

Programas de capacitación empresarial: ¿cobrar o no cobrar?

Leo Iacovone

Alessandro Maffioli

David McKenzie

Diego Ubfal

1. Principales Resultados
2. Problema de política
3. Contexto
4. Detalles de la Evaluación
5. Resultados de interés
6. Resultados
7. Conclusiones y Lecciones de Política

Principales Resultados

1. Cobrar por los servicios de capacitación (al menos por una parte de los costos) afecta tanto a la participación como a la asistencia de los cursos.
 - Reduce parcialmente la cantidad de participantes, con menores tasas de participación a mayor precio.
 - Aumenta la asistencia a los cursos (esfuerzo), con mayor probabilidad de asistir a más clases a medida que aumenta el precio.
 - Aún queda por determinar si el mayor esfuerzo se convierte en un mayor impacto.
2. Cobrar o no cobrar por los servicios de capacitación puede implicar un *tradeoff* entre la tasa de participación, la asistencia (esfuerzo) y la costo-efectividad de estos programas.

Problema de política

- Muchas PYMEs en LAC no implementan prácticas empresariales exitosas.
- Se gastan considerables recursos subsidiando la capacitación empresarial.
- No está claro si ofrecer esta capacitación de forma gratuita sea la solución óptima.

Contras de cobrar	Pros de cobrar
Subsidio justificado por la existencia de falla de mercados (fallas de información, restricción de crédito)	Cobrar ayuda a seleccionar a los emprendedores con los mayores retornos a la capacitación
Cobrar puede dejar afuera a una gran parte de los emprendedores innovadores	Cobrar es un Incentivo a asistir a la capacitación, esforzarse más en aprender y adoptar las prácticas
Cobrar podría reducir los efectos derrames de la capacitación de emprendedores con ideas rentables	Cobrar ayuda a servicio a alcanzar sostenibilidad financiera y desarrollar un mercado para los servicios empresariales

- **Se necesitan estimaciones de la demanda de capacitación y del impacto de cobrar sobre la efectividad de la capacitación.**

Contexto

Jamaica

- Alta tasa de emprendedurismo (Boodraj et al., 2011; Skeete et al., 2007).
- Baja transición de emprendimientos “early-stage” a actividades estables y sustentables (Glasgow et al., 2006).

Corporación de Desarrollo Empresarial de Jamaica (JBDC)

- actor en la implementación de políticas públicas para la promoción del emprendedurismo y del desarrollo empresarial.
- Provee servicios cofinanciado con recursos públicos y que se ofrecen a un precio subsidiado.

Detalles de la Evaluación

1. Inducir a revelar la disposición a pagar (WTP, por sus siglas en inglés) programas de capacitación a emprendedores en Jamaica.
 - Proporcionar las primeras estimaciones de la demanda de capacitación.
2. Variar aleatoriamente el precio cobrado por el programa.
 - Comparar a los empresarios con la misma WTP, pero seleccionados aleatoriamente dentro o fuera del programa debido al precio extraído.
3. Proporcionar capacitación empresarial a empresarios con $WTP \geq$ precio extraído.
 - Probar si los que se asignaron al azar para pagar un precio más alto tienen una mayor participación y motivación (efecto de costo hundido).

Detalles de la Evaluación (Continuación)

Inducir a revelar la disposición a pagar (WTP)

1. Los empresarios asisten a una clase de demostración, donde aprenden sobre el nuevo programa de capacitación.
2. Se les informa que el costo del curso es de J\$ 20,000 (aproximadamente \$ 160), pero que existe la oportunidad de obtener el curso con descuento durante la sesión.
3. Se proporciona una explicación detallada sobre el mecanismo de obtención del WTP, que incluye un ejemplo.

Los empresarios
revelan el precio
máximo que pagarían
por el programa

Se aleatoriza el precio (RP) que enfrenta el empresario

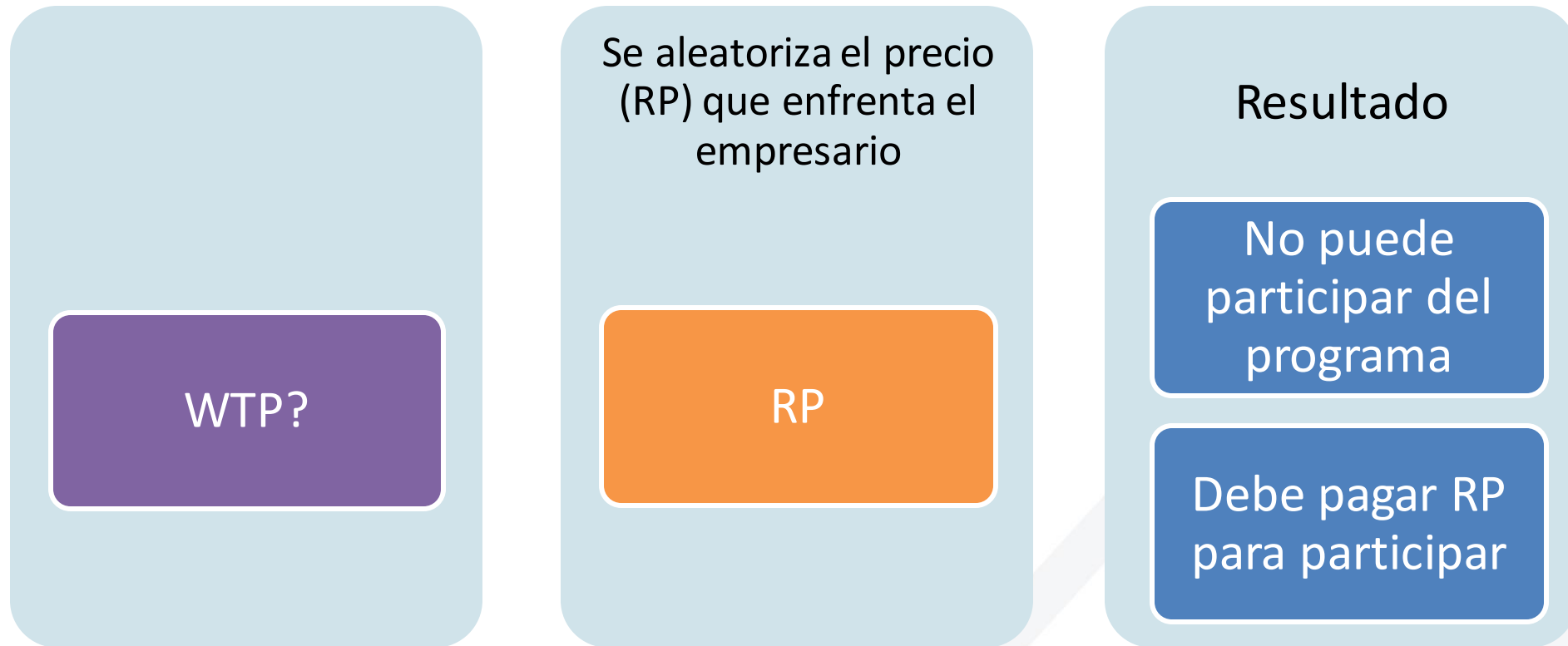
WTP $\geq$ RP

No puede
participar del
programa

3

Detalles de la Evaluación (Continuación)

Fase 2: Tómalo o Déjalo (TIOLI: *Take-it-or-leave it*)



Resultados de interés

1. Elasticidad al precio de la demanda utilizando tanto la disposición a pagar declarada como la cantidad realmente pagada.
2. Efecto del precio ofrecido sobre la asistencia al curso para quienes compraron el curso.

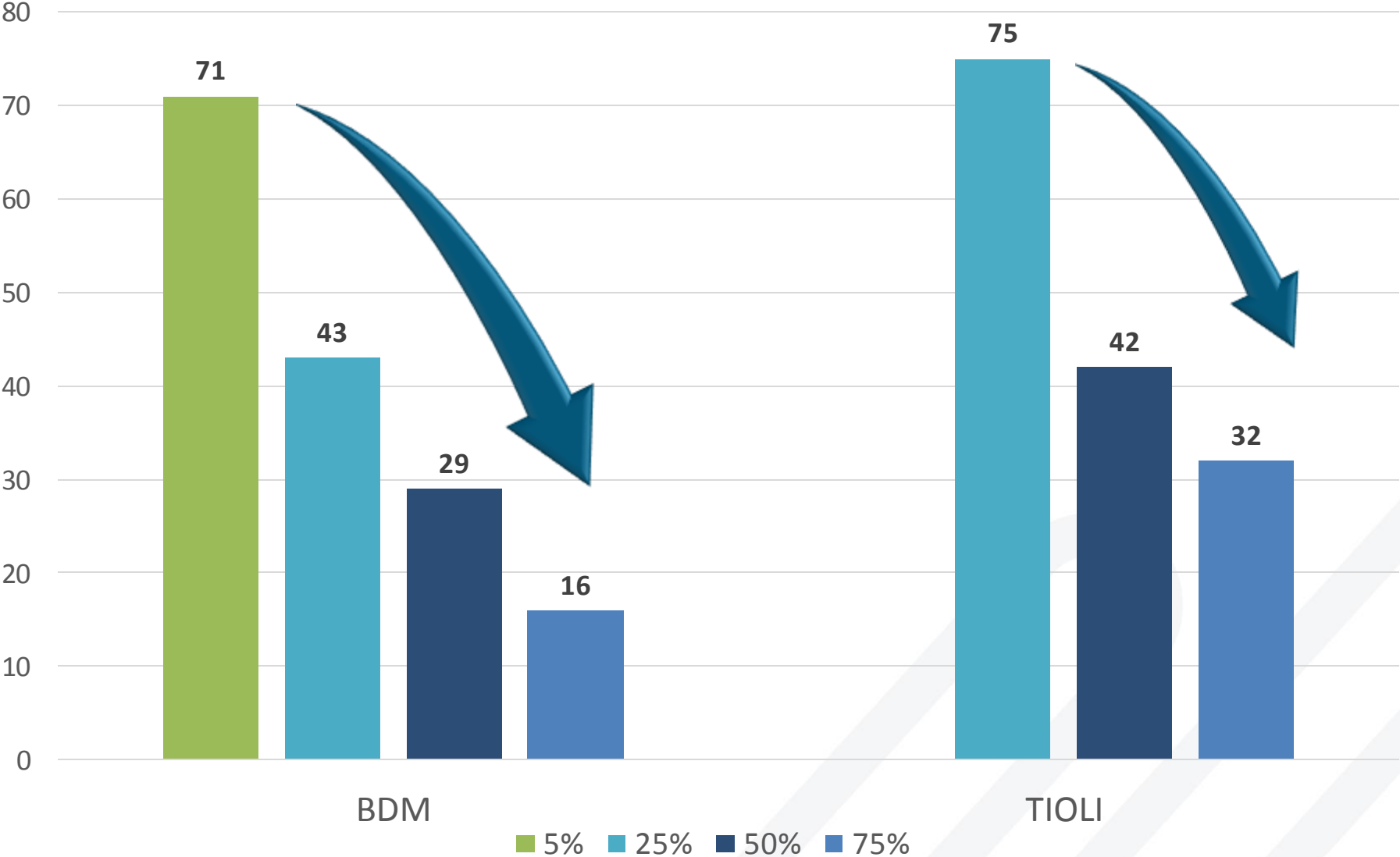
Resultados preliminares

FASE 1 (BDM): 464 participantes

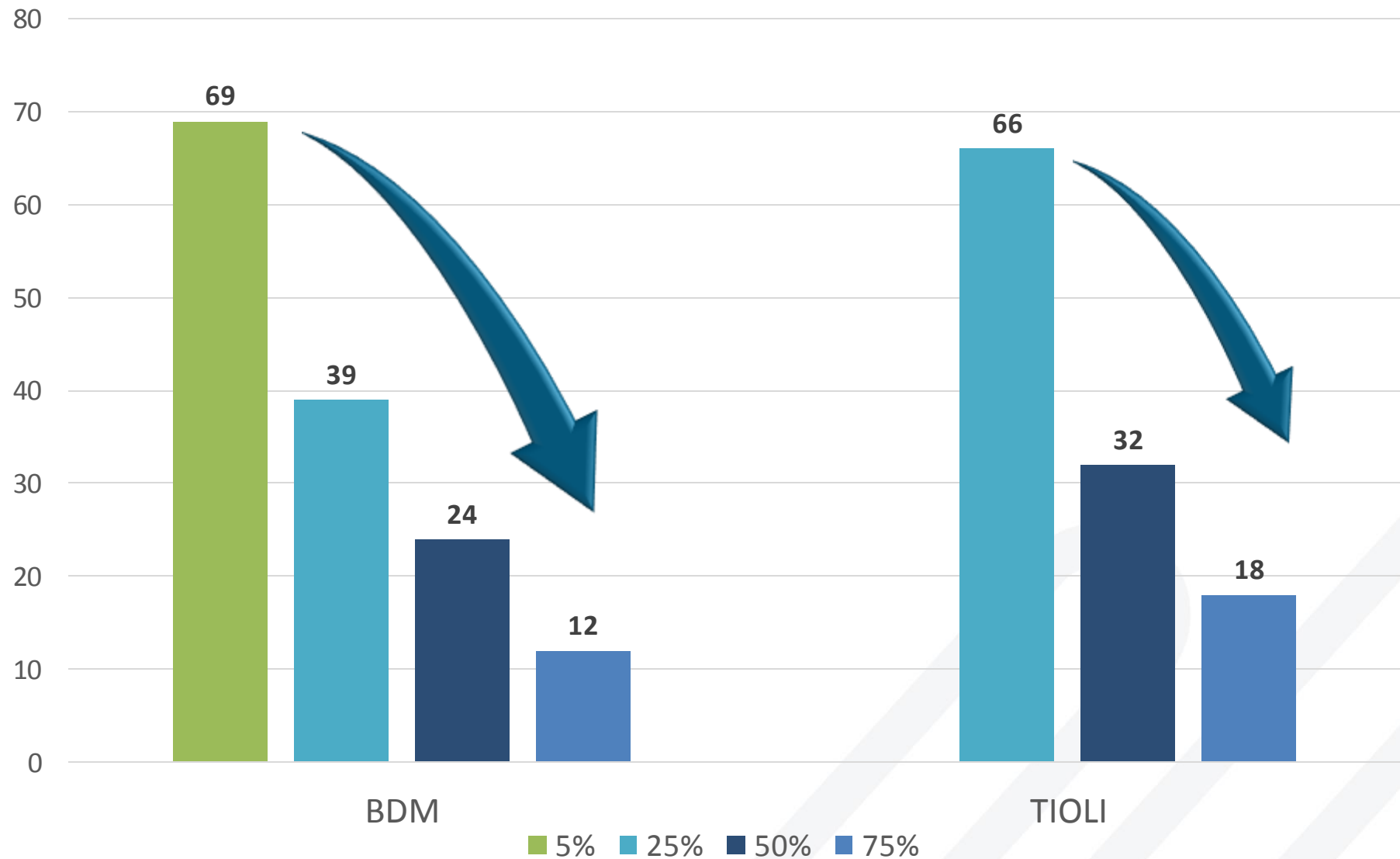
- Al 86% de la muestra (399) tuvieron la opción de asistir al curso ([WTP ≥ RP](#))
 - 100% al precio de J\$1,000 (1/20 del costo), 78% a J\$10,000 (la mitad del costo) y 32% al costo del curso.
- Problema:
 - No fue factible obligarlos a pagar en ese momento la cantidad acordada durante la sesión de demostración.
 - La agencia de capacitación pospuso el comienzo de la capacitación por un mes ⇒ perdiendo participantes.
- Reportaron interés después de ser contactados:
 - 91% de los que recibirían el curso de manera gratuita, 79% a J\$1,000, 29% a J\$10,000 y 14% a J\$20,000.

FASE 2 (TIOLI): Se asignaron aleatoriamente 388 participantes a 4 precios (J\$0 o J\$5,000 con probabilidad 1/3 y J\$10,000 o J\$15,000 con probabilidad 2/3).

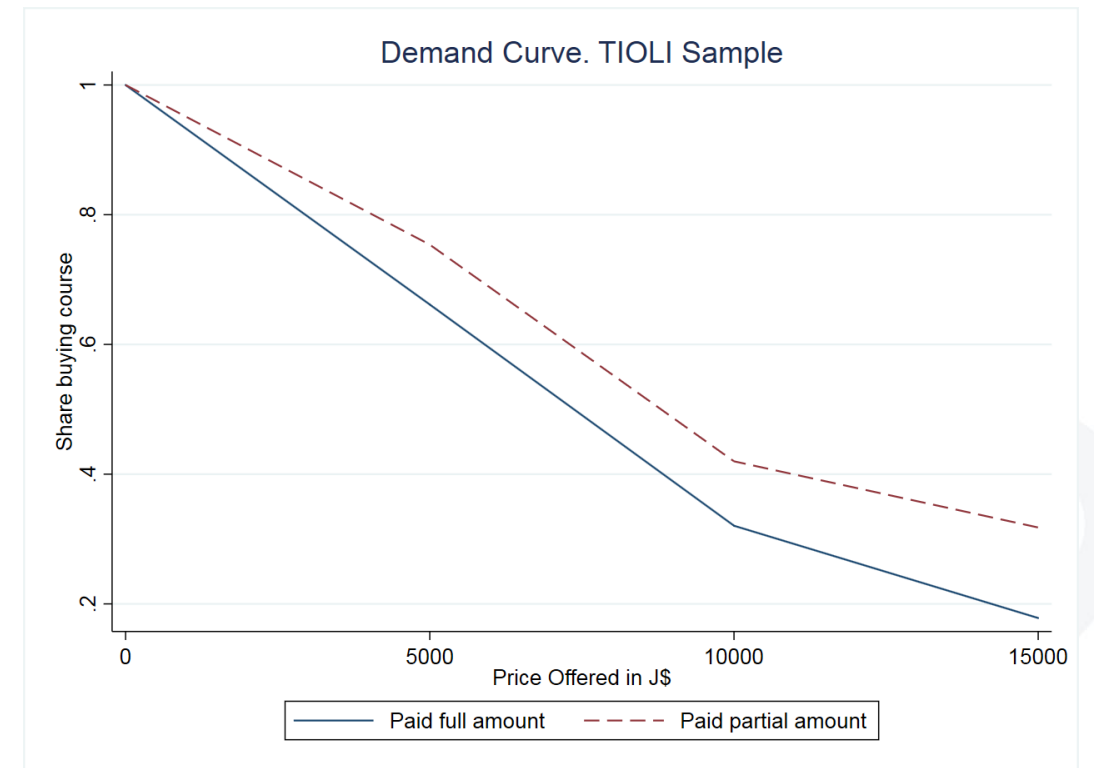
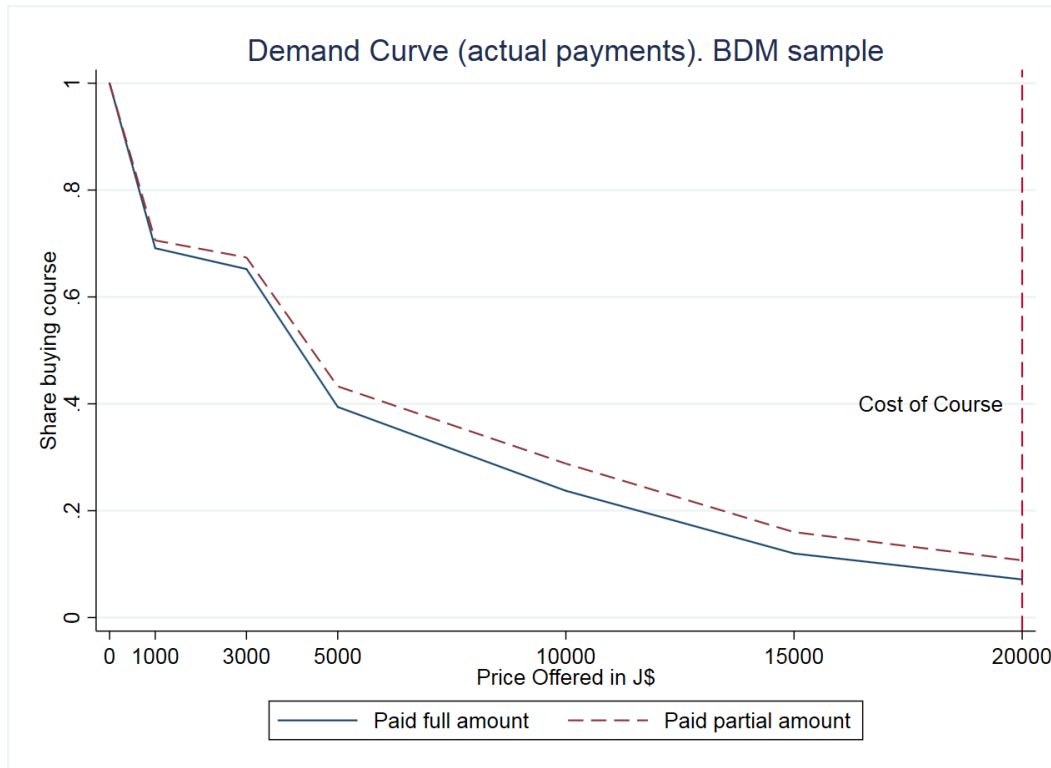
Resultados: Pagaron al menos parte del curso



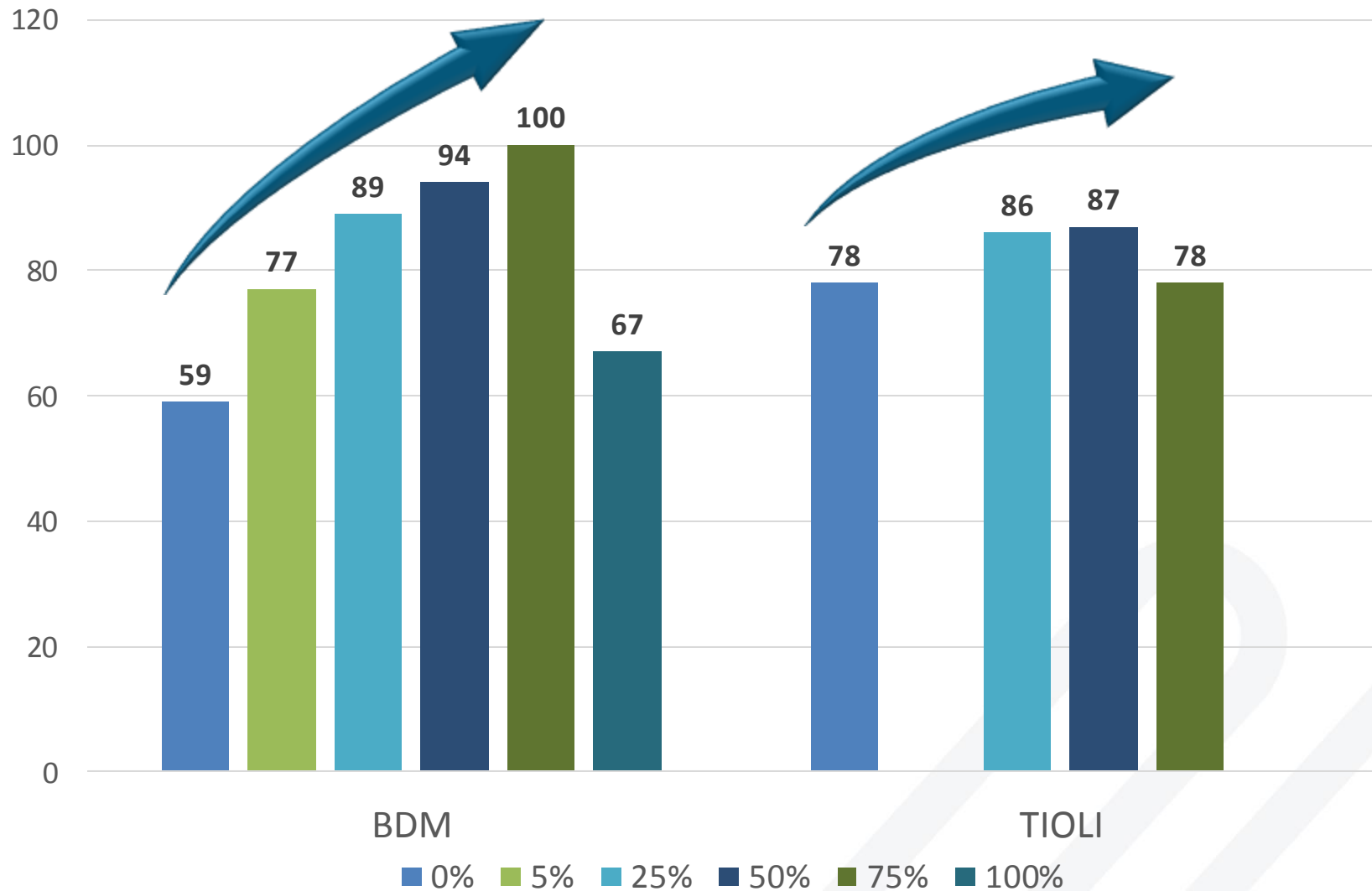
Resultados: Pagaron la totalidad del curso



Resultados: Curva de Demanda



Resultados: Asistieron al menos 5 clases



Conclusiones y Lecciones de Política

1. Cobrar por los servicios de capacitación (al menos por una parte de los costos) afecta tanto a la participación como a la asistencia de los cursos.
 - Reduce parcialmente la cantidad de participantes, con menores tasas de participación a mayor precio.
 - Aumenta la asistencia a los cursos (esfuerzo), con mayor probabilidad de asistir a más clases a medida que aumenta el precio.
 - Aún queda por determinar si el mayor esfuerzo se convierte en un mayor impacto.
2. Cobrar o no cobrar por los servicios de capacitación puede implicar un *tradeoff* entre la tasa de participación, la asistencia (esfuerzo) y la costo-efectividad de estos programas.

Próximos pasos

- **Completar análisis de las determinantes demanda (crédito y framing) y de las determinantes de la participación.**
- **Testear experimentalmente si el impacto de la capacitación varía con la disposición a pagar**
 - El trabajo de campo se llevará a cabo entre septiembre y diciembre de 2018.
 - Si ese es el caso, WTP podría utilizarse para orientar los programas a aquellos empresarios que más se benefician $\Rightarrow$ diseñar una estrategia de fijación de precios más costo-efectiva para la capacitación empresarial.
- **Ampliar muestra BDM y testear validez externa:** utilizando una muestra de empresarias mexicanas, probaremos nuevamente el mecanismo de BDM.
 - Se implementará en septiembre de 2018.

Citas

Boodraj, G., Skeete, V., Williams, H., Reid, O. (2011) *Global Entrepreneurship Monitor: 2011 Jamaica Report*.

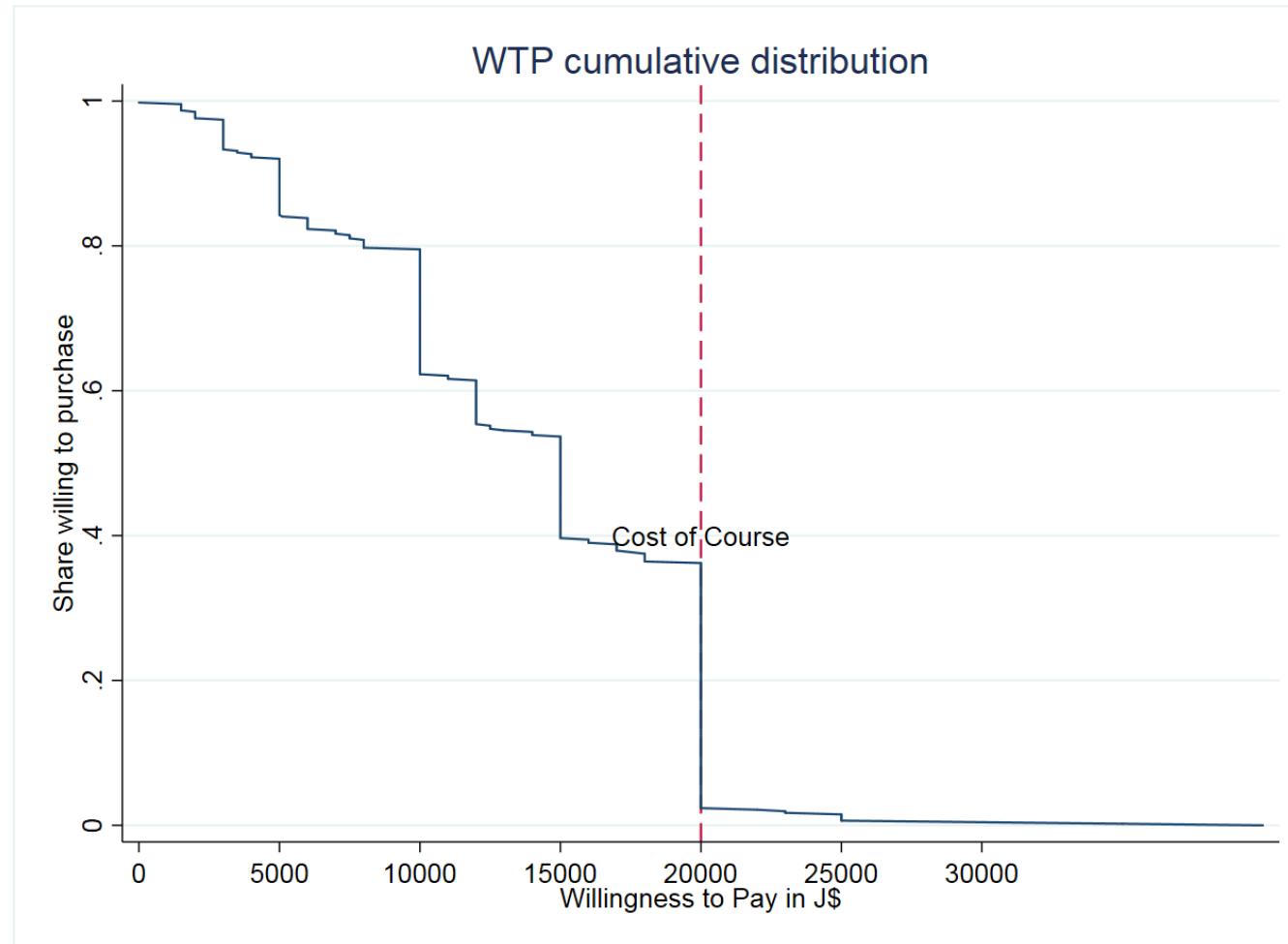
Skeete, V., Williams-Myers, C., Ismail, O. A., & Glasgow, S. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor: 2006 Jamaica Report*. Kingston: University of Technology.

Glasgow, S., Williams-Myers, C., Skeete, V., & Ismail, O. A. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Jamaica Report*. Kingston: University of Technology.

Gracias

Alessandro Maffioli
Jefe de División, Efectividad en el Desarrollo – BID Invest
AlessandroM@iadb.org

Anexo: Curva de Demanda basada en WTP



[ATRÁS](#)