¿Hace que tiempo tiene las maquinas?

11.- INGRESOS Y CREDITOS

¿Alcanza lo que ganas para mejorar el negocio? SI NO Es difícil

¿A tenido alguna vez crédito? SI NO Alguna vez

¿Para qué Pidió?

M.prima Mercadería Maquinaria Refac.Casa Otros.....

¿Quién le otorgo el crédito?

Banco

Financadoras

Parientes

Otros

12.- MEDIO DE COMUNICACIÓN

¿Mientras trabaja en su taller escucha radio? SI NO

¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia en su taller?

.....

¿Qué programas le gusta escuchar?

.....

¿Por qué escuchas esa radio? (no excluyente)

Música Noticias Propagandas Avisos sobre tu trabajo

13.- INTERES DE CAPACITACION POR RADIO

¿Te interesaría escuchar programas de capacitación para mejorar tu trabajo?

SI NO

¿Qué temas de capacitación desearías escuchar por radio? (no excluyente)

Para mejorar la producción

Para mejorar las ventas

Para exportar

Para mejorar la organización del trabajo y del taller

Manejo de cuentas básicas

Otros

¿Con quien le gustaría escuchar esos cursos de capacitación?

Sólo Con la familia Con los operarios

¿En qué horarios le gustaría escuchar esos programas?

Por la mañana Por la tarde Por la noche ¿A qué Horas?-----

¿Cuántas horas cree que debe durar esos cursos? _____ Horas_____ Minutos

14.- CURSOS FORMALES

¿Tienes información sobre cursos que dan en algún lugar? SI NO

¿ Por qué medio te informaste?

¿Le gustaría asistir a algún curso de capacitación? SI NO

Porqué no?

¿Qué temas quisieras que se den en el curso?
.....
.....

¿Ha tenido algún curso de capacitación? SI NO Duración

¿ Hace qué tiempo?

¿Le ayudo en su trabajo?

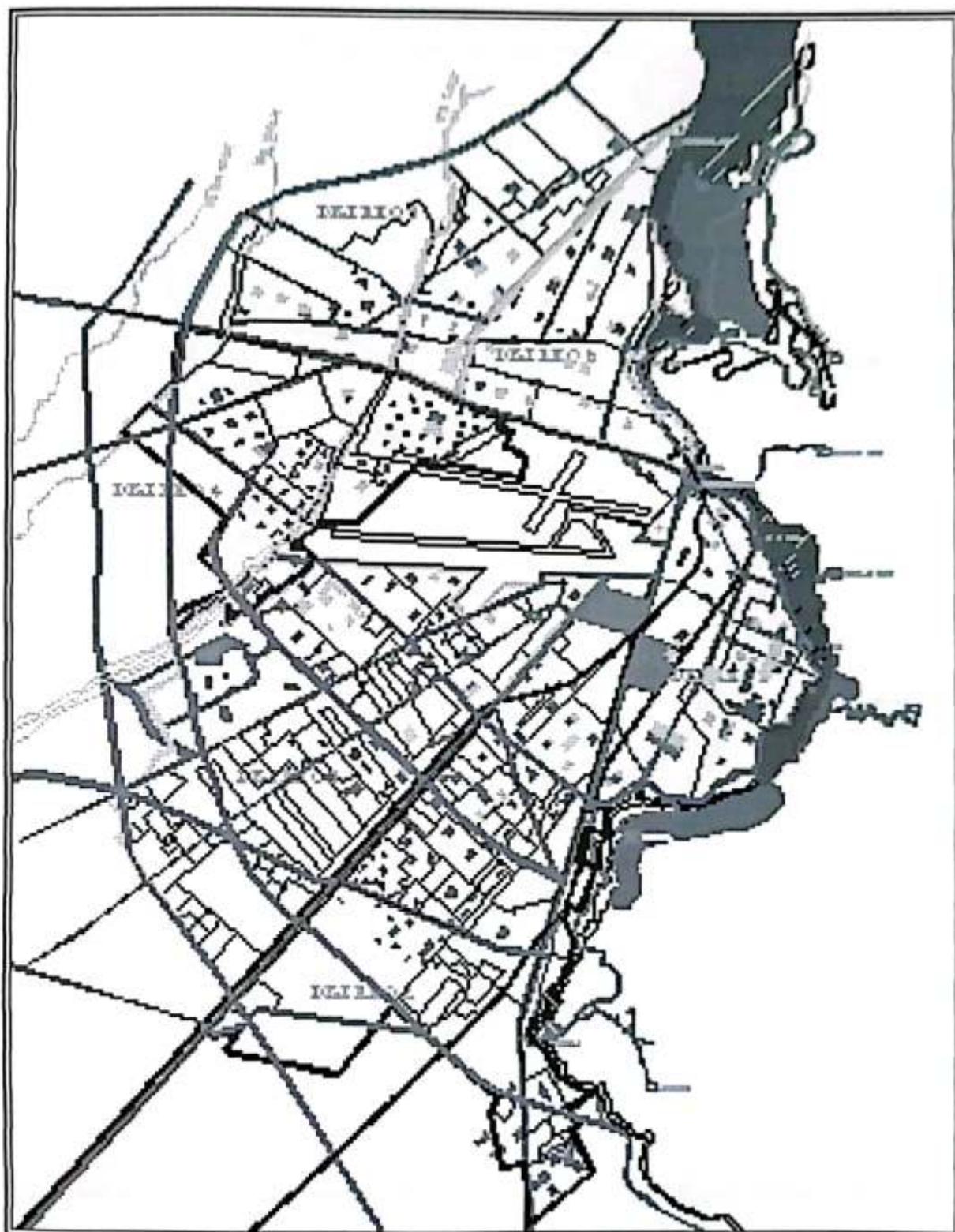
¿Tuvo dificultades? SI NO

¿Cuáles?

III Mapas de la Ciudad de El Alto

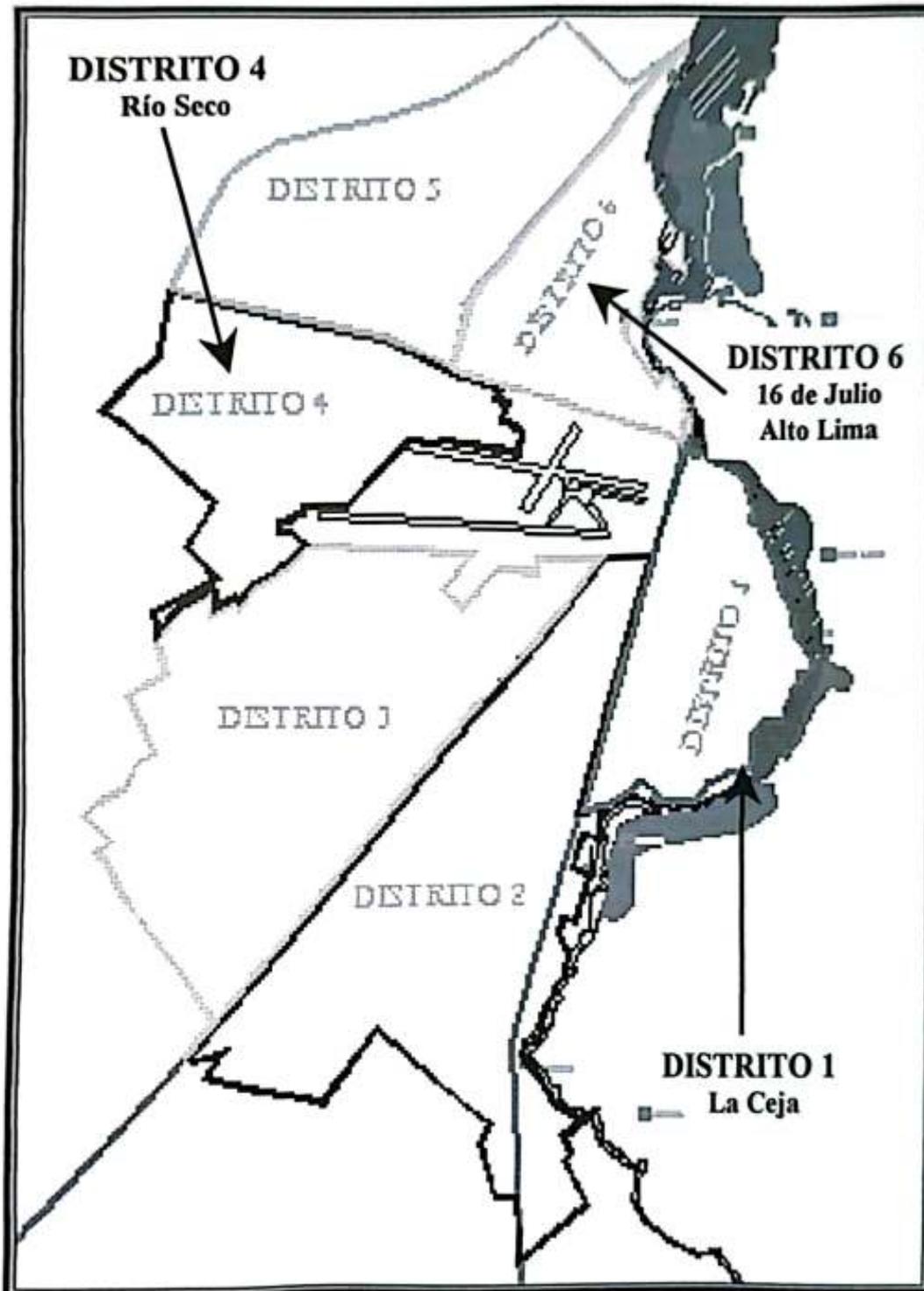
- Mapa General de El Alto
- Mapa de Distritos de El Alto

CIUDAD DE EL ALTO



Fuente: Plan Regulador de la Ciudad de El Alto, G. M. El Alto, Comisión de Lucha Contra la Pobreza de la Ciudad de El Alto, Junio 1999

CIUDAD DE EL ALTO Y SUS DISTRITOS



Fuente: Plan Regulador de la Ciudad de El Alto, G. M. El Alto, Comisión de Lucha Contra la Pobreza de la Ciudad de El Alto, Junio 1999

IV Fotos de la Rama de Actividad

- Confeccionistas
- Carpinteros

Proceso de producción



Taller de confecciones de Río Seco

Proceso de comercialización



Productos para su comercialización 12 de Octubre

Proceso de producción

Taller de Alto Lima



Comercialización de sus productos



Feria 16 de Julio

V Listado de Entrevistas

Para complementar el trabajo de investigación correspondiente, se entrevisto a las siguientes personas de distintas instituciones, como también a microempresarios de las ramas de actividad de carpintería y confecciones. Se detallan de la siguiente manera:

- Entrevista al señor Licenciado Mario López de la Institución de **IDEPRO** de la ciudad de El Alto. Encargado de la sucursal y supervisión de la Capacitación en dicha institución.
- Entrevista al señor Licenciado Rodrigo Aguilar funcionario de la institución **PROCAL**. Responsable y jefe del área de capacitación, actualmente administran los Programa de Bonos de Capacitación, en la ciudad de El Alto encomendado por el Vice Ministerio de la Microempresa.
- Entrevista a la Licenciada María Esther encargada del área de capacitación de la Institución **Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza**
- Entrevista al señor Ruddy Eguivar encargado del área de comercialización y facilitador en la capacitación del personal de la ciudad de El Alto. con mucha experiencia en el trabajo de la microempresa.
- Entrevista al señor Marco Pérez, Gerente de la Agencia Alto Lima de Banco Sol de la Ciudad de El Alto.
- Entrevista a la señora Teodora Tapia, Asesora de Grupos Solidarios con el sector de la microempresa, es comunicadora social.
- Entrevista al señor Abel Flores artesano en la rama de actividad de confección de deportivos.
- Entrevista al señor Vicente Siñani artesano en la rama de actividad de confección de colchones y chamarras de cuero.

- Entrevista al señor Alberto calderón artesano en la rama de actividad de carpintería, con especialidad de Puertas diamantadas.
- Entrevista al señor Víctor Linares artesano en la rama de actividad de carpintería en la especialidad de escritorios de secretaria y de ejecutivos.
- Entrevista al señor Alejandro Nina, artesanos en la rama actividad de carpintería, en la especialidad de juegos de dormitorio.

VI Entrevista a un Microempresario de Confección

Entrevista al señor Abel Flores, artesano en la rama de actividad de confección de deportivos para ambos sexos.

P.- Buenas tardes don Abel, he he quisiera conversar unos minutos con usted.

R. Buenas tardes joven estoy trabajando, pero dígame usted, en qué puedo colaborarle.

P.- Estoy haciendo un trabajo de investigación para hacer una propuesta de capacitación para los confeccionistas y los carpinteros de la ciudad de El Alto, y y y es de esto que quiero conversar con usted para saber su opinión.

R.- Que bien joven, capacitación siempre necesitamos aprender y actualizarnos, hay otros que saben más y no quieren enseñarnos.

P.- Esta capacitación se estaría dando por la radio, ¿y usted escucha radio cuando trabaja?

R. Siempre escuchamos radio, es algo que no falta en mi taller y aunque viejita pero tenemos, ja ja ja , mire esta allí mi radio con mucho polvo y usado, mayormente escuchamos música y noticias, los operarios me reclaman cuando no hay música, prenda pues su radio me dicen, ja ja jaja....

P.- Si pues, estaríamos dando por radio los cursos de capacitación, y usted escucharía?

R. Claro joven, me gustaría que den esos cursos y yo escucharía, no saldría de mi taller para ir a aprender, sería muy bueno joven y no tendríamos que pagar nada por aprender, yo quisiera que siga adelante y nos avise cuando den los cursos para escuchar con los operarios y mi familia.

P.- Bueno don Abel, se que usted esta trabajando y no quiero quitarle mucho tiempo, he he he muchas gracias usted ha sido muy amable y me ha dado muchas pautas para seguir trabajando en este proyecto, me despido agradeciéndole y volver a visitarle para avisarle sobre los cursos, hasta otra oportunidad.

VII Entrevista a un Microempresario de Carpintería

Entrevista al señor Alejandro Nina, artesano en la rama de actividad de carpintería con especialidad en juego de dormitorios.

P.- Don Alejandro muy buenos días, mi nombre es Ronald Baptista, y estoy realizando un trabajo de investigación para proponer cursos de capacitación por radio para los de su rama y los confeccionistas, y quisiera hacerle algunas preguntas, no vamos a tardar mucho, solo va ser algunos minutos, por favor.

R. A ver joven si puedo ayudarle porque así nomás me trabajo, mi taller no es muy grande y tengo máquinas lo necesario que requiere un taller de carpintería

P.- Estoy viendo que haces muebles y están bonitos, sobre esto quiero hablarte, los cursos serían para que tengas un mejor trabajo terminado de tus muebles y también de tus compañeros de la rama de carpintería, simplemente escucharía por radio ¿ escucharías?

R.- ¿Por radio? Si pues joven mmmmm a veces no podemos asistir a los cursos que dan en la ceja o en los institutos, no podemos salir de nuestros talleres porque tengo que entregar los trabajos y sino el cliente se enoja. Sería lindo escuchar esos cursos para mejorar mi trabajo y desde cuando van a dar esos cursos.

P.- Ya le vamos estar avisando cuando salga los cursos y personalmente le estaría avisando cuando salga al aire

R.- Voy a esperar joven, je je je je, y en qué horarios transmitirán esos cursos?

P.- Como le dije yo le estaría avisando, y qué tiempo trabaja en este gremio

R.- muchos años yo trabajo en mi taller, con esto mantengo a mi familia y he hecho estudiar a mis hijos

P.- Y qué temas quisieras escuchar en los cursos por radio?

R.- Quisiera hacer mis muebles más finos, es como se dice ha ha ha acabado fino, ahora están haciendo bien, y parece como espejo y así nos comprarían nuestros muebles.

P.- Bien don Alejandro, seguí nomás trabajando, tus muebles se ven muy bien, pero se puede mejorar mucho más con la capacitación y gracias por tus comentarios, hasta luego y gracias por todo.

R.- No es nada joven, estaba interesante su charla, y no se olvide en avisarme, hasta luego.

VIII Entrevistas a Instituciones IDEPRO, PROCAL

▪ PROCAL

Entrevista al Licenciado Rodrigo Aguilar encargado del área de capacitación y responsable del Programa de los Bonos de Capacitación de la Institución PROCAL.

Bueno he he nos encontramos hoy con el Licenciado Rodrigo Aguilar, funcionario de la Institución PROCAL y es responsable de los Programas de los Bonos de Capacitación el cual se lleva a cabo en la ciudad de El Alto la experiencia piloto, entonces es pertinente tener una opinión sobre la capacitación a los microempresarios.

Iríamos con la primera pregunta:

P.- Que aspectos deberían tomarse con respecto a la capacitación de los microempresarios?

R.- Haber... mmm lo fundamental es he actualmente existe un mercado de capacitación laboral donde hay una oferta y una demanda, claro una oferta por los Institutos de capacitación, consultores y todos aquellos que ofertan algún servicio dirigido a la microempresa o pequeña empresa y por otro lado los demandantes que son los microempresarios que están en el mercado y lamentablemente no les estamos dando una respuesta adecuada es decir como ellos quieren lo que significa que la oferta debe adecuarse al mercado demandante, es decir he he los curso la metodología las características y y y y y todos los aspectos que sean necesarios van a tener mas efecto en la capacitación cuando se adecue eficientemente.

P.- Como Institución PROCAL como están encarando la capacitación de los microempresarios.

R.- He he, el PROCAL no es una institución ejecutora directa mm mm de los cursos de capacitación, el PROCAL es una Institución administradora a partir de la gran experiencia que tuvimos anteriormente que desarrollamos programas de capacitación para jóvenes y adultos

P.- Entonces ustedes como lo realizarían?

R.- Por ejemplo mm mm algún gremio necesita un curso de capacitación y nosotros hacemos el diagnóstico para determinar los contenidos, los horarios y la metodología correspondiente, de esa manera armamos el curso.

P.- Muy bien es decir no están plasmando la capacitación como tal, solo lo están administrando?

R.- La experiencia del PROCAL es fundamental para hacer los cursos de capacitación de los microempresarios, nos hemos involucrado en todo el contexto de la microempresa.

P.- Este... cual ha sido la motivación como institución para se enfoque la capacitación a este sector de la microempresa?

R.- es importante tomar el eje central de nuestro país Cochabamba, Santa Cruz, La Paz ya que absorbe la mano de obra en estos tres departamentos y de alguna manera genera recursos para nuestro país, empleos y dinero para nuestro país.

P.- Usted esta de acuerdo en trabajar con la capacitación en la cualificación de la mano de obra de los microempresarios?

R.- Tenemos resultados muy importantes ya que el Programa Piloto de Capacitación en El Alto en diciembre arriesgamos el éxito de este programa.

P.- Y que éxitos tuvieron?

R.- Si si trabajamos con metas para la 1ª etapa, eran 1,000 bonos de capacitación colocados habilitar 20 instituciones de capacitación y todas estas metas lo rebasamos.

P.- Esto significa que funciona la capacitación para los microempresarios?

R.- Si claro que funciona y además es una necesidad de cualificar su mano de obra de los microempresarios, te puedo señalar como grandes experiencias del mismo nivel que tenemos aquí en Uruguay, Paraguay, Chile y en otros países, los resultados son óptimos con los Bonos de Capacitación.

P.- Ah claro, claro yo he leído un libro que en Chile les fue bastante bien con esto de los bonos.

R.- Ah a Ecuador le fue bien con los bonos.

P.- En cuanto a la demanda de este sector seleccionado, cual es el requerimiento específico de capacitación?

R.- El área de confección por lo menos en El Alto el área de confección ha tenido mucha afluencia, podríamos decir por el tipo de población que existe en esta ciudad, la confección y los tejidos también.

P.- Y los carpinteros?

R.- Han solicitado también especialmente carpintería metálica, metalmecánica.

P.- He conoce usted alguna institución que están haciendo ellos mismo la capacitación?

R.- Si si si claro por ejemplo las Gregorias Apazas realizan con su propia metodología tiene convenio con el Perú, IDEPRO usa la metodología CEFE, INFOCAL esta con la competencia Laborar, he he he entonces cada institución esta adecuándose a la realidad de los microempresarios y ofrecer lo mejor de sus servicios porque aquellas instituciones que no se adecuen a la realidad tienden a desaparecer.

P.- En síntesis usted esta convencido que la capacitación es importante para los microempresarios?

R.- Nosotros como Institución PROCAL estamos convencidos y apostamos mucho proyectos con respecto a la capacitación de los microempresarios.

P.- Según su punto de vista de usted, es trabajo de investigación que estoy realizando, que es la Capacitación Radiofónica, cree que es viable todavía por este medio?

R.- Si nos ponemos a pensar que esta sucediendo actualmente en nuestra sociedad, la tecnología esta avanzando muchísimo, pues ofrecen cursos por Internet y la educación a Distancia tiene un fuerte componente importante, entonces creo yo que este medio es viable, claro si nos ponemos a pensar el en microempresario, el compañero ideal no es la televisión, es la radio aunque en estas épocas es muy importante, mientras el artesano trabaja, mientras esta

produciendo, además de darle distracción con la música l a radio es un complemento a su trabajo, puesto que la radio jugó un papel importante en la alfabetización.

P.- Bueno yo quisiera agradecerle Llcenciado Rodrigo Aguilar por su opinión y su colaboración pues lo tomaré muy en cuenta en el trabajo.

R.- Pues siga adelante que se haga realidad tu trabajo y honestamente no lo habíamos pensado por este medio.

P.- Gracias y hasta otra oportunidad.

▪ IDEPRO

Entrevista al Licenciado Mario López Encargado de IDEPRO ciudad de El Alto.

Estamos con el Licenciado Mario López Encargado de la Institución y también supervisa el área de capacitación quien tuvo la gentileza de conversar sobre puntos de la capacitación a quien le agradecemos de antemano.

P.- Licenciado Mario he como institución de IDEPRO, como están llevando a cabo la capacitación?

R.- Bueno he nosotros como IDEPRO ya estamos trabajando en el mercado 10 años y no solamente con capacitaciones, tenemos otros servicios como asesoría, información empresarial y lo que realmente les interesa a los microempresarios, en una 1ª etapa trabajamos con nuestra propia metodología, he he por lo cual no tuvimos buenos resultados ni despertamos mucha expectativa en los microempresarios, a partir del año 96' se trabajo con una metodología CEFÉ esta metodología se trajo desde Euro, especialmente de Alemania donde nos capacitaron toda esta metodología y esta respaldado por la Organización Internacional del Trabajo y se noto el cambio radical en forma positiva y los microempresario empezaron a demandarnos cursos de capacitación.

P.- Que objetivos se proponen ustedes con los cursos de capacitación?

R.- Bueno el objetivo fundamental es de dotar instrumentos o herramientas de gestión administrativa para que el micro o pequeño empresario pueda desarrollar sus capacidades y pueda proyectarse en el mercado.

P.- Cual de los sectores demandan mas la capacitación?

R.- Tenemos bueno he trabajando con el sector, Comercio Servicios y Producción, los de metalmecánica, los de madera, cueros, confecciones he he estos son los que requieren mas.

P:- Me podría dar algún detalle sobre la metodología CEFÉ?

R.- La metodología se ha ido creando en Europa y lo han exportado a Latinoamérica, consiste principalmente en rescatar las experiencias de los participantes y luego complementar con los conceptos teóricos actuales, se podría decir que relacionamos la experiencia con lo nuevo y tuvimos muy buenos resultados.

P.- Es decir es una buena metodología?

R.- Si si si claro y lo vamos a sistematizar y publicar.

P.- Bueno usted sabe que estoy realizando un trabajo de capacitación del sector informal y además por la radio, alguna opinión me puede dar sobre esto?

R.- He según lo que me comentaba usted he parecía una idea no muy acertada pero lo he ido pensando, y me parece una idea fantástica, he no hay unos cursos específicos para el sector, además por la radio, por eso creo que es una idea interesante capacitar por la radio, porque uno de los problemas con los que tropezamos con el microempresario es su tiempo y con esta propuesta usted estaría rompiendo esa barrera por ese lado es bueno capacitar por radio, pero lo que le recomendaría es especificar que temas de capacitación, horarios y días y supongo que no tendrían que ser muy largos sus programas, ah y otra cosa importante que no se ha probado principalmente en nuestro nivel urbano este medio.

P.- Bueno Licenciado, le agradezco y tomare en cuenta todo lo que usted me recomienda y hasta otra oportunidad.

IX PROPUESTA

Una alternativa más de capacitación: La capacitación radiofónica.

IX.1 Fundamentación

IX.1.1 Importancia de la radio como medio educativo

La educación por radio dirigida a adultos que no pudieron iniciar o completar la educación primaria, secundaria o ninguna de estas, presenta las siguientes características: es bilingüe o hablante de un idioma originario como segunda lengua y el castellano como primera lengua, es abierta y flexible, responde a las necesidades, intereses y posibilidades de aprendizaje de los educandos y reconoce la existencia de distintos modos y ritmos de aprendizaje propiedad de los educandos, es participativa porque asumen la corresponsabilidad desde una auto educación y auto desarrollo, es integral porque en respuesta a los requerimientos de aprendizaje de los educandos establece nexos entre aprendizaje académico y aquellos ligados a procesos productivos y laborales⁸³

Queremos rescatar la importante labor educacional que, desde esta perspectiva, debería cumplir la comunicación radiofónica, puesto que hoy se ve a la radiodifusión como “empobrecida, reducida a reproductora de música, noticias y tandas comerciales”⁸⁴

Personalmente, creo que la radiofonía juega un papel importante en la sociedad y ocupa hoy en día un lugar social que es de una influencia gravitante entre los objetivos del emisor y las necesidades y expectativas del público. Nos han señalado los datos obtenidos que el sector de

⁸³ Bolivia. *Gaceta Oficial*. tomos XXXIV y XXXV, 1995

⁸⁴ Haye, Ricardo M. *Hacia una nueva radio*. P.11

los microempresarios es asiduo oyente de la radio, es por eso que queremos aprovechar este espacio de comunicación entre la emisora de preferencia en cada caso y el trabajador, con fines educativos, para realizar una capacitación laboral dirigida específicamente a este sector, en sus ramas de actividad propiamente.

Estimamos posible llevar a cabo esta propuesta, porque la actitud hacia la radio es familiar y participativa, se la escucha en los talleres productivos junto con sus esposas, sus hijos y otros familiares, junto a las personas ligadas al trabajo diario en los talleres artesanales.⁸⁵

No importan las características que tenga el aparato con el que se escucha la transmisión de la emisora radial de preferencia, puede ser pequeño, grande, mediano, nuevo, usado, casi destrozado, eléctrico o a pilas... pero está siempre presente en un lugar del taller motivando el trabajo, no tiene limitación en su uso y va con ellos a todas partes. Al respecto señala Haye ⁸⁶ “Y si el espacio no es limitante, tampoco lo es el tiempo: Los mensajes pueden ser escuchados incluso mientras se están desarrollando otras actividades, con todo el perjuicio que esto supone en términos de la atención y comprensión de su contenido”.

Vemos, además, que si bien la irrupción de la imagen y de otros avances tecnológicos obligó a la radiofonía a reformular sus propuestas y pareció debilitar su influencia en el público, sin embargo, los sectores populares como nuestros microempresarios y sus trabajadores, a pesar de que tienen acceso a la televisión, continúan apegados a la radio, arraigadas en sus casas, en sus talleres y hasta la llevan consigo cuando se trasladan a otros lugares. La radio se ha consolidado en estos sectores de la población como el medio informativo por excelencia.

Al respecto señala Haye: “ La radio es un medio capaz de vehiculizar contenidos para cambiar actitudes (vender, convencer, educar y hasta liberar pueblos)”⁸⁷. “Precisamente la

⁸⁵ Ver Cuadro no 40

⁸⁶ Haye, R. M. Ob. cit. P.20 y 21

⁸⁷ Ibid. Pg.27

educación y la radio son, junto a la familia, la iglesia, los grupos (de amigos, compañeros de trabajo) los espacios tradicionalmente dedicados a la construcción de significados y sentidos"⁸⁸ .

La radio construye sentidos y significados sociales en un proceso productivo, orientado hacia un público definido esencialmente como consumidor, consumidor de productos materiales y también simbólicos. *"Es importante reparar que no se trata de un portador cualquiera; la radio es un medio calificado, prestigiado de alguna manera por su condición pública"* ⁸⁹. *"La radio es diferente, lo es en función de sus características propias, de su especificidad. Ellas precisan un estilo y una metodología distintos de los que se aplican en un periódico, en una revista, la televisión o el cine."*⁹⁰

Pero, particularmente en nuestro medio, consideramos que la situación es aún más complicada porque no todos tienen acceso a la instrucción, a la educación y a la cultura. Y por si esto no bastara, aún no hemos podido superar un modelo educativo caduco, no problematizante, sino memorista y autoritario. La suma de estas circunstancias debiera servir para crear conciencia acerca de cual es el papel que deben cumplir los medios de comunicación en nuestro país en este momento: *"motivar la participación, propiciar el espíritu crítico, desarrollar un sentido humanista y solidario de la comunidad, y ayudar al hombre a interpretar la realidad proponiéndole interrelacionar y contextualizar los hechos que le van determinando."*⁹¹

*"La radio puede servir para que los pueblos se conozcan entre sí y a sí mismos en sus grandezas y sus miserias. Para que adviertan cómo operan sobre ellos una cantidad de variables políticas, económicas, demográficas, energéticas, de producción, culturales, ambientales, de alimentación. Sobre cada una de ellas puede hacerse una audición o un ciclo radiofónico."*⁹²

⁸⁸ Ibid.P.32

⁸⁹ Ibid .P.33

⁹⁰ Ibid.P.88

⁹¹ Ibid. P.128

⁹² Ibid.P.130

“Seguimos convencidos de que la radio puede y debe contribuir a una **tarea educativa** sistemática y que no necesariamente el producto será árido, denso o cansador, si explotamos la magia y la imaginación que la comunicación sonora pone en marcha. El aporte sería estimable, particularmente en un tema como éste al cual debemos dedicar tiempo de análisis y reflexión”⁹³

IX.1.2 Experiencias en el país y en otros países

Una de las redes más importantes que aglutina a los medios de Educación Radiofónica de Bolivia en nuestro país, es ERBOL (Educación Radiofónica de Bolivia). Es una Asociación Católica que está muy relacionada con la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y también con la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) como entidades más representativas de estos medios en el ámbito latinoamericano y mundial⁹⁴

ERBOL, mediante la utilización de diferentes medios de comunicación social especialmente el de la radio, lleva a cabo desde su creación, en julio de 1967, actividades de comunicación, educación y promoción popular para el desarrollo integral de los sectores sociales más necesitados en la búsqueda de una sociedad justa, fraterna, popular, democrática y equitativa⁹⁵

Según los comunicadores, ERBOL es la organización más importante por el número de sus afiliados y por la consistente labor capacitadora, orientadora y motivadora que ha llevado a cabo preferentemente con los grupos indígenas bolivianos.

Su tarea principal fue la de impulsar la alfabetización y fomentar la cultura, además de emplear la radio, el medio de comunicación más importante del país. “ Entre 1967 y 1970, la

⁹³ Ibid. P. 134 y 135

⁹⁴ Camacho Azurduy, Carlos *Las radios populares en la construcción de ciudadanía.. Enseñanza de ERBOL en Bolivia.* P.30

⁹⁵ Ibid . P.15 y 19

asociación adopta la experiencia y el método educativo de las escuelas radiofónicas, con una clara tendencia a la instrucción y concientización y a la participación⁹⁶

Para tener un panorama de la educación radiofónica en Bolivia, tomamos en cuenta los radios que se afiliaron a ERBOL en 1999, son los siguientes: ACLO (Chuquisaca), Bermejo (Tarija), Chaka (La Paz), Chiwaliki (Cochabamba), Don Bosco (Cochabamba), Esperanza (Cochabamba), Horizontes (Oruro), Ichilo (Santa Cruz), Juan XIII (Santa Cruz), Sarire (La Paz), Maria Auxiliadora (Santa Cruz), Nuevo Amanecer (La Paz), Pachamama (La Paz), PIO XII (Potosí), San Gabriel (La Paz), Tarija (Tarija), Yungas (La Paz) y Parapetí (Santa Cruz).

Esto nos muestra la cantidad de experiencias de educación radiofónica que se realizan en nuestro país, con diferentes matices y características. Similar experiencia se realiza en las emisoras de CORAPE en Ecuador.

Señala también Camacho que " además existen en ERBOL nueve centros de producción radiofónicas que coordinan con instituciones de comunicación, educación, investigación, promoción y desarrollo como ser ACLO de Potosí, Acción Cultural Loyola, Audiovisuales Educativos (AVE), Centro de Investigación y Acción Educativa (CEBIAE), Centro de Adultos a través de los Medios de Comunicación Social, (CEAMCOS), Centro Khana, Centro de Producción Radiofónica (CEPRA), Centro de Promoción del Campesinado (CIPCA), Centro de Investigación y Servicio Popular (CISEP), Escuelas Radiofónicas FIDES (EERR FIDES).

Se puede ver que la producción de materiales educativos que elaboran es para el apoyo de los programas de capacitación por radio, esto implica realizar un trabajo más completo para los objetivos propuestos de dicha emisora.

La producción y emisión radiofónica se hace en forma bilingüe en algunos casos y en otros en castellano o en su propia lengua. Todas estas emisoras que realizan educación radiofónica, no solo son emisoras especializadas que imparten alfabetización y difusión de los conocimientos elementales, sino que también emiten valores, promoción humana, desarrollo

⁹⁶ Ibid. P.150

integral del hombre y de la comunidad, proponiéndose elevar el nivel de la conciencia y estimular la reflexión. Combinan clases radiofónicas con programas de educación no formal dirigidos a coadyuvar al fortalecimiento de las organizaciones populares y a la revalorización de las culturas nativas.

La radio ha aportado, quizás más que ningún otro medio de comunicación, a la labor educativa por medio de programas de alfabetización y de promoción socioeconómico.

Iriarte señala que "es interesante resaltar la labor educativa y promocional que en América Latina han realizado en los últimos años las llamadas "Radios Culturales". En Bolivia ese trabajo de concientización ha estado impulsado y orientado por las emisoras afiliadas a ERBOL y a las Radios Mineras, propiedad de los sindicatos de los trabajadores mineros".⁹⁷

Afirma asimismo Iriarte que la radio pionera en programas de alfabetización radiofónica fue "Radio Sutetanza" de Ecuador, a partir de 1958, hoy desaparecida.

De esta manera podemos rescatar y ver que las experiencias en Bolivia son riquísimas y que las radios en la actualidad son un pilar importante para este cometido, y seguirán siendo el medio de comunicación de masas más eficaz y popular. La radio tiene ciertas características que le otorgan claras ventajas sobre otros medios de comunicación.

En Latinoamérica de igual manera las radioemisoras educativas están coordinadas por una organización denominada con la sigla ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), Estas radioemisoras latinoamericanas que están especialmente dirigidas a la Educación Radiofónica a distancia, se encuentran asociadas a 41 instituciones de 17 países de Latinoamérica.

Esto significa que, sin lugar a dudas, siguen en el camino de capacitación, trabajando en el ámbito de la Educación Radiofónica, especialmente en la de adultos, en la comunicación, la promoción y las organizaciones de base, en áreas rurales y el sector urbano.

⁹⁷ Iriarte , Gregorio y Lamas, Ernesto: P.157

Según Eduardo Contreras "se transmiten semanalmente 1.400 horas de programas educativos en diferentes países complementando con material escrito, folletos, cartillas, guiones de trabajo". Además señala este autor que las radios que están ubicadas en diferentes países son: Radio Huayacocotla en (México), Radio Saleil (Haití), Radio Santa María (Republica Dominicana), Radio Occidente IRFA - V (Venezuela), Radios Feeger, (Colombia), Chortis, Atitlan, Nohuala (Guatemala), Radio Cepas (Panamá), Radio Acpo (Colombia), ERPE, Shuar (Ecuador), Radios Aclo, Ecora, Esperanza, Indicep, IRFA - B, FIDES , San Gabriel, San Rafael, Santa Clara (Bolivia), Frider (Chile), Feplan (Brasil), Incupo (Argentina).⁹⁸

Se puede ver que las Radioemisoras Educativas están organizadas en una red importante a este nivel y coordinadas, en lo que se refiere a la acción relevante que se produce en el ámbito de la educación, la alfabetización, la capacitación y la promoción de la mujer. Por ejemplo, señala Contreras, ACLO de Bolivia muestra estrecha relación con cooperativas y asociaciones de trabajadores, brindando formación, capacitación, asesoramiento, técnico en proyectos específicos. De igual manera en México la radio Huayacocotla, en Argentina con capacitación, asociación de gremiales, con capacitación y asesoramiento de dirigentes, Ecora de Bolivia con organizaciones de base más representativas, sindicatos y cooperativas, en Panamá radio CEPAS con organizaciones de base, para mejorar el trabajo, temas de cooperativismo y formación integral de dirigentes, administración de cooperativas a pequeños artesanos, en Chile radio Freeger, con cooperativistas brindando capacitación y asesoramiento técnico.⁹⁹

Esto nos hace ver que la radio, tanto en Latinoamérica como en Bolivia juega un rol importante en cuanto a la educación radiofónica, como ser en la capacitación de sectores productivos populares tanto en el área rural como en la urbana.

⁹⁸ Contreras Budge, Eduardo. *Análisis de los Sistemas de Educación Radiofónica*. Serie Investigación 1. P.25

⁹⁹ Ibid. P.50 y 51

Por otra parte, dichas radioemisoras también realizan evangelización a las comunidades. Asimismo cabe señalar todas ellas realizan o producen material educativo.¹⁰⁰ Todo este material impreso permite desarrollar y entender los contenidos de los cursos de capacitación emitidos, facilitando así con mas detalles el aprendizaje.

Identifica Contreras aquellos tres grupos de radioemisoras: las que comparten programas escolares y no escolares como FIDES, San Gabriel, Feplan, Apco, IRFA-B, Freege ,Shuar, Nahuala, IRFA-V, Cepas, Santa Maria, Soleil; las que transmiten solamente no escolares: Ecora, San Rafael, Chortis, Aclo, Huayacocotla; y las que transmiten integralmente: Incupo, Indicep, Santa Clara, ESPE, todos los contenidos de éstas son para realizar actividades con adultos.¹⁰¹

Todas las experiencias que se realizan tanto en Bolivia como en otros países Latinoamericanos, recomiendan tomar en cuenta lo siguiente: se debe realizar un seguimiento constante a estas prácticas educativas, no se debe permitir la deserción de los oyentes, también se debe ir evaluando permanentemente todos los resultados para su mejoramiento. De lo contrario se estaría trabajando sin conocer bien los resultados óptimos. Además debe coordinarse con el apoyo estatal ya que se le descarga una labor importante a la comunidad y a la educación.

IX.2 Propuesta

La radio es el único medio de comunicación masiva que resulta imparable detener, es el medio que llega instantáneamente a todo el planeta y en el que se pueden transmitir mensajes desde un país a otro. En nuestro caso, desde un punto de vista pedagógico-educativo, proponemos establecer una radiodifusión educativa al servicio de un sector social prioritario en cuanto a capacitación en nuestro país, los microempresarios de la Ciudad de El Alto, implementando programas de capacitación laboral específicamente elaborados para las ramas de actividad en confección y carpintería.

¹⁰⁰ Ibid. P.248

¹⁰¹ Ibid. P.59

Ligamos así la comunicación con la educación a través de la radio, medio de fácil obtención, transporte, manejo, que no es costoso y por lo tanto es un instrumento de posible capacitación que está en todo los talleres de los microempresario.

En ese sentido, cualquier programa de educación formal o no formal puede ser recibido en la distancia, posibilitando al microempresario tener la oportunidad de ir formándose para su consiguiente fortalecimiento con una capacitación laboral programada con un proceso educativo y desarrollada según sus requerimientos y necesidades.

Tomando en cuenta el trabajo realizado en todo el proceso de esta investigación, desde su inicio, su desarrollo, hasta su culminación, podemos afirmar que **la presente propuesta es necesaria y de vital importancia** para lograr una adecuada capacitación laboral al sector de la microempresa en general y en particular a los microempresarios de El Alto de las ramas de la carpintería y de la confección.

Los resultados de la encuesta realizada nos brindan una base importante para reafirmar la necesidad de esta propuesta. Las instituciones con quienes hemos conversado en algunos casos, o bien durante las entrevistas, mostraron su interés por este trabajo, puesto que veían de mucha importancia su implementación a fin de impulsar el mejoramiento de la producción de estos microempresarios y con ello la superación de su calidad de vida.

Todo la documentación leída y revisada, de igual manera hacen hincapié en la necesidad de apoyo a este sector productivo, especialmente en la capacitación, afirmando que “ se debe hacer propuestas concretas”.

En un programa de capacitación para cualificar la mano de obra de los confeccionistas y de los carpinteros, debemos partir del modelo curricular planteado en la propuesta y sistematizar los programas específicos, sus contenidos concretos y medios especiales, **contando con la colaboración técnica de expertos** en cada una de dichas áreas.

Para lograr un apoyo eficiente de los expertos en cada especialidad, es imprescindible el conocimiento de las necesidades reales de las microempresas obtenidos en esta investigación, con lo cual se lograría optimizar los cambios requeridos por este sector, que dicho sea de paso, es cada vez más creativo, flexible y competitivo.

Como complemento a la propuesta, podemos rescatar ideas importantes de la institución PROMMI (Proyecto de Promoción y Asistencia a la Pequeña Iniciativa Privada), especializada en estudios y propuestas para la microempresa. En la misma se afirma que en cuanto a los temas de capacitación, éstos se pueden encarar de la siguiente manera: **subsectorialmente, integralmente o de manera modular.**¹⁰²

“La combinación de estos tres elementos hace que los cursos de capacitación a la microempresa faciliten y motiven el acceso al servicio”, para una mejor comprensión de estos elementos entenderemos por subsectorial lo siguiente: “Un subsector se define como aquel conjunto de empresas que normalmente producen productos iguales y/o similares”. Entonces, se debe organizar y orientar la capacitación hacia microempresarios que producen productos mas o menos homogéneos, es decir de la misma rama de producción.

Esto nos facilitaría para que la capacitación atendiera problemas y situaciones específicas comunes entre los oyentes destinatarios, evitando al ser emitido por radio, la desventaja que se tendría al reunirlos en cursos presenciales, debiendo convocar a representantes de microempresas que en muchas veces compiten entre sí, tienen o quieren tener los mismos clientes y no siempre están dispuestos a compartir experiencias y discutir problemas y planes propios entre ellos.

La capacitación **integral** puede también resultar muy útil, puesto que en las tareas de las microempresas no existe una separación clara de las distintas áreas de la producción, administración, comercialización, por lo cual la capacitación se debe enfocar en forma integral, como la solución potencial a un problema. Por ejemplo, el problema técnico de calidad deficiente puede resolverse mejorando los materiales y los procesos de producción. Por lo tanto es importante relacionar y, de ser posible, integrar aspectos de capacitación técnica con temas administrativos o gerenciales. Resumiendo, se puede “articular aspectos técnicos y de gestión empresarial en un solo evento de capacitación”.¹⁰³

¹⁰² PROMMI. Manual Metodológico para Programas de Capacitación Orientados a la Microempresa P.31

¹⁰³ Ibid. P.33

La capacitación **modular** se comprende como "proponer un conjunto de programas dentro de un mismo subsector, que guardan una interrelación entre sí, existiendo al mismo tiempo una independencia".¹⁰⁴

Generalmente el microempresario espera una utilidad inmediata del tiempo que dedica a la capacitación, dado que ésta se orienta hacia la solución de problemas para los que tiene poco tiempo disponible.

PROMMI aconseja, en base a esta diferenciación que cada módulo responda a una necesidad específica y en el conjunto de módulos se abarque el proceso completo de elaboración de un producto determinado. Cada módulo deberá tener una **independencia relativa** pero también una **conexión lógica**.

Con la independencia relativa se pretende que cada módulo agrupe a un conjunto de temas que tienen cierta unidad y vayan dirigidos a un mismo objetivo, en cuanto a desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes de los participantes. Con la conexión lógica se logra un vínculo a la vez con el módulo precedente y el módulo siguiente, garantizando los puntos de contacto y unión con los módulos correspondientes según el contenido que se aborde.¹⁰⁵

IX.2.1 Meta de la Capacitación en el Trabajo

Sabemos que la capacitación está dirigida a los microempresarios que ya tienen experiencia laboral empírica en sus talleres, que la han adquirido en muchos casos de los familiares y en otros casos como operarios en diferentes talleres. Partiendo de esta situación, el objetivo fundamental de este proceso de enseñanza-aprendizaje es lograr un cambio (mejoramiento) a través de programas de capacitación planificados y acordes a su realidad.

En este caso la capacitación laboral para la microempresa significaría a mediano plazo un mejoramiento en la calidad de sus productos, mayores ventas o mejor comercialización de sus

¹⁰⁴ Idem

¹⁰⁵ Idem

productos con mucha más facilidad por su mayor calidad. Para obtener este cambio los microempresarios adquirirán conocimientos y habilidades que harán que el producto que realiza será terminado con mejor calidad sobre la base de su nueva experiencia laboral.

IX.2.2 El Adulto y la Capacitación

La motivación es el motor principal de la enseñanza, mantenerla y alimentarla es importante. Otro aspecto importante es valorar la experiencia que tienen los microempresarios y esta les permitirá un mejor aprendizaje.

Malcom Knowles, que recientemente retoma el concepto de "andragogía"¹⁰⁶, reconoce que cuando los adultos se presentan como aprendices, traen consigo su propio conjunto de habilidades, conocimientos y experiencias. Traen también sus sentimientos, creencias, actitudes, inclinaciones, prejuicios y patrones de comportamientos.

IX.2.2.1 Dificultades en el proceso de aprendizaje

El objetivo fundamental del proceso de enseñanza – aprendizaje es lograr un **cambio (mejoramiento) planificado en la conducta del participante**¹⁰⁷.

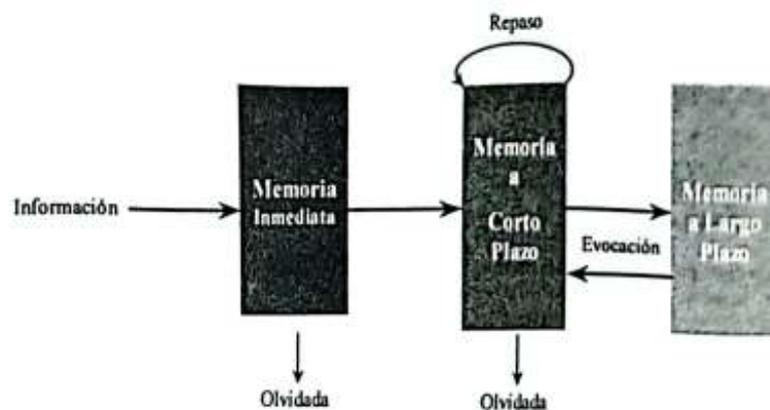
En el caso de la capacitación laboral, esto implica posteriormente un mejor desempeño en el proceso productivo de los microempresarios. Para realizar tal cambio, los participantes necesitan adquirir conocimientos, habilidades y actitudes aún desconocidas por ellos, dentro su experiencia.

¹⁰⁶ M.Knowles, citado en PROMMI, ob. Cit., define a la "andragogía" como el arte y ciencia de ayudar a los adultos a aprender

¹⁰⁷ PROMMI, "Manual Metodológico" Pag. 34 y 35

Para entender bien el proceso de aprendizaje en los adultos, es necesario conocer el funcionamiento de la memoria. El ser humano posee tres clases de memoria con distintas funciones:

- Memoria inmediata o de plazo Ultracorto
- Memoria a corto plazo
- Memoria a largo plazo



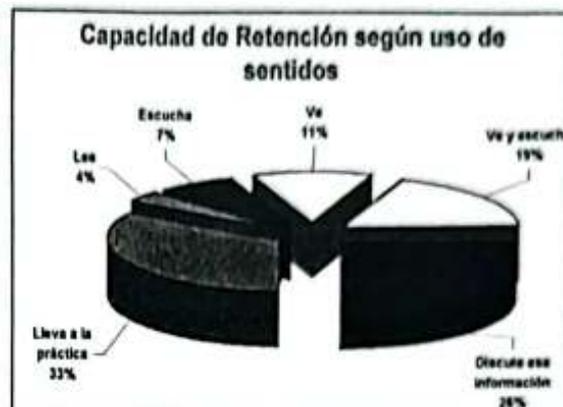
Fuente: Billor. Y otros "Ciencias Psicosociales Aplicadas a la Salud" Pag. 58

Se aprende solamente lo que queda almacenado en la memoria a largo plazo, pero lo que se quiere aprender tiene que pasar primero por las instancias de la memoria inmediata y después por la de corto plazo. Todas las percepciones pasan por la memoria inmediata: es el primer filtro de impresiones y de información, una especie de "guardaespaldas" que controla la entrada de informaciones. En cada persona, los sentidos o canales de percepción, como la vista y el oído tienen diferentes grados de desarrollo. Por lo tanto, ciertas personas memorizan más fácilmente algo que vieron o leyeron, mientras que otros recuerdan mejor lo que oyeron.

Si bien no es lo más eficiente, como capacitación presencial, complementa el proceso de mejoramiento de la producción, puesto que se realiza paralelamente al trabajo. Dando lugar a una posible experimentación con los materiales y herramientas en el mismo taller de trabajo.



Elaboración Propia (2001)



En general se puede decir que el ser humano retiene o asimila más información o materia entregada cuando lee que cuando escucha, la retención aumenta sobre lo que ve y dice, logrando la mayor asimilación sobre lo hace por si mismo. En consecuencia se debe estimular diferentes canales de percepción, oído vista y tacto a fin de aumentar la capacidad de aprendizaje.

Podemos señalar también otras dificultades como:

- Bajos niveles de educación formal, por lo tanto requieren de metodologías especiales, tampoco tienen mucho tiempo para cursos extensos.
- La educación técnica para adultos está al alcance de muy pocas personas del área microempresarial, solo enfocan al mercado asalariado, aunque sin efectividad.
- La oferta para capacitación no está adecuadamente orientada al sector.
- La educación formal e informal en general no se dirige a las necesidades del mercado laboral informal.

La metodología propuesta es el camino para llegar al objetivo, tomando en cuenta que el capacitado es en todos los casos un ser adulto, o bien un joven integrado ya al proceso productivo. Por ello con las experiencias anteriores, es importante considerar las recomendaciones citadas de Knowles.

IX.2.3 Preparación del curso de capacitación radiofónica

La capacitación ha de estar orientada a la solución de problemas específicos en la microempresa, como ser el de mejorar constantemente la calidad de los productos en los carpinteros y en los confeccionistas, como así también a aumentar la producción y su respectiva comercialización.

El objetivo de la capacitación va estar dirigido a transmitir conocimientos, habilidades y destrezas aplicables a las microempresas de los confeccionistas y carpinteros de la ciudad de El Alto.

El tiempo de duración de los cursos radiales será de media hora por clase, con una periodicidad de tres días a la semana por cada rama de actividad diferente, intercalados, o sea, un promedio de seis horas en el mes para cada una.

De los participantes: Dueños trabajadores de la microempresa, sus operarios y miembros de su familia. Trabajadores con experiencia en su actividad, motivados para mejorar sus productos.

La cualidad que deben tener los responsables de ejecutar estos programas de capacitación laboral por radio, será fundamentalmente la experiencia en educación de adultos además de los conocimientos técnicos sólidos tanto currículum como en programación radial, además de tener capacidad para trabajar en equipo con los expertos de cada área y de comprender y adecuarse a la visión microempresarial.

El método de la enseñanza apropiada. Como ya planteamos, la capacitación se realizará por el medio de la radio. En el desarrollo de la programación se combinará el desarrollo del guión correspondiente con entrevistas a personas del gremio con mucha experiencia en las ramas de actividad de carpintería y confección oportunamente.

Insumos y equipamiento. Para cada programa se deberá tener disponibilidad de los temas de capacitación ya elaborados en los guiones respectivos, así como ya realizadas las grabaciones previamente en cassettes. Con lo cual se conformará un Curso de Capacitación

completo por cada rama de actividad que podrá ser utilizado por la institución que asuma su auspicio en el momento oportuno.

IX.2.4 Diseño curricular del curso

El punto de vista en PROMMI es que “el diseño curricular consiste en la planificación pedagógica presentada al nivel de unidades de enseñanza”¹⁰⁸. Por otra parte, Villca¹⁰⁹ señala que “el diseño curricular es el conjunto de experiencias que los educandos adquieren participando en acciones prescritas por el sistema y previstas y producidas en cooperación por la comunidad educativa para contribuir al desarrollo personal y social en un momento histórico concreto”.

Por otra parte, el CEBIAE afirma que: “Entenderemos por Diseño Curricular a la organización de las diversas prácticas educativas inherentes a una institución educativa en la cual se promueven procesos de enseñanza – aprendizaje”.¹¹⁰

Entendemos lo siguiente de estas definiciones, en el caso de la segunda, destaca el rol tanto de la institución capacitadora como de la comunidad, englobando en este contexto a la familia, a las instituciones y los medios de comunicación, como partícipes responsables de la gestión educativa

Para la investigación tomaremos la primera definición la cual se aplica más, pero tomando en cuenta la consideración de los saberes de los propios capacitados. Una unidad de enseñanza se expresa en el **módulo**, estructura en la cual se desarrolla un determinado tema y puede abarcar una o varias clases o sesiones, cada una de las cuales han de tener una duración de media hora, incluyendo las cortinas musicales y anuncios solicitados.

¹⁰⁸ PROMMI. Ob. cit. P.57

¹⁰⁹ Villca, Simeón. *Planeamiento educativo*. P.92

¹¹⁰ CEBIAE. *Propuesta Curricular. Propuesta metodológica*, P.3

PROMMI nos proporciona un modelo de estructura curricular el cual lo hemos adaptado para la propuesta modelo¹¹¹.

MODELO DE ESTRUCTURA CURRICULAR

Objetivos	Contenidos	Actividades pedagógicas	Medios didácticos requeridos	Materiales necesarios	Criterios, actividades de evaluación	Duración en horas

Los objetivos de la capacitación a la microempresa son generar cambios en los hábitos productivos de los oyentes, con resultados significativos en la empresa. Es por ello que los objetivos deben formularse describiendo los cambios que se espera lograr en las aptitudes de los microempresarios y cómo esos cambios afectarán positivamente a su producción.

Los contenidos se desarrollarán como módulos. Cada módulo contendrá un tema general con sus respectivos contenidos específicos para ser desarrollado. Los contenidos específicos representan las unidades de enseñanza que corresponden a un guión, una audición, ajustadas a su tiempo de duración.

La descripción de las actividades consiste en una breve reseña de las aplicaciones que se piensa indicar en cada unidad de enseñanza a fin de lograr que el oyente fije las recomendaciones impartidas y así se logren los objetivos.

El curso debe estar bien preparado, contando con todos los recursos necesarios de enseñanza que le permitan acomodarse a las particularidades del proceso de capacitación. Un medio de enseñanza no es meramente un material o un instrumento, sino una organización de recursos que media entre la radio y el oyente del curso, por ejemplo, en este caso, los guiones y las entrevistas grabadas.

¹¹¹ PROMMI. Ob. cit. P.58

Los materiales necesarios en el curso de capacitación comprenden la locución y las respectivas grabaciones de los guiones, lo que en conjunto conformará el material total del Curso de Capacitación para cada rama de actividad.

Se planifica la evaluación del proceso de capacitación, definiendo los métodos y los instrumentos a ser utilizados. La evaluación tiene como fin verificar la aplicación de lo escuchado durante el Curso por radio, a la respectiva producción.

Específicamente, la evaluación se realizará una vez terminada cada audición, teniendo comunicación telefónica con los microempresarios que siguieron el curso, a través de preguntas y sugerencias. Con los que se suscriban al curso, podría enviárseles cartillas con resúmenes y preguntas al mismo tiempo.

La duración de cada unidad de enseñanza no deberá exceder de media hora, incluyendo música, pausas y otros.

DISEÑO CURRICULAR PARA LA MICROEMPRESA

CAPACITACIÓN LABORAL POR RADIO EN LA CIUDAD DE EL ALTO

MODULO: Laqueado de Muebles: Aplicación de Barnices y Pinturas

OBJETIVOS	CONTENIDOS	ACTIVIDADES PEDAGOGICAS	MATERIALES NECESARIOS	CRITERIOS EVALUACIÓN	DURACIÓN EN HORAS
El participante será capaz de:					
Preparar y Combinar los componentes del barniz P.U.	Aplicación de pinturas de acabado	El oyente deberá combinar sin dificultad los componentes del barniz P.U	Elementos químicos necesario para la combinación del barniz P.U	Foro – cassettes: Participación activa del microempresario. Estimulación al trabajo cualitativo.	3 horas y 30 minutos. 45 minutos por semana. Martes, miércoles, jueves. A horas 19: 00 PM
Trabajar muebles semi-laqueados, donde se distinga la degradación y combinación de colores	Técnicas de degradación de colores. Aplicación del barniz P.U. industrial de acabado	El oyente, deberá en un mueble practicar la degradación de colores. Seguidamente trabajara en el semi-laqueado.	Brochas, pinturas, sopletes, alcohol	Optima utilización de las técnicas del laqueado	
Trabajar muebles totalmente laqueados, incluido el proceso de pulido con pastas en dos colores, vino y blanco	Aplicación de pastas de pulir manual e industrial	El oyente practicara la técnica la técnica del laqueado y su proceso, hasta obtener muebles finamente laqueados		Llamadas telefónicas para intercambiar puntos de vista, sugerencias, dudas, experiencias	

IX.2.5 Modelo de un diseño modular

El modelo que se presenta a continuación, puede ser un modelo de inicio que puede modificarse en el camino para su mejoramiento, de acuerdo a las necesidades de cada tema.

Ejemplo de Módulo en la Rama de Confecciones:

Modulo I.- Patronaje ropa deportiva unisex

Tema: Patronaje Industrial

<u>Contenidos</u>	<u>Objetivos</u>
1. A qué denominamos patronaje industrial?	• Diferenciar los tipos de patronaje para prendas de vestir
2. Cómo se clasifica el patronaje industrial?	• Diferenciar las tallas y medidas industriales y sus respectivas equivalencias en el mercado, tomando como parámetros edad, sexo y serie
3. Cuál fue el origen de las tallas industriales?	• Ambientar un almacén de patronaje y realizar la codificación correspondiente.
4. Formación integral del patronista	• Seleccionar la materia prima con la que confeccionarían sus prendas, obteniendo así la calidad que se requiere.
5. Almacenaje de patrones	• Realizar confecciones de prendas de vestir en base a los patrones base
6. Cual es la codificación general del patronaje	
7. Precauciones de seguridad del almacenaje	
8. Repaso de puntos importantes del Patronaje	

Modulo II

Tema : Control de calidad de la materia prima

<u>Contenidos</u>	<u>Objetivos</u>
1. Qué entendemos por control de calidad de la materia prima?	• Seleccionar el tejido y los insumos necesarios para la confección de la prenda de vestir
2. Control de calidad dimensional	• Realizar las pruebas de control de calidad al tejido seleccionado
3. Cómo se saca la muestra?	• Determinar los porcentajes de variación del tejido
4. Cómo determinamos el porcentaje de variación del tejido?	• Medir la solidez del color del tejido
5. Cómo convertimos el porcentaje obtenido a centímetros (columnas)	
6. Cómo convertimos el porcentaje obtenido a centímetros(pasadas)	
7. Control de calidad Visual	
8. Uniformidad del color o diseño	
9. Solidez y resistencia	
10. Cómo se mide la solidez del color al lavado?	

Modulo III

Tema: Control de calidad de patronos

<u>Contenido</u>	<u>Objetivo</u>
1. Control de calidad	• Realizar el control de calidad funcional, dimensional y de simetría
2. Control de calidad de simetría	• Realizar el encaje de patronos
3. control funcional	• Marcar y cortar piquetes
4. Repaso de aspectos importantes del tema	• Realizara la escritura de la nomenclatura correspondiente a cada uno de los patronos
	• Realizar el control de calidad en su trabajo

IX.2.6 Diseño del guión para la radio

La radio es el único medio de comunicación masiva que resulta imposible de detener, es el medio que llega instantáneamente a todo el planeta y por el cual se pueden transmitir mensajes desde un país a otro. En nuestro caso, desde un punto pedagógico – educativo, puede ponérselo al servicio de los microempresarios de la ciudad de El Alto con programas de capacitación laboral específicamente elaborados para las ramas de actividad en confección y carpintería.

Ligando la comunicación con la educación a través de la radio, que es un medio de fácil obtención, transporte, manejo y no es costoso, por lo tanto es un medio de comunicación que esta en todo los talleres productivos de los microempresario, podemos cubrir las necesidades manifiestas de elevación de conocimientos, supliendo así la falta de tiempo que estos trabajadores tienen para asistir a cursos presenciales.

En ese sentido, cualquier programa de educación formal o no formal puede ser recibido a distancia posibilitando al microempresario tener la oportunidad de ir mejorando su formación para el consiguiente fortalecimiento de su capacitación laboral diaria con un proceso educativo desarrollado según sus requerimientos y necesidades.

IX.3 Bases fundamentales y didáctica para la elaboración del guión temático

Otro aspecto importante es contar con los elementos básicos y sustanciales de los recursos materiales didácticos para la elaboración de los guiones de los temas específicos del programa para las ramas de actividad de carpintería y de confección. La elaboración de los guiones también requiere ser realizada pedagógicamente. El guión o libreto es un instrumento didáctico muy práctico para llevar a cabo los programas de capacitación laboral radiofónica.

Para trabajar los temas se recomienda tener en cuenta algunos puntos fundamentales, básicos:¹¹²

Primer Paso: Un Esquema Previo. En este paso, debemos obtener información acerca del tema que vamos a desarrollar.

Cumplida esta tarea, continuamos con la selección de los contenidos, en otras palabras, determinamos con absoluta claridad cual es mensaje central que se desea comunicar a los oyentes. Finalmente, realizamos un esquema de lo será el posible guión, que consiste en escribir el desarrollo que tendrá el producto que vamos a elaborar, establecer por donde vamos a empezar, que es lo que va a continuar y como va a finalizar. Es necesario que a cada parte le asignemos una determinada cantidad de minutos y que la suma de todos estos coincida con los minutos que tenemos disponibles para salir al aire.

Segundo Paso: La Redacción. Aquí se inicia la redacción del guión, tomando en cuenta las características del lenguaje radiofónico. Entonces, se debe considerar los siguientes aspectos:

¹¹² Recomendaciones extraídas de Sauma P. Lucía. Ob.cit.

El estilo. Se refiere al lenguaje coloquial, al que se utiliza en una charla con un amigo, se debe escribir como si se estuviese conversando con ese amigo, por lo tanto en vez de dirigirse a toda nuestra audiencia se dirige a una sola persona.

El lenguaje. Se debe escribir el texto recordando siempre que el texto no será leído sino escuchado. Entonces, debe tener toda la naturalidad y la espontaneidad del lenguaje hablado.

La sintaxis. Se refiere a la adecuada coordinación y unión de las palabras para formar oraciones. Es decir nuestra redacción debe ser clara y comprensible.

La puntuación. Si bien existen reglas de puntuación en el lenguaje escrito, en un guión radiofónico estas reglas no siempre son respetadas. Muchas veces, se deben colocar puntos y comas para dar una pausa y un respiro al locutor, al narrador o a los actores si se diera el caso.

El uso de las preguntas. Es más adecuado realizar cuestionamientos a los miembros de la audiencia que afirmar cosas sin saber. La audiencia, con su propio razonamiento y reflexión, puede contestar a esas preguntas.

Los momentos más importantes. Los fragmentos más importantes del guión en el que la audiencia esta más atenta, son el principio y el final; por tanto, se debe poner el mejor esfuerzo para que en estas partes se capte la atención de nuestros oyentes.

El principio. El "gancho" debe contener la primera parte con elementos que le sean familiares, con los que se puedan identificar y que sean de fácil comprensión.

Para la conclusión, se debe lograr que las últimas frases sean cortas, precisas y muy ricas en contenido, de manera que queden muy bien grabadas en la audiencia.

El dominio de los recursos técnicos. El guión no esta conformado únicamente de palabras, sino de música y de efectos de sonido, entonces debe familiarizarse con estos aspectos para detallarlos en el guión con la mayor precisión.

Es necesario para realizar un buen guión, previamente realizar muchos borradores, esta es la única manera para que poco a poco vayamos mejorando y puliendo el texto. Se tendrá que realizar muchos intentos para obtener un producto final con el que verdaderamente el capacitador y la audiencia quedemos satisfechos.

Tercer paso. La lectura crítica. Es transmitir mensajes motivadores, positivos, con valores capaces de formar una conciencia crítica en la audiencia.

La vigilancia de los objetivos. Es necesario que sometamos el guión a una prueba en la que se verifique si el objetivo central que se desea transmitir realmente fue captado o no. Lo ideal sería motivar a la lectura del material a un grupo representativo de nuestros oyentes, observar sus reacciones y pedirles sus comentarios, opiniones y cual es el mensaje que captaron.

Los mensajes secundarios. Se debe tomar en cuenta que nunca se transmite un solo y único mensaje, sino que este contiene otros que le acompañan y que muchas veces pueden no ser consecuentes con el mensaje principal. Por eso se debe tomar en cuenta todas las precauciones para que exista una coincidencia entre el mensaje principal y los secundarios.

Cuarto paso: La diagramación del guión. El guión es el texto detallado y preciso de lo que se desea decir por radio. Contiene el texto hablado, la música y los efectos del sonido, además de indicar en qué momentos esos elementos del lenguaje radiofónico entran en acción. Es únicamente con la realización un buen guión que se evitará la improvisación y la mediocridad en radio.

Normas para su diagramado. El guión se lo realiza en dos columnas. En la columna izquierda se colocan en letras mayúsculas los nombres de los locutores y personajes que intervienen en el guión. En la columna de la derecha se ubica el texto o parlamento que corresponde a cada uno de ellos.

Cuando se desea señalar la inserción de música o de algún efecto sonoro, se pone en la columna izquierda la palabra CONTROL en mayúsculas y subrayado. A la derecha la especificación de la música y del sonido igualmente en letras mayúsculas y también subrayado.

IX.3.1 Modelo de Guión para Capacitación Laboral Radiofónica

(Carpintería)

TITULO CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA MICROEMPRESA
EN LA CIUDAD DE EL ALTO

Rama de actividad Carpintería

1 CONTROL: CARACTERÍSTICA PREGRABADA

2 LOCUTOR: Compañeros carpinteros, nuevamente estamos con su programa
Capacitación Laboral, siempre con el objetivo de mejorar nuestra
producción en este caso en **madera**.

Hoy vamos a hablar sobre **los muebles de un dormitorio**, concretamente
de una cómoda de madera mara de cuatro cajones, vamos hablar de la
calidad de la madera, del armado, del lijado y del barnizado, entonces
pongan atención.

3 CONTROL: CORTINA MUSICAL

4 LOCUTOR: Una cómoda estándar mide un metro de largo por 48 centímetros de
ancho, de alto mide 95 centímetros. Para esto necesitamos 50 pies de
madera seca, media hoja de venesta mara y una hoja de venesta blanca,
medio kilo de Carpicola, clavos de un medio y tres cuartos de pulgada,
barniz, lijas de diferente números, número 80, número 120 y número 150,
si quieres obtener el mueble más finito puedes usar al final lija de agua.

5 CONTROL: CORTINA MUSICAL

6 LOCUTOR: Compañero artesano, recuerde siempre que para obtener muebles finos que se puedan vender a su precio, es bien importante tomar en cuenta el buen material, en caso de la madera debe estar seca, sin ojos, de tronco maduro ya que si es de madera tierna los muebles se rajan al secar, los ojos no se ven elegantes, el secado deben realizarlo siempre a la sombra, ustedes saben que el buen producto se logra con buen material.

7 CONTROL: CORTINA MUSICAL

8 LOCUTOR: Para armar el mueble se recomienda el trenzado o tarugado, el trenzado permite que su mueble sea estable porque la madera se pega entre sí, al secar no varia, lo mismo pasa con el tarugado además que su mueble quedará más elegante, el clavo a veces sobresale cuando la madera se seca y no siempre sujeta bien como entre madera.

El masillado es muy importante para que su mueble quede fino y elegante, para esto la masilla se prepara con aserrín fino y carpícola con la que cuidadosamente se debe rellenar todas las ranuras y huecos antes de empezar el lijado.

9 CONTROL: CORTINA MUSICAL

10 LOCUTOR: Seguimos hablando de la calidad del mueble, en este caso el acabado es sumamente importante. Los buenos artesanos pasan con cuatro lijas,

primero la más áspera, luego la que sigue con el número 120, que va afinando un poco mas que la anterior y finalmente con la más fina, el número 150 que deja la madera totalmente afinada, si todavía quieren afinar mas y dar brillo natural finalmente se puede pasar con la lija de agua, así logran un mueble más fino, compañero artesano no se olvide de lijar pieza por pieza, ya que lijar después del armado no es recomendable porque su producto no va a ser tan bueno ni elegante.

11 CONTROL: CORTINA MUSICAL

12 LOCUTOR: Ahora hablaremos del barnizado, que es muy importante para que su mueble se vea elegante y sobre todo durable, el barniz debe estar preparado regularmente no muy espeso ni muy ralo, el barniz debe penetrar a la madera para que el color sea uniforme y recuerde que se debe barnizar con movimientos en círculo lo que permite tapar los poros de la madera y los huecos que dejan los clavos. A continuación vamos a escuchar al compañero artesano Víctor Manuel, con 15 años de experiencia en producción de muebles, adelante don Víctor

13 CONTROL: GRABACIÓN CASSETTE LADO "A"

14 LOCUTOR: Compañeros artesanos, no se olviden de poner en escuadra su mueble en todo momento, ya que en algún movimiento puede variar de lo que empezó y finalmente su mueble puede salir chueco y lejos de hacerle ganar prestigio puede causarle desprestigio. Cuando el trabajo esta hecho con cuidado y ganas sus productos van a ser siempre de calidad, lo que

permitirá contar con mercados seguros, en la Feria 16 de Julio de donde también llevan al interior del país como a Potosí y a Sucre, o en La Paz la calle Vicente Ochoa o la calle Murillo sin temor a que le devuelvan o rechacen. Incluso su mueble puede llegar exportarse si logra la alta calidad requerida, deberíamos lograr la calidad necesaria para la exportación puesto que sabemos que en nuestro país tenemos las mejores maderas.

15 CONTROL: CORTINA MUSICAL

16 LOCUTOR: Compañeros artesanos carpinteros, en esta ocasión hemos hablado de la cómoda, de la calidad de la materia prima utilizada, del armado, del barnizado y del acabado final.

Esperamos que estos consejos hayan sido beneficiosos para seguir mejorando su trabajo que realizan con tanta dedicación, hasta nuestro próximo programa el día XX a la misma hora en este sitio del dial.

17 CONTROL CIERRE CARACTERÍSTICA PREGRABADA

IX.3.2 Modelo de Guión para Capacitación Laboral Radiofónica

(Confecciones)

- TITULO** **CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA MICROEMPRESA**
- EN LA CIUDAD DE EL ALTO**
- Rama de actividad:** Confección de deportivos
- 1 CONTROL:** **CARACTERÍSTICA PREGRABADA**
- 2 LOCUTOR:** Compañeros confeccionistas, nuevamente estamos con su programa Capacitación Laboral, siempre con el objetivo de mejorar nuestra producción. Hoy vamos a hablar de las prendas de vestir, de la calidad de tela, de la confección de la misma, de modelos y tallas.
- 3 CONTROL:** **CORTINA MUSICAL**
- 4 LOCUTOR:** Compañeros artesanos ustedes saben que hay diferentes tipos de tela, telas que se arrugan, telas que encogen, telas que destiñen o pierden el color, que levantan pelusas y otras que mantienen su color y su forma. Recomendamos para tener una buena calidad de prendas utilizar telas que mantengan su color, que no se arruguen y no encojan. Estas prendas quedarán siempre como nuevas manteniendo su calidad dando comodidad y satisfacción al cliente.
- 5 CONTROL:** **CORTINA MUSICAL.**

6 LOCUTOR:

En cuanto a la confección es bien importante la graduación de la puntada de la máquina de costura que no debe ser muy grande ni muy menuda, debe ser una puntada regular que no se desate fácilmente que tampoco pueda descoserse o reviente las costuras, ya que cuando la puntada es muy larga tiende a descoserse con facilidad o de lo contrario si es muy menuda puede cortar la tela, compañero artesano si quieres tener buena calidad de prendas de vestir, tienes que lograr costuras durables, por lo que se recomienda no costurar de muy punta, por lo menos se debe dejar un centímetro para la costura, esto para que no se rompan las prendas o se deshile, para evitar esto se aconseja pasar con overlock antes de empezar la costura y cuando es directamente la costura con overlock debe ser una máquina de tres hilos para que su costura sea consistente.

7 CONTROL:

CORTINA MUSICAL.

8 LOCUTOR:

Si usted compañero artesano confeccionista quiere tener buena venta siempre debe estar actualizado a la última moda, sobre todo tomando en cuenta que en esta época la moda es muy cambiante, cuando pasa de moda una prenda ya no se vende mucho, además que se vende muy barato. El combinado de colores y el diseño es muy importante en las prendas de vestir. También tomaremos en cuenta para el modelo la forma del colocado de cierres, broches, cordones y otros para que mantengan su elegancia y calidad.

9 CONTROL:

CORTINA MUSICAL.

10 LOCUTOR

Ahora hablaremos sobre las tallas, las tallas son muy importantes para mantener la calidad de nuestros productos ya que muchos artesanos alteran las tallas perdiendo prestigio y así clientes, por lo que recomendamos mantener las tallas universales manteniendo así la calidad y la seriedad del trabajo ya que a mucha gente causa molestia la alteración de las tallas.

11 CONTROL:

CORTINA MUSICAL.

12 LOCUTOR:

Algo muy importante en la confección es hacer prendas que tengan buena forma y elegancia, muchas veces la gente compra la prenda por su elegancia y buena forma de sin tomar en cuenta mucho la tela. Es tan importante la calidad de las prendas de vestir como la cantidad de producción, muchas veces producimos en cantidad ganando poco con prendas de poca calidad, lo que deberíamos pretender es ganar más no importa produciendo menos.

13 CONTROL:

CORTINA MUSICAL.

14 LOCUTOR:

Hoy hemos hablado sobre la importancia que tiene la calidad de la tela, la buena costura, el diseño a la moda y no alterar las tallas. Esperamos que estos consejos les hayan sido útiles para mejorar su producción en prendas de vestir. En nuestro próximo programa estaremos hablando de otros temas de su interés.

15 CONTROL

CIERRE CARACTERÍSTICA PREGRABADA

IX.3.3 Pautas para el Diseño de Cartilla de Capacitación por Rama de Actividad

A fin de lograr la fijación y correcta comprensión de los contenidos desarrollados en las audiciones sucesivas, podrá elaborarse una cartilla de retroalimentación que al mismo tiempo puede adjuntar un breve cuestionario de evaluación del proceso de aprendizaje.

En el sentido de la retroalimentación, se hará un resumen de todo el curso de los módulos con el propósito de apoyar a los cursos por radio. El seguimiento o evaluación nos permitirá mejorar los cursos de capacitación a través de sus sugerencias necesidades, por lo tanto:

IX.3.3.1 La cartilla resumen:

Es un documento de consulta para el oyente, que explica tema por tema el contenido del módulo- curso y tiene él propósito de reforzar el proceso de enseñanza aprendizaje y al mismo tiempo verificar los cambios en los microempresarios y en sus productos.

La cartilla puede distribuirse a los oyentes que escucharon el curso al finalizar de manera parcial o todos los contenidos del módulo. Esta cartilla debe considerar: las generalidades y el contexto del tema, el o los conceptos relacionados con el tema, explicaciones sobre conceptos y el desarrollo analítico del tema, información adicional y complementaria al tema, recomendaciones prácticas, preguntas de control para su seguimiento, redactado con palabras sencillas y concreto para facilitar la comprensión, la extensión no debería pasar de 10 hojas, tomando en cuenta que el oyente no tiene habito de lectura, debe presentar coherencia lógicas entre los contenidos.

Facilitará la retroalimentación de los cursos por radio, permitirá formar un banco de documentos técnicos de calidad por especialidad, incorporara el uso de las normas aplicadas internacionalmente. Incrementara la oferta de productos de capacitación, reduce el costo del servicio de capacitación a mediano plazo, aumenta la calidad de los servicios de capacitación.

IX.4 Posibilidades de Concreción

Las instituciones que trabajan en la ciudad de El Alto con el sector informal o los microempresarios son varias, tanto públicas como privadas. Para el trabajo de investigación correspondiente visitamos las siguientes instituciones: IDEPRO, LOS ANDES, FIE, PROCAL, INFOCAL, CENTRO DE CAPACITACION GREGORIA APAZA, RED HABITAT, el VICE MINISTERIO de la MICROEMPRESA, y el BANCO SOL, para realizar entrevistas y sugerencias. También se entrevistaron a los microempresarios carpinteros y confeccionistas.

Se puede rescatar el interés que demostraron tanto las instituciones como los propios microempresario, sin embargo cabe resaltar que las siguientes instituciones aparte de demostrar interés, manifestaron intención de canalizarlo posteriormente en la práctica, las mismas son, IDEPRO, el VICEMINISTERIO DE LA MICROEMPRESA, PROCAL y el CENTRO DE CAPACITACION GREGORIA APAZA.

Esta última institución ofreció facilitarnos la grabación del tema modelo y luego consiguiente continuar con el proyecto. La responsable de su área de capacitación nos propuso lo siguiente: "Tenemos la radio y podemos comenzar cuanto antes con los cursos de capacitación".

Cualquiera fuera la institución que quisiera llevar adelante este proyecto, creemos que es de sustancial importancia realizar previamente una campaña de promoción a fin de poner en conocimiento el inicio de los cursos y a su vez proponer las respectivas suscripciones para así lograr plenamente el objetivo propuesto y a su vez evaluar los resultados obtenidos.

La promoción de un programa de capacitación es un instrumento importante para motivar a los empresarios a participar, así como para promover la imagen institucional de la entidad ofertante del servicio, se debe tomar en cuenta que el microempresario es un hombre o una mujer muy involucrado con su actividad empresarial y que en muchos casos tienden a no valorar suficientemente la importancia de la capacitación.