

Minuta

Primera reunión del Panel de Especialistas Montevideo, 11 y 12 de noviembre de 2009

En esta minuta se presentan las principales líneas de trabajo acordadas así como las recomendaciones aportadas por los participantes.

Estudios iniciales

1. Estudio 1 “Capacitación en el lugar del trabajo para MIPYME”

1.1. Se sugirió hacer cortes según varios criterios para ver en donde o quien invierte más, los cortes serían: por sector (intensivo en cambios rápidos vs cambios lentos), por grado de instrucción del empresario y por áreas de la empresa (administración, manufactura, atención al cliente, etc.).

1.2. Estudiar “coaching” en el lugar de trabajo. Se mencionó las “web conferences” como una herramienta posible para ello.

1.3. Se deberá evidenciar que la capacitación es una inversión y como tal apunta a mejorar el lucro, para ir en la dirección de producir un cambio en el modelo mental de los empresarios.

1.4. Se propuso usar testimonios de empresarios para empresarios, contando buenas prácticas en sus empresas y como lograron ganar más dinero gracias a la formación. Por ejemplo con videos cortos de no más de 3 minutos.

1.5. Otra estrategia sugerida fue la de la gestión del conocimiento dentro de la MIPYME, estableciendo un programa “conociendo su negocio”.

1.6. Hay que determinar el perfil del destinatario de la capacitación según su nivel de capacitación previo.

1.7. No se debe caer en la teoría, solo aplicaciones concretas para el día a día. Por ejemplo se mencionó que cuando se trabaja en la alfabetización del trabajador, para enseñarle sobre números, lo mejor es verlo con aplicaciones concretas al trabajo de esa persona. Se propuso que cuando se diseñen ejercicios de aplicación de los conocimientos, estos sean sectoriales, para estar lo más cercanos posibles a la realidad de cada trabajador.

1.8. Transmitir la idea de que innovar es sinónimo de aumentar el lucro, y para ello es necesario capacitarse.

1.9. Considerar que la capacitación puede darse en tres contextos: para cambiar, para innovar, o porque es inevitable (ejemplo de la industria de la TV Digital).

1.10. Sensibilización: mostrando tendencias futuras y testimonios de pares. De esta manera se puede construir un escenario favorable para la toma de decisiones del empresario.

1.11. Para ganar la confianza del empresario es necesario resolver pequeños problemas a corto plazo gracias a la capacitación. Por ejemplo con el sistema “5 S”.



1.12. Hay que considerar también la posibilidad que trabajando con empresas “tractoras” se pueda desarrollar cadenas de proveedores (MIPYME) para lo cual deberán capacitarse. Es una forma más de promover la capacitación en las MIPYME como forma de mejorar su lucro.

2. Estudio 2 “Buenas prácticas internacionales en el uso de TIC para proveer capacitación para MIPYME”

2.1. Se pidió que se incluya la región en este estudio.

2.2. Sugerencias para la investigación:

2.2.1. Experiencias de Nokia en África.

2.2.2. Comunidades móviles donde se sincroniza automáticamente el contenido para todos los participantes.

2.2.3. “Moodle Mobile”, ya se usa en Japón, sería posible traerlo a la región.

2.2.4. Convergencia de medios: material impreso, email, m-learning, e-learning, youtube, facebook, etc.

2.2.5. Kits didácticos desarrollados por SENAI y sus posibles interacciones con celulares.

2.2.6. Simuladores de SENA Móvil.

3. Estudio 3 “Caracterización y debate sobre oportunidades del uso de TIC en conglomerados de MYPIME en América Latina y el Caribe”

3.1. Se acordó cambiar el título y enfoque del estudio originalmente propuesto (que era: “Investigación sobre la difusión de las TIC en las MIPYME de América Latina y el Caribe”).

3.2. Respecto a las TIC se plantean las siguientes preguntas: cuales (acceso), cuanto (impacto) y para qué (uso).

3.3. Se citó la experiencia de SEBRAE en inclusión digital para MIPYME: ante la complejidad del software que no está hechos especialmente para pequeñas empresas, están haciendo un catálogo de software para MIYME.

3.4. Se sugirió usar fuentes como CEPAL/OSILAC (y otras bases de datos y fuentes) para obtener la información cuantitativa sobre uso de TIC en América, y encuadrar el tema en lo que es la difusión de las TIC para formación específicamente. También se destacó que en el caso de Colombia está muy estudiado este tema, y que en la provincia de Mendoza (Argentina) ya se hizo un estudio del cual se desprende que 75% de los talleres de metalmecánica no hacen uso de TIC.

3.5. Estudiar los cambios estructurales que están ocurriendo, la difusión a futuro de las TIC.

3.6. Hacer el estudio en 2 o 3 conglomerados en los 6 países. De esos 2 o 3 saldrá luego el conglomerado para la aplicación de la Guía, de modo a trabajar con ellos desde el inicio del proyecto.

3.7. Para cada conglomerado se deben elaborar un perfil que contemple 3 dimensiones: Socio-económica, Penetración de TIC y Prospectiva (para donde se va, visión cuantitativa).

3.8. INFOTEP (República Dominicana) anunció que en febrero de 2010 realizará un seminario para evaluar demandas de capacitación con uso de TIC de las PYMES, en algunos sectores de la



economía, para elaborar un plan de capacitación para cada sector. De allí podrían tomarse insumos para este estudio.

3.9. Se debe mostrar a la MIPYME que las TIC aplicadas a la formación las pueden usar para mejorar la productividad, hay que evidenciar como se puede aprovechar eso en cada etapa de la cadena productiva (gestión, cliente, post venta, proveedores, etc.) y así aumentar sus ganancias. Usar ejemplos de pares, casos de éxito.

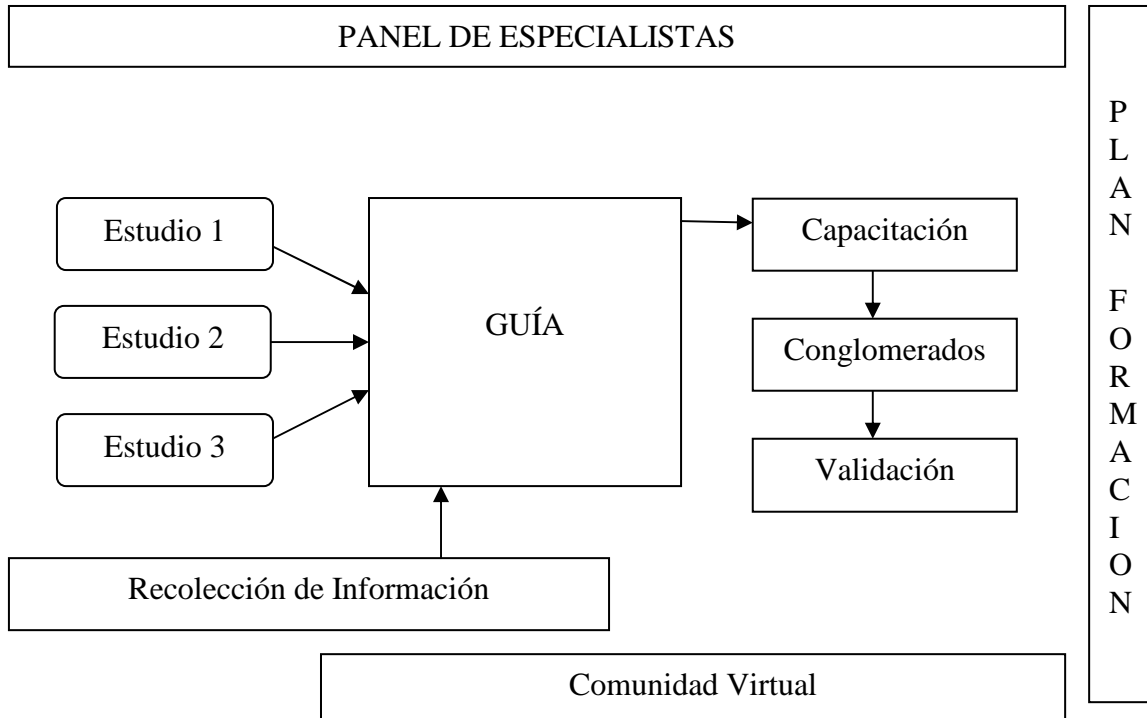
3.10. Identificar cual es el motivo por el cual las MIPYME se van a inclinar a incorporar las TIC: empresas tractoras (cadenas de proveedores), sector exportador, ganar más dinero, etc.

4. El perfil del estudio y del consultor a cargo debe ser:

- 4.1. Estudio 1: Pedagógico
- 4.2. Estudio 2: Tecnológico
- 4.3. Estudio 3: Socio-económico

Bases para la guía metodológica

5. Situación central de la Guía en el proyecto:



6. Estrategia de aplicación

- 6.1. Caja de Herramientas. Debe contener diferentes herramientas que se puedan aplicar para contextos distintos.
- 6.2. Soluciones: ofrecer solución a problemas de capacitación de las MIPYME con el uso de TIC.
- 6.3. Tracción desde grandes empresas: un elemento presente siempre en los contenidos.
- 6.4. Acceso electrónico: disponible en la web de la red.
- 6.5. Grandes Marcas y el efecto “tracción” que conllevan así como sus asociaciones con pequeños proveedores.

7. Módulos que deberían estar presentes

7.1. INTRODUCCIÓN TIC-PYME (Direccionador)

- ¿Qué son?
- ¿Para qué?
- Mitos y realidades
- Lucro

7.2. PECULIARIDADES PYME (Concientizador). Estudio 3

- Desarrollo local
- Perfil Trabajador – Empresario
- Cadenas Productivas
- Tiempo disponible
- Proveedores → Desarrollo de proveedores
- Integración → Inducción desde la gran empresa (tracción)

7.3. MEDICIÓN PRODUCTIVIDAD (medir para ganar)

- Lucro
- Indicadores
- ¿Qué es?
- Kit de Indicadores
- SIMAPRO
- PYME → Conglomerado
- Comparabilidad
- Itinerarios: Facilitar camino

7.4. FORMACIÓN Y PYME (conocimiento). Estudio 1

- Inversión y no gasto
- Previsión de necesidades
- Nuevas demandas
- Formación en el puesto de trabajo
- Uso de TIC y formación profesional
- Formación en gestión y gerencia
- Plan de Capacitación
- Competencias básicas TIC
- Conocimiento de la empresa (y negocio)

7.5. RECURSOS – HERRAMIENTAS. Estudio 2

- Recursos Didácticos
- Metodologías de atención: Coaching, andragogía y pedagogía.
- Sistemas de apoyo: Actividades Prácticas, Kits Didácticos.



- Cursos de capacitación - PLAN (identificación de necesidades, estructuración de la respuesta, ejecución y evaluación)
- PLE (Personal Learning Environments)

Conglomerados para aplicación de la metodología

8. Se acordó que los conglomerados deberán ser elegidos entre “casos victoriosos”, para que la aplicación llegue a buen término y luego sean un ejemplo para otros conglomerados y empresas.

9. Se elegirá 1 conglomerado por país participante, con la particularidad de Brasil donde eventualmente se puedan elegir más.

10. Criterios para seleccionar los conglomerados (además de ser “casos victoriosos”)

10.1. No sectores tecnológicos por naturaleza (ejemplo: software).

10.2. Sí sectores tradicionales.

10.3. Cercanos a las instituciones participantes (habitados a trabajar juntos).

10.4. Estratégicos para el país (por ejemplo en el caso de Colombia, podría ser uno de los 8 sectores identificados como de talla mundial).

10.5. Sería bueno la presencia de una empresa tractora (ejemplo en Mendoza con el sector metalmecánica/petróleo y su vínculo con la petrolera YPF).

Guía para la evaluación del proyecto

11. Se resaltó la importancia de una visión sistémica del problema y que tanto en la Guía como en la evaluación del proyecto se debe dejar claro que la formación es un componente de toda la atención necesaria para que las MIPYME mejoren su productividad.

12. Es muy importante determinar indicadores de base.

13. Los actores empresariales deben entender que el proyecto es una respuesta a su demanda y una herramienta para mejorar su productividad y por lo tanto su lucro, para que así se involucren y participen del mismo.

14. En el marco de este tema se discutió sobre indicadores para medir el éxito/impacto de la formación en la MIPYME. Estas sugerencias deberán ser consideradas al elaborar la Guía para incluirlas en temas de medición de la productividad y evaluación de los planes de formación que se elaboran a partir de la Guía.

14.1. Concepto de “Return of Investment (ROI)”, ¿por cada \$1 invertido en formación cuanto gana la empresa?

14.2. Metodología para determinar indicadores y una línea base, así como para realizar la evaluación y medición de impacto.

14.3. Hay que tener indicadores generales y específicos para cada sector o tipo de conglomerado.

14.4. También se deben tener indicadores globales (el conglomerado en su conjunto) y particulares (cada empresa individualmente) para poder hacer comparaciones.



14.5. Un factor importante es que el conglomerado se comprometa a brindar información.

14.6. Se destacó también la necesidad de que se elaboren indicadores de formación y productividad homogéneos para todos los sectores y países para poder evaluar y comparar objetivamente dentro de la red de OIT/Cinterfor.

Recolección de información sobre programas, materiales y herramientas de formación basada en TIC para MIPYME

15. Se acordó que además de los representantes que participan de este panel, se indicará un punto focal más en cada institución para apoyar la tareas de identificar y enviar información a OIT/Cinterfor sobre lo que se hace en el tema en la institución.

16. Desde OIT/Cinterfor se les enviará un cronograma y mecanismos para recolectar dichas informaciones.

Conclusiones y compromisos

17. Todos los participantes manifestaron la importancia de este proyecto y el interés de sus instituciones en participar activamente del mismo.

18. Se resaltó al necesidad de llegar al empresario por varios caminos, con estrategias personales de formación y aprendizaje.

19. Los servicios de desarrollo empresarial de las instituciones deben estar integrados al trabajo de este proyecto y se apoyó la propuesta de diseñar al final del mismo una red de servicios de formación y desarrollo empresarial en el marco de la Red de OIT/Cinterfor.

20. Se sugirió como una posible primer actividad de dicha red el generar oportunidades de negocios entre empresas vinculadas a las diferentes instituciones que participan de este proyecto.

21. Compromisos de OIT/Cinterfor

21.1. Se enviará el plan de trabajo con su cronograma actualizado.

21.2. Se propondrán fechas y mecanismos para la recolección de información que se hará en las instituciones respecto a sus actuales actividades vinculadas a formación basada en TIC para MIPYME.

21.3. Se habilitará una comunidad virtual de aprendizaje para el intercambio entre los miembros de este panel y se les enviará a cada uno su contraseña.

22. Compromisos de las instituciones participantes

22.1. Indicar puntos focales para apoyar en la recolección de información.

22.2. Compartir materiales, buenas prácticas, etc.

22.3. Interactuar en la comunidad virtual de aprendizaje del panel.

22.4. Pensar en los posibles 2 o 3 conglomerados para el estudio inicial 3 y cual de ellos es el mejor candidato para luego aplicar la Guía.

