

UNIVERSIDAD UNAPEC



DECANATO DE GRADUADOS

**Monografía para optar por el título de:
MAESTRÍA EN GERENCIA Y PRODUCTIVIDAD**

TITULO

**ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS DE UNA INSTITUCION DE
FORMACION TECNICO PROFESIONAL A LOS
PARTICIPANTES DE LA “MODALIDAD HABILITACIÓN Y
COMPLEMENTACIÓN” DE LA GERENCIA REGIONAL
CENTRAL AÑO 2009**

SUSTENTADO POR:

Nombre:

Ignacio Ant. Cruz Amezquita

Matricula:

2007-2228

ASESOR

Prof. JOSE SANTANA, MGM

Santo Domingo, D. N.
Agosto, 2009

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INDICE	i,iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v,vi
INTRODUCCIÓN	1
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
MARCO METODOLOGICO	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
TIPO DE ESTUDIO.....	8
MÉTODOS Y DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN.....	8
UNIVERSO Y MUESTRA DE ESTUDIO.....	9
ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA.....	10
FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	10
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	11
I. MARCO TEORICO CONCEPTUAL	12
1.1. CENTROS FIJOS PROPIOS DEL INSTITUTO.....	12
1.2. ANTECEDENTES DE LAS MODALIDADES HABILITACIÓN Y COMPLEMENTACIÓN.....	13
1.2.1. INFORMACIONES SOBRE PROGRAMAS DE FORMACIÓN.....	13
1.2.2. PROGRAMAS Y APARTADOS.....	14
1.2.3. REQUERIMIENTO DE RECURSOS.....	14
1.3. PROCESO DE ENSEÑANZA/APRENDIZAJE.....	15
1.4. SELECCIÓN Y COLOCACIÓN DEL APRENDIZ	15
1.5. SEGUIMIENTO DEL APRENDIZAJE EN EL CENTRO DE FORMACIÓN.....	16
1.6. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	16
1.7. PROCESO DE CALIDAD.....	16
1.8. ISO 9001-2000.....	19
1.8.1. LA ORGANIZACIÓN DEBE DE:	20
1.8.2. LA DOCUMENTACIÓN DEBE INCLUIR:	21

II. SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.....	22
2.1. LA IMPORTANCIA DE LA SATISFACCION Y LA LEALTAD DEL CLIENTE.....	24
2.2. CREACION DE CLIENTES SATISFECHOS.....	26
2.3. ADMINISTRACION DE LA RELACION CON EL CLIENTE...	28
2.4. SERVICIO AL CLIENTE.....	28
2.5. PRINCIPIOS EN LOS QUE DESCANSA LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	28
2.6. CARACTERISTICAS ESPECIFICAS DE LOS SERVICIOS..	29
2.7. RAZONES QUE FRENAN LA IMPLANTACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	29
2.8. ASPECTOS SOBRE LOS CUALES SE BASA EL CLIENTE PARA EVALUAR LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	30
2.9. RAZONES DE PORQUE SE DIRIGEN CON MUY POCA O NINGUNA CALIDAD EN EL SERVICIO.....	30
2.10. ATRIBUTOS ESENCIALES PARA OPERACIONES DE SERVICIOS.....	30
2.11. FACTORES CLAVES DE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE EN CUANTO A UN TRATO DE CALIDAD.....	31
2.12. RAZONES PARA UN MAL SERVICIO AL CLIENTE.....	31
2.13. LOS SIETE PECADOS CAPITALES DEL SERVICIO	32
2.14. LOS 10 MANDAMIENTOS PARA UN SERVICIO DE EXCELENCIA Y LA CONSERVACION DE LOS CLIENTES.....	32
2.15. LAS 10 REGLAS PARA UNA EXCELENTE ATENCION EN EL SERVICIO	33
2.16. MANTENER LA SATISFACCION DEL CLIENTE.....	34
2.17. MANAGEMENT DE RELACIÓN CON EL CLIENTE.....	36
III. LECTURA Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	37
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	61
ANEXOS.....	63

BIBLIOGRAFIAS.....	85
LIBROS.....	85
DIRECCIONES ELECTRONICAS.....	86

DEDICATORIA

Los sueños y alcances de la vida de cada ser humano deben ser compartidos con los seres queridos, como una fiesta del alma en la cual las trompetas de los ángeles suenan a gloria. Quiero dedicarle este sueño hecho realidad a:

Mi madre que me dio la vida y que junto a mi padre me enseñaron a vivirla a la luz de los valores humanos que ahora forman mi persona.

Mi esposa por haber entrado en mi vida y haber compartido tantos momentos difíciles durante todo este tiempo.

A todos mis hermanos porque siempre están dispuestos ayudarme en los momentos en que lo he necesitado. A todos ellos mil gracias.

AGRADECIMIENTOS

Durante estos años, siempre soñé que un día escribiría los agradecimientos de mi trabajo final de maestría. Ahora ese momento ha llegado y no se muy bien por donde empezar. Son muchas las personas que me han apoyado durante todo este tiempo, de muy distinta forma, en momentos muy difíciles. A todos ustedes **GRACIAS**. Ahora se cierra un capítulo importante en mi vida y comienza otro, del que espero también sean mi motor principal.

GRACIAS A DIOS:

Ha sido el omnipotente, quien ha permitido que la sabiduría dirija y guíe mis pasos.

Ha sido el todopoderoso, quien ha iluminado mi sendero cuando más oscuro ha estado.

Ha sido el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado.

Por ello, con toda la humildad de mi corazón, dedico primeramente mi trabajo a **Dios**.

A MIS PADRES:

Quienes me infundieron la ética y el rigor que guían mi transitar por la vida **GRACIAS**, porque siempre estaré en deuda con ustedes.

A MI ESPOSA:

Agradezco con todo mi cariño, respeto y admiración a mi esposa, por su apoyo y comprensión durante todo este tiempo.

A MIS HERMANOS:

Maria Alejandra, Francisco Nicolás, Francisco Antonio, Manuel Adolfo, Maria Filomena, por la compañía y el apoyo que me brindan. Se que cuento con ustedes siempre.

A MI ASESOR:

Jose Santana, quien a pesar de su apretada agenda siempre hizo un esfuerzo para escucharme y ayudarme en esclarecer mis dudas sobre el tema.

Agradezco a todos mis **MAESTROS** porque cada uno, con sus valiosas aportaciones, me ayudaron a crecer como persona y como profesional.

Agradezco a mi **PAIS** porque espera lo mejor de mí.

Finalmente, agradezco a mis compañeros de grupo durante el desarrollo de la maestría, porque la constante comunicación con ellos ha contribuido en gran medida a transformar y mejorar mi forma de actuar y de pensar, especialmente a aquellos que me brindaron apoyo incondicional, dándome con ello, momentos muy gratos, a todos ellos **GRACIAS**.

INTRODUCCIÓN

La satisfacción del cliente son factores esenciales en el éxito empresarial, ya que contribuyen de forma importante en el posicionamiento, imagen, competitividad y rentabilidad de las organizaciones. Hoy más que nunca, las organizaciones tienen grandes retos para permanecer y mantener su participación en el mercado, los cuales están directamente relacionados con el cliente satisfecho, lo que permite a las empresas alcanzar sus objetivos de rentabilidad.

La orientación de las organizaciones hacia el cliente y su preocupación hacia su satisfacción, deben de responder a objetivos claramente definidos en las empresas, donde se involucren todos desde la alta dirección hasta los más bajos niveles jerárquico, todos enfocados con un mismo propósito de comprender y dar respuesta a las necesidades actuales y futuras de los clientes.

Justamente, el caso de estudio es el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) a través de una de sus gerencias operativas, la Gerencia Regional Central y su Centro Tecnológico. Donde se evaluó la satisfacción de los usuarios en los programas de formación “Habilitación y Complementación”, en el que se consideraron los distintos aspectos que tienen que ver con la satisfacción en el servicio y el impacto en los usuarios del mismo.

Cabe señalar, que la Formación Habilitación y Complementación considerada una modalidad de formación, está destinada a la formación de nuevos trabajadores, esto es, jóvenes de ambos sexos de mínimo 14 años y máximo 22 años, con el objetivo de formarlos con una visión global de una ocupación, donde se interrelacionan la teoría y la práctica.

Estos programas de formación tienen un alto nivel de aceptación en los empresarios y la población, ya que el participante desarrolla un proceso de aprendizaje dentro de la empresa, obteniendo así una de las características más valorada en el trabajador por la empresa, la experiencia. Es por esto que se ha ejecutado el estudio **“Satisfacción de los clientes”**: caso Habilitación y Complementación de la Gerencia Regional Central. A fin de poder analizar la importancia de la calidad en los servicios y la satisfacción de los clientes.

Este estudio se realizó durante el período comprendido entre mayo-agosto del año 2009. La información se obtuvo a partir de la aplicación de una encuesta a los participantes de la Modalidades de Habilitación y Complementación del Centro Tecnológico de la Gerencia Regional Central, ubicada en el Distrito Nacional, la cual forma parte de las cuatro Gerencias Regionales de la Institución.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La medición de la satisfacción de los servicios ofertados a los clientes o participantes en las modalidades (Habilitación y Complementación), tiene como propósito detectar factores para determinar el nivel del servicio; que sirvan de base para implementar mejoras al sistema, que tomen como referencia las perspectivas de los clientes o participantes. Es conveniente tener información continua sobre la percepción del cliente, su satisfacción con los atributos y características del servicio recibido, y sobre todo, aprovechar esta valiosa oportunidad para tener un listado de sugerencias.

De igual manera, la creación de un sistema de calidad exitoso, supone algo más que una simple lectura de las palabras de la norma; requiere comprensión y aplicación comprometida. Los procesos de la organización deben acomodarse a la estructura y definición de su gestión, y no estrictamente a las palabras de la norma.

Su sistema se ve también influido por sus productos, clientes, sector industrial, etc., por lo tanto, el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) deberá ser único para cada institución. Asimismo, que la gestión sea proactiva hacia los clientes, es una necesidad para sobrevivir en el actual ambiente competitivo; y la satisfacción de los clientes es una medición que permite valorar el Sistema de Gestión de Calidad en una organización.

Sin embargo, organizaciones de carácter no lucrativo como el INFOTEP, utilizan esta medición para garantizar la calidad en la formación de sus usuarios, así como, el alcance de los objetivos establecidos como Institución, basada en la excelencia y eficiencia de los servicios que ofrece a través de los diferentes programas de Formación Técnico Profesional, con el propósito de responder en forma oportuna a sus clientes.

Frente a esta situación, el estudio de la satisfacción de los servicios ofertados a los clientes o participantes constituye una herramienta eficaz para garantizar la formación con calidad, la cual brindaría mayores logros y contribuiría a su inserción laboral. Asimismo, indagamos sobre la percepción de los participantes en cuanto a la formación que están recibiendo en el INFOTEP, y la relación existente entre la Calidad de la Gestión del INFOTEP y los niveles de satisfacción de los servicios recibidos en las modalidades Habilitación y Complementación, del Centro Tecnológico de la Gerencia Regional Central, del año 2009.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Tradicionalmente, siempre ha habido problemas entre los que prestan el servicio y los que lo reciben. Por ejemplo, un libro de texto para barberos, de los años 1950, manifestaba que no es correcto afeitarse a un cliente con una navaja mal afilada, incluso si se trata de una “ardilla”. La hostilidad y el resentimiento nunca deberían formar parte de esta relación, aunque a veces, los empleados de cara al público no están satisfechos con la forma en que les tratan los clientes y los gerentes.

En la actualidad, la relación entre los que proporcionan el servicio y los clientes parecen haber llegado a un punto crítico, lo que está originando gran cantidad de debates y de publicidad. ¿Y por qué ahora?. ¿Por qué se ha convertido la calidad del servicio en un tema tan importante para las organizaciones de todo tipo?. Existen varias razones que ha aumentado este interés. En primer lugar, y lo que es más importante, ya hemos visto que los clientes son cada vez más críticos respecto del servicio que reciben. Muchos clientes, no sólo desean un servicio mejor, sino que lo esperan con mucho más calidad.

En esta ocasión se plantea el servicio ofrecido por la Gerencial Regional Central del INFOTEP año 2009 a los participantes en las modalidades de **“Habilitación y Complementación”**.

La medición de la satisfacción de los clientes, usuarios o participantes de las modalidades **“Habilitación y Complementación”**, tiene como propósito detectar factores de satisfacción con el servicio de capacitación; que sirvan de base para implementar mejoras, que tomen como base la perspectiva de los clientes. Es conveniente tener información continua sobre la percepción del cliente (participantes), su satisfacción con los atributos y características del servicio recibido, y sobre todo, aprovechar esta valiosa oportunidad para recoger sugerencias y desarrollar la mejora continua.

FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cómo evalúan los aprendices de la Modalidades Habilitación y Complementación el servicio de la Unidad de Admisión, Información y Empleo del INFOTEP?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción con los contenidos de los programas de las distintas materias que reciben en su formación?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en cuanto a los instructores y monitores durante el desarrollo de su formación?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción con las maquinarias, materiales didácticos, equipos y tecnología utilizada en su formación?
- ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto a la infraestructura física donde reciben su formación?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en las Modalidades Habilitación y Complementación con relación a las herramientas tecnológicas TICs usada en la formación?.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se justifica, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de Calidad en la Gestión de una Institución de capacitación, como el INFOTEP, la cual se mantiene como líder en la formación de recursos humanos del país, a través de la capacitación, asesoría y asistencia técnica a las empresas y regulando la formación técnico profesional a nivel nacional; con el propósito de satisfacer la demanda de mano de obra calificada para el trabajo productivo, respondiendo satisfactoriamente a las necesidades de los clientes.

El análisis sobre el nivel de calidad de los servicios, constituyen una valiosa herramienta para la Institución, porque le permite contar con informaciones sistemática de la valoración de los clientes del servicio utilizado; en este caso los participantes del INFOTEP de las Modalidades de **“Habilitación y Complementación”**, quienes contribuyen además, a generar compromiso del personal con la satisfacción del cliente y a crear un ambiente de mejora y soluciones.

MARCO METODOLOGICO

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Generales:

Analizar los servicios ofertados a los participantes que actualmente están recibiendo capacitación en las modalidades de “**Habilitación y Complementación**”, en la Gerencia Regional Central del INFOTEP año 2009.

Específicos:

- Describir la Gestión del INFOTEP con énfasis en las Modalidades de Habilitación y Complementación.
- Analizar los servicios ofertados a los participantes de las modalidades de Habilitación y Complementación que reciben del INFOTEP.
- Establecer el nivel de satisfacción de los participantes de las modalidades de Habilitación y Complementación sobre los programas de las materias y su contenido.
- Indagar la opinión de los participantes sobre el trabajo realizado por los Instructores y Monitores en el desarrollo de su formación.
- Identificar el nivel de satisfacción de los participantes con la infraestructura física donde reciben su capacitación y entrenamiento.
- Establecer el nivel de satisfacción de los participantes del con las maquinarias, materiales didácticos, equipos y tecnología utilizadas para su entrenamiento técnico-profesional.
- Indagar sobre el apoyo obtenido para el acceso a las empresas y el seguimiento durante el tiempo de formación.
- Identificar el nivel de satisfacción de los participantes en el uso de las herramientas tecnológicas (**TICs**).
- Medir el nivel de dominio en el uso de las herramientas tecnológicas (**TICs**) de parte de los instructores.

TIPO DE ESTUDIO

Se realizó un estudio descriptivo, porque nos permite delimitar nuestro problema de investigación, ya que se determinará el nivel de satisfacción de los aprendices del INFOTEP de las modalidades Habilitación y Complementación tomando en cuenta el nivel de satisfacción con relación a los servicios ofertados.

MÉTODOS Y DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación se utilizó el método inductivo, que de acuerdo a lo planteado por Méndez Álvarez,¹ la inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación y concluir a su vez premisas que expliquen fenómenos similares. Es decir, partimos del hecho de que en el INFOTEP con la Calidad en la Gestión de los programas de formación Habilitación y Complementación, se traducen en niveles de satisfacción de los aprendices.

Este método se complementa con el deductivo, ya que a partir de los postulados de Calidad en la Gestión de las empresas y de satisfacción de los clientes, se analiza de manera particular el caso de los aprendices del INFOTEP de la Modalidades de Habilitación y Complementación.

¹ Méndez Álvarez CE. Metodología. Diseño y Desarrollo del proceso de Investigación. 3ª edición, McGraw-Hill Interamericana SA, Colombia, 2001, pp. 143-146.

UNIVERSO Y MUESTRA DE ESTUDIO

Para calcular y definir la muestra se utilizó el tipo de muestreo probabilístico, con un nivel de confianza de **95%** y **0.05** máximo error permitido de un universo de **1,875** participantes en las modalidades Habilitación y Complementación, se requiere de una muestra de **326** participantes. Que se distribuirán de la manera siguiente:

		Recuento	%
Modo de Formacion	"Habilitacion"	234	71.8%
	"Complementacion"	92	28.2%
	Total	326	100.0%

Nombre del curso	Modo de Formacion		
	"Habilitacion"	"Complementacion"	Total
	Recuento	Recuento	Recuento
ASISTENTE DE TELEVISION	19	0	19
PRODUCCION Y REALIZACION DE TELEVISION	1	0	1
BASICO DE TELEVISION	1	0	1
CAMARA PARA TELEVISION	0	10	10
FOTOGRAFO DE TV	0	1	1
INTERNET	1	13	14
PAQUETE DE OFICINA	30	0	30
ELECTRONICA BASICA	13	0	13
INFORMATICA	2	0	2
REPARACION Y ENSABLE DE INVERSOR	0	17	17
AUXILIAR DE CONTABILIDAD	32	0	32
HABILITACION-INFORMATICA	1	0	1
ELECTRICIDAD AUTOMOTRIZ	23	0	23
TRAZADOS	3	15	18
REFIJERACION INDUSTRIAL	0	15	15
MAESTRIA TECNICA	0	8	8
INYECCION DIESEL	12	0	12
ELECTRICIDAD RESIDENCIAL	21	0	21
REFRIGERACION DOMESTICA	37	0	37
FORMACION METODOLOGICA	22	0	22
AUXILIAR DE MECANICA AUTOMOTRIZ	16	0	16
SOLDADURA	0	13	13
TOTALES	234	92	326

ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA

Sectores	Población (N)	Muestra (n)	Si p	q	Error
Participantes	1875	326	0.5	0.5	0.05
Total	1875	326			

Formula para calcular la muestra: $n = \frac{4pqN}{(0,05)^2(N-1) + 4pq}$

FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

A fin de describir y analizar la gestión de calidad del servicio ofrecido por el INFOTEP a los participantes de Habilitación y Complementación, en esta investigación se empleó las siguientes fuentes:

Aplicación de un cuestionario a los aprendices identificados en la muestra en las modalidades de Habilitación y Complementación.

Revisión de libros, revistas, página Web, etc.

Para la recolección de los datos se diseñó un cuestionario, que contiene: datos sobre la recepción de los participantes, competitividad, instructor, comunicación, fidelidad del cliente, ayuda del INFOTEP, infraestructura, uso de las TICs, etc, con preguntas relacionadas con cada uno de los objetivos de la investigación. Este cuestionario lo podrá encontrar en el anexo de la investigación

Previo a la aplicación de las encuestas, los cuestionarios fueron validados en el terreno, a fin de verificar el nivel de comprensión por parte de los aprendices y la validez del contenido. Las encuestas de validación fueron en total 5, que inmediatamente se aplicaron se revisaron y se le incluyó los cambios pertinentes.

Tanto la validación como la aplicación de las encuestas fueron realizadas por el sustentante de este trabajo de investigación.

Conjuntamente se solicitó un permiso a las autoridades de la Institución para desarrollar la entrevista vía el departamento de Recursos Humanos.

TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

TÉCNICAS ESTADÍSTICAS

Los cuestionarios fueron revisados, organizados y tabulados. La tabulación se realizó por medios electrónicos utilizando para ello el software estadístico **SPSS**.

Los datos obtenidos fueron sometidos a análisis estadístico, calculándose valores promedio, porcentual, totales, etc.

I. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1.1. CENTROS FIJOS PROPIOS DEL INSTITUTO

El INFOTEP ha establecido una red de centros fijos, geográficamente dispersos, que faciliten la instrucción de los jóvenes y adultos en todo el país, ofreciendo una gama de especialidades formativas básicas de manera continuada y sistemática que les permitan encontrar un puesto de trabajo calificado.

Los centros fijos podrán ser multidisciplinarios, ofreciendo las especialidades básicas que demanden varios sectores productivos o especializados en un área sectorial u ocupación, ofreciendo las especialidades de un sector de empleo.

Los centros fijos multidisciplinarios y los centros nacionales, ofrecen sus cursos a jóvenes en horario diurno y de acuerdo a contenidos formativos y calendario escolar prefijado. Completan su actividad con la oferta de cursos vespertinos o nocturnos, para capacitar, perfeccionar o reconvertir a trabajadores adultos de la zona geográfica o sectorial que atiendan los centros, de acuerdo con el Plan Nacional de Formación del INFOTEP.

1.2. ANTECEDENTES DE LAS MODALIDADES HABILITACIÓN Y COMPLEMENTACIÓN

1.2.1. INFORMACIONES SOBRE PROGRAMAS DE FORMACIÓN

Modalidad: Es el tipo de acciones formativas caracterizadas por el personal a que está dirigida, el nivel de calificación de la población, motivo de la formación y por el objetivo inmediato de la acción.

Habilitación Profesional: Modalidad de formación profesional destinada a personas mayores de 16 años que requieren desempeñarse en una ocupación semi-calificada, facilitándole la adquisición de determinados conocimientos y/o destrezas necesarias para ocupar un puesto específico. Los programas de formación de esta modalidad son el prerrequisito para iniciar la formación técnico profesional y están integrados por los módulos de competencias básicas, transversales y técnicas.

Complementación Profesional: Modalidad de formación profesional destinada a trabajadores habilitados profesionalmente que requieren completar los conocimientos y/o habilidades de la ocupación en que se desempeñan.

Itinerario de Formación: es un diagrama de flujo que muestra el conjunto de programas de formación de las modalidades de habilitación y complementación y la rutas de formación que podrá seguir el participante en las diversas ocupaciones de una familia ocupacional para fines de optar por el título de Técnico; también se hallan en él las posibles salidas ocupacionales certificables, ya sean éstas parciales o plenas.

1.2.2. CADA PROGRAMA CONTIENE LOS SIGUIENTES APARTADOS:

MAPA DEL DISEÑO CURRICULAR, que incluye los módulos que componen el programa de formación.

DATOS GENERALES DE LA CALIFICACIÓN, que incluye: Código, Título, Objetivo de la Calificación, Población enfocada, Requisitos de entrada, Modalidad, Duración, Horas teóricas, Horas prácticas, Fecha de aprobación, Tiempo de revisión, Fecha de publicación, Tipo de calificación, Módulos que conforman la calificación, Perfil de salida, Perfil Profesional del Facilitador.

MÓDULOS DE APRENDIZAJE, que se componen de: Código del Módulo, Título del Módulo, Objetivo General del Módulo, Correspondencia con la Unidad de Competencia, Prerrequisitos, Duración en horas, Horas teóricas, horas Prácticas, Objetivos de aprendizaje, Contenidos (Saber, Saber hacer, Saber ser), Criterios de evaluación, Estrategias metodológicas para el planeamiento didáctico.

1.2.3. REQUERIMIENTO DE RECURSOS (ambiente de formación).

LISTA MAESTRA, se enumeran todos los Materiales, Equipos, Herramientas, Mobiliarios e Insumos que serán utilizados en el desarrollo de la acción formativa.

REFERENCIAS DOCUMENTALES, que incluye: las referencias bibliográficas, hemerográficas o de cualquier tipo de publicación, espacios electrónicos y software que sirven de apoyo al docente y al participante.

1.3. PROCESO DE ENSEÑANZA/APRENDIZAJE

El Proceso de Enseñanza-Aprendizaje, tiene como objetivo proporcionar al aprendiz, a través del Centro Tecnológico u Operativo del Sistema una formación integral, fomentando en el aprendiz las cualidades y los conocimientos teóricos y tecnológicos de una ocupación, que le permita ser competitivo e insertarse en el mercado laboral.

Concluido el Módulo Básico, inicia la etapa de aprendizaje alterna o empresa-centro, donde el aprendizaje se llevará a cabo un día por semana en el Centro de Formación y la formación práctica en la empresa el resto de la semana, o de acuerdo a la jornada laboral de la empresa formadora.

El Proceso de Enseñanza-Aprendizaje es ejecutado por el Instructor y supervisado por el Encargado de Taller correspondiente, con el fin de asegurar la calidad de la formación que se imparte al aprendiz. Siendo fundamental que éstos mantengan una efectiva comunicación con los monitores de las empresas.

1.4. SELECCIÓN Y COLOCACIÓN DEL APRENDIZ

El Departamento de Servicios de Apoyo a la Productividad canaliza a través de la Unidad de Admisión, Información y Empleo de las Gerencias Regionales, la conformación de los grupos acorde con el perfil requerido por la empresa o la demanda del sector.

Requisitos de ingreso:

-  Tener entre 14 y 22 años de edad
-  Haber aprobado el 8vo curso (mínimo)
-  Gozar de buen estado de salud
-  Llenar la solicitud y anexar:
-  Una foto 2x2

-  Fotocopia del certificado del último curso aprobado en la escuela
-  Fotocopia del acta de nacimiento o de la cédula
-  Certificado médico otorgado por un centro de salud público

1.5. SEGUIMIENTO DEL APRENDIZAJE EN EL CENTRO DE FORMACIÓN

El Seguimiento del aprendizaje en los Centros de Formación es la actividad mediante la cual se verifica la correcta ejecución de la formación del aprendiz, así como su adaptación al programa y además, proyecta un comportamiento correcto, según las normas establecidas.

El Seguimiento se realiza en los Centros de Formación por los Encargados de Talleres, los Instructores y los Coordinadores de la Formación en las modalidades de Habilitación y Complementación de las Gerencias Regionales, los cuales velarán por la calidad del aprendizaje.

1.6. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

El objetivo de este capítulo es revisar los diferentes conceptos y teorías que sustentan la Calidad en la Gestión de una empresa, cuales procesos hay que agotar para conseguir un nivel de calidad tal, que garantice la plena satisfacción de los clientes o usuarios de los servicios.

1.7. PROCESO DE CALIDAD

Algunos autores, como Paulo Rech, han analizado la importancia de la calidad de los servicios y de la satisfacción de los clientes: “mejor calidad hoy significa un aumento de valor y no es simplemente eliminar lo que no está resultando correcto o reducir defectos, como se consideraba en el pasado”.²

² Paulo Rech. La Gestión de la Calidad en la Formación Profesional. Boletín CINTERFOR. Sept.-Dic. 1999

Hoy en día se entiende el concepto de calidad como la completa satisfacción de las necesidades o expectativas de los clientes o consumidores de nuestros productos. No se puede hablar de calidad sin que se esté asegurando la completa satisfacción del cliente.

Desde el punto de vista del INFOTEP el concepto de Calidad es definido como: “Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”.³

Servicio, es la acción o actividad de servir, mientras que servicio al cliente hace referencia a cualquier contacto sea activo o pasivo, entre el cliente y la compañía que causa una percepción positiva o negativa al cliente.

Dependiendo de la experiencia satisfactoria o no del contacto, la influencia será negativa o positiva. Por lo que muchos autores coinciden en señalar que la calidad de servicio se logra cuando se eliminan las experiencias negativas recibidas entre el servicio recibido y el esperado; en este sentido, William B. Martín, en su libro Guía de Servicios en Restaurantes, indica que la calidad de servicio es tanto realidad como percepción.

Las dimensiones principales en las que se basa un servicio de calidad al cliente son la dimensión procesal y la personal. La primera consiste en los sistemas y procedimientos establecidos para proporcionar el servicio y la segunda la forma en que interactúa con los clientes el personal de servicio.

Las dimensiones del funcionamiento del servicio son: tangibilidad, confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía, competencia, acceso, comunicación, credibilidad y comprensión.

³ Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) Procedimiento de Calidad Oficina Nacional-002-2005, 23 de marzo.

Los servicios se caracterizan por su intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad y caducidad. Existen diferentes definiciones de satisfacción de los clientes, sin embargo, en su mayoría hacen referencia al cumplimiento de las expectativas. Por lo que se da una asociación entre satisfacción y expectativa en relación con el servicio.

Los factores asociados al concepto de satisfacción, son necesidad, imagen, calidad e importancia del servicio. La sumatoria de estos factores nos dará la satisfacción de los clientes.

Cliente: persona física o jurídica que tiene una necesidad insatisfecha y a la que la empresa vende sus productos o servicios con la finalidad de satisfacerla. Para alcanzar este objetivo se realizará un seguimiento del cliente antes, durante y después de la venta o del servicio.

Desde el punto de vista del cliente, la satisfacción se define como el grado de aceptación de un consumidor de un producto o servicio. La satisfacción de los clientes es perseguida por todas las compañías, ya que un cliente satisfecho volverá a usar los servicios o productos de la compañía, valorando menos a la competencia y posiblemente comprará otros productos de la compañía.

Según Joseph Alet, “calidad del servicio se traduce en un mayor o menor grado de satisfacción del cliente en función de las expectativas previamente generadas”.⁴

La satisfacción del cliente es el cumplimiento de los requerimientos explícitos, en este caso relacionados a la formación profesional y a la asistencia técnica.

La percepción, consiste en recibir estímulos del medio a través de los sentidos, y dotarles de significado por medio de la mente, del conocimiento, de las experiencias

⁴ Artículo publicado en la página web ICEMO de fecha 28/2/02 “Fidelización y calidad de servicio”

y expectativas que la persona posee. Sirve para organizar e interpretar información que ofrecen los sentidos y reconocer objetos y hechos significativos.

1.8. ISO 9001-2000

La velocidad exponencial con que nacen, compiten y mueren las ideas, llevó a planteamientos sobre la necesidad de gestionar las organizaciones de forma muy distinta a como históricamente lo hacíamos hace muy poco tiempo. Consecuencia de lo anterior es que se reconoce la necesidad de lograr que el personal que conforma a las organizaciones, acepte invertir todo su talento en la organización, con un alto nivel de participación y requiriendo de la alta dirección correspondencia hacia ese esfuerzo. En esta línea han surgido una serie de modelos de gestión que reconocen el valor del conocimiento y pretenden promoverlo, estructurarlo y hacerlo operativo o válido para las organizaciones y la sociedad.

El modelo propuesto en la norma **ISO 9001** en su versión del año **2000**, es sin lugar a dudas, una evolución natural de las demandas de las organizaciones públicas y privadas, para contar con herramientas de gestión más sólidas y efectivas.

Los cambios en las normas **ISO 9000:2000**, fueron muy representativos en cuanto a los principios básicos de la Gestión de la Calidad. Una vez que surge la idea de llevar a cabo un proceso de trabajo que conllevará a la certificación internacional, es necesario enfocarse primeramente en los principios que rigen la norma ISO 9001, ya que son considerados la base de proceso de cambios. Los requisitos de la norma ISO 9001:2000 son flexibles y algunos de ellos se pueden omitir dependiendo de las necesidades o características de cada organización. Dentro de este trabajo se ha buscado una forma clara de dar a conocer todo un proceso que va desde una idea hasta el reconocimiento internacional para una empresa, organización, institución etc. Por ello, en este capítulo se introducen los

principios de la gestión de la calidad como requisitos, aclarando por supuesto que son sólo los principios de la Gestión de la Calidad.

La experiencia acumulada por la implementación de las normas ISO 9000 en cientos de miles de organizaciones en todo el mundo indican la necesidad de mejorarlas, hacerlas más amigables sobre todo para la pequeña y mediana empresa. Dicha experiencia ha mostrado que los resultados deseados se alcancen más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. En consecuencia uno de los caminos para lograr la mejora fue adoptar un sistema de gestión con un enfoque de procesos para lo cual se requirió desarrollar un modelo".⁵

Requisitos de la documentación. Una organización que adopte el enfoque anterior genera confianza en la capacidad de sus procesos en la calidad de sus productos y proporciona las bases para la mejora continua.

1.8.1. LA ORGANIZACIÓN DEBE DE:

- Identificar los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad.
- Determinar la secuencia e interacción de estos procesos.
- Determinar los criterios y métodos para asegurar que la operación y el control de estos procesos sea eficaz.
- Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos.
- Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos procesos.
- Implementar acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

⁵ Norma ISO 9001:2000. Sistemas de Gestión de la Calidad, Requisitos.

1.8.2. LA DOCUMENTACIÓN DEBE INCLUIR:

- Procedimientos e instrucciones.
- Declaraciones de la Política de la Calidad y Objetivos de la Calidad.
- Manual de la Calidad.
- Los Procedimientos requeridos en esta Norma.
- Los Documentos necesarios para asegurar la planificación, operación y control de los procesos.
- Los Registros requeridos por esta Norma.

II. SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

La satisfacción de los clientes, ha sido uno de los temas de investigación incluido en las evaluaciones de impacto de las acciones de capacitación que desarrolla el INFOTEP y es uno de los mecanismos más eficaces para verificar el cumplimiento de los objetivos de la Formación Profesional; además, permiten conocer si los egresados tienen la calidad que demanda el mercado laboral; y si acceden con facilidad a los niveles de base y medio de la estructura ocupacional del país.⁶

Para que el concepto de satisfacción del cliente sea operativo dentro de la empresa, hay que entender muy bien su significado y la globalidad del proceso humano a través del cual el cliente la percibe; sólo así será posible gestionarla. De otra forma, el concepto de satisfacción del cliente no pasará de ser un tópico más.

El proceso a través del cual el cliente percibe la satisfacción de su necesidad se resume de manera gráfica. En la que se presenta al cliente por un lado, con sus necesidades y expectativas y al proveedor por otro. En la medida en que haya alineación o sintonía entre lo que el cliente desea y lo que el proveedor hace, habrá una positiva percepción de satisfacción que hará crecer la fidelidad del cliente.

Para satisfacer las exigencias de su cliente, el proveedor ha de poner en juego dos tipos de capacidades: técnicas y personales.⁷

1. Las necesidades objetivas e implícitas se satisfacen con un profesional desempeño técnico del personal que frecuentemente no es presenciado por el cliente; en muchos casos no es capaz de juzgar esta "calidad interna, calidad del producto o del servicio" por lo limitado de sus conocimientos técnicos.

⁶ INFOTEP. Evaluación de Impacto de las modalidades Habilitación y Complementación en la Formación Continúa en Centros de la República Dominicana: Egresados 1999-2000. Santo Domingo, R.D., enero del 2004.

2. Satisfaciendo este tipo de necesidades, el suministrador consigue "simplemente cumplir" y no aparecen motivos especiales para que el cliente se sienta fiel, ya que ese cumplimiento y la ausencia de errores normalmente lo da por supuesto.
3. Las expectativas, por el hecho de ser subjetivas en gran parte, requieren el concurso de habilidades eficaces y actitudes positivas por parte del personal de contacto con el cliente.
4. Ahora bien, el cliente se forma siempre una opinión sobre la totalidad de la transacción a pesar de tener dificultades para hacerlo sobre el "producto" o calidad interna.⁸

Resulta muy difícil alcanzar un nivel de servicio aceptable sin el concurso equilibrado de ambos aspectos de calidad, aunque normalmente la ausencia de la calidad interna sea difícil de compensar con calidad externa. Por ejemplo, la deficiente reparación de un auto no es compensada con una esmerada recepción acompañada de una taza de café impecablemente servido.

Se puede decir que la satisfacción, tanto de las necesidades como de las expectativas, es igualmente exigible al suministrador; lo único que cambia es su nivel de explicitación. Ambos aspectos, capacidades técnicas y habilidades personales, están condicionados por los denominados elementos de la estructura de la Organización:

-  Cultura y clima empresarial.
-  Estrategias competitivas y políticas.
-  Sistemas de control, de información y administrativos de apoyo a las personas.
-  Procesos operativos y de gestión documentados y respetados.

⁸ DATA MINING INSTITUTE S.L. 1997-2004

La importancia de la percepción que el cliente tenga de la satisfacción de sus necesidades y expectativas está en que dicha percepción define el nivel de calidad alcanzado. A pesar de que existen autores que no lo aceptan, sin embargo, la percepción del cliente es la única realidad que condiciona su fidelidad, es decir, la probabilidad de recompra y la intensidad de su recomendación a terceros.

De igual manera, existe la evidencia de que muchos clientes no tienen claro cómo definir la calidad, aunque sí saben cómo la perciben. Como toda percepción tiene mucho de subjetivo, surge la necesidad de preguntar siempre al cliente para conocer su nivel de satisfacción.

2.1. LA IMPORTANCIA DE LA SATISFACCION Y LA LEALTAD DEL CLIENTE

Los deseos y necesidades de los clientes son la base de la ventaja competitiva y las estadísticas demuestran que el aumento de la participación en el mercado tiene elevado correlación con la satisfacción del cliente.

La satisfacción de los clientes es también un factor importante en la utilidad neta. En un estudio se descubrió que las empresas que tienen una tasa de retención de clientes de 98% son dos veces más productivas que aquellas cuya tasa es de 94%. Otro estudio demuestra que los clientes insatisfechos comunican sus experiencias negativas a por lo menos dos veces más personas que sus experiencias positivas.

Aunque la satisfacción es importante las empresas modernas necesitan una visión más profunda. El logro de una alta productividad y de participación de mercado requiere clientes leales, aquellos que permanecen con la empresa y dan referencias positivas acerca de ella. La satisfacción y la lealtad son conceptos muy diferentes. Según la palabra de Patrick Mehne, director ejecutivo de calidad de The Ritz-Carlton Hotel Company, L.L.C. La satisfacción es una actitud; la lealtad es un comportamiento. Los clientes que estén simplemente satisfechos quizás adquieran

con frecuencia productos de los competidores debido a la conveniencia, promociones u otros factores.

La satisfacción del cliente ocurre cuando los productos o servicios cumplen o superan las expectativas del cliente, nuestra principal definición de calidad. Para superar las expectativas, una empresa debe ofrecer a sus clientes un valor en constante mejora.

Por tanto, entender exactamente lo que el cliente quiere y su percepción del valor es crucial para el éxito competitivo. Las empresas deben enfocarse en mejorar en forma continua tanto el paquete de beneficios para el consumidor como la calidad de sus operaciones internas.

Además del valor, la satisfacción y la lealtad se ven afectadas en gran medida por la calidad del servicio, la integridad y las relaciones que las empresas establecen con sus clientes. En un estudio se descubrió que es cinco veces más probable que los clientes cambien de empresa debido a problemas notorios de servicio que por preocupaciones de precios o problemas con la calidad de los productos.

2.2. CREACION DE CLIENTES SATISFECHOS

Las verdaderas necesidades y expectativas del cliente se conocen como calidad esperada.

Este tipo de calidad es la que el cliente supone que recibirá del producto. El productor identifica estas necesidades y expectativas y las traduce en especificaciones para los productos y servicios. La calidad real es el resultado del proceso de producción y la que se entrega al cliente. Sin embargo, la calidad real puede ser muy diferente a la calidad esperada si se pierde la información o se interpreta de manera equivocada de un paso a otro en la figura 4.2. Por ejemplo, los esfuerzos ineficaces de investigación de mercado podrían evaluar en forma incorrecta las verdaderas necesidades y expectativas de los clientes.

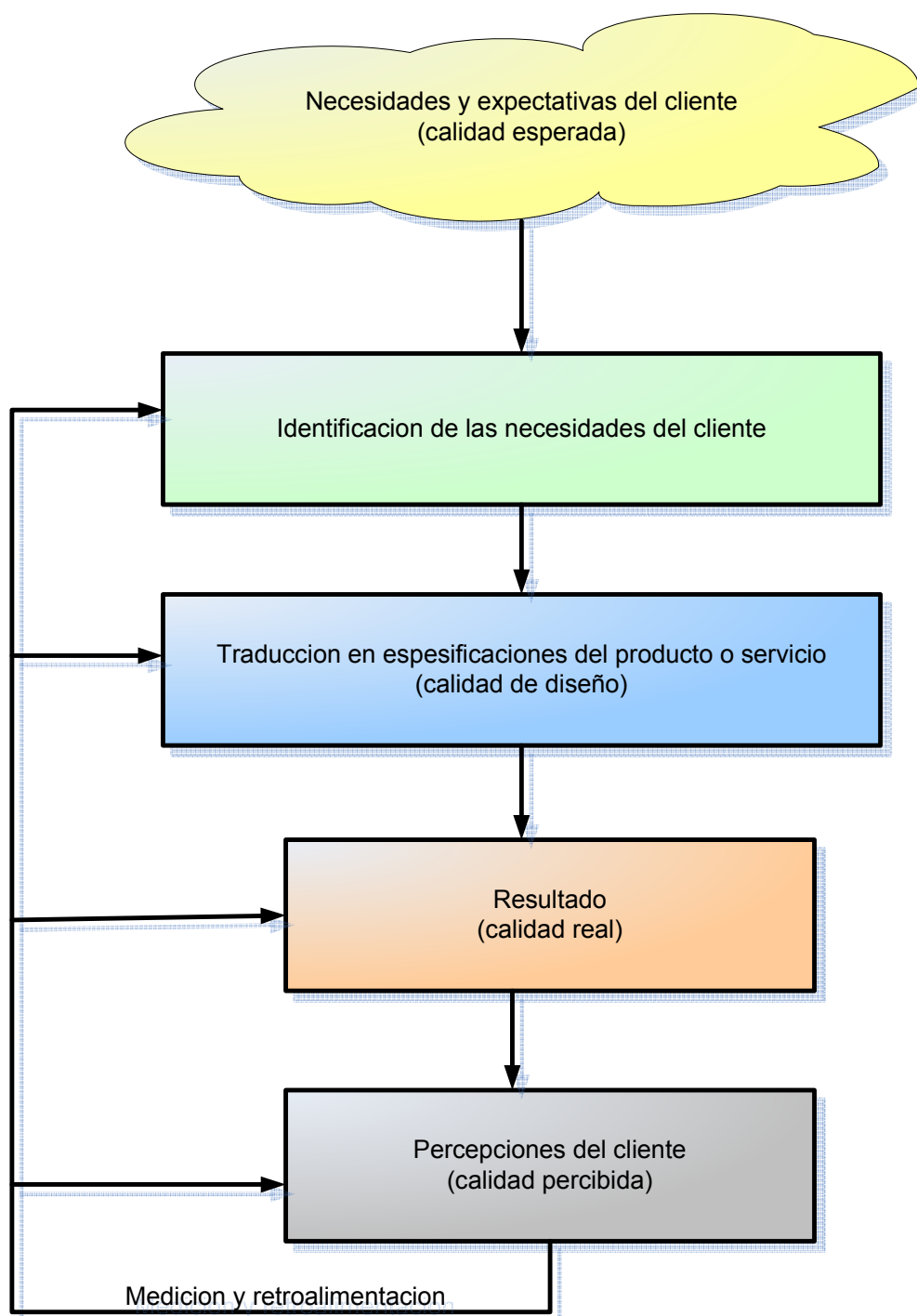
Las operaciones de fabricación o el personal que tiene contacto con los clientes podrían no producir de acuerdo con las especificaciones.

Los clientes evaluarán las percepciones de calidad y desarrollo (calidad percibida) comparando sus expectativas (calidad esperada) con lo que reciben (calidad real). Si la calidad esperada es más alta que la real, es posible que el cliente se sienta insatisfecho. Sin embargo, si la calidad real supera las expectativas el cliente se sentirá satisfecho e incluso sorpresivamente encantado.

2.3. ADMINISTRACION DE LA RELACION CON EL CLIENTE

Una organización construye la lealtad del cliente al generar confianza, comunicarse con los clientes y manejar en forma eficaz las interacciones y relaciones con ellos a través de sus enfoques y su personal.

Figura 4.2. Ciclo de calidad impulsado por el cliente



Fuente: Administración y control de calidad, 7ª. Edición.

2.4. SERVICIO AL CLIENTE

Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad

2.5. PRINCIPIOS EN LOS QUE DESCANSA LA CALIDAD DEL SERVICIO

- a. El cliente es el único juez de la calidad del servicio.
- b. El cliente es quien determina el nivel de excelencia del servicio y siempre quiere más.
- c. La empresa debe formular promesas que le permitan alcanzar los objetivos, ganar dinero y distinguirse de sus competidores.
- d. La empresa debe "gestionar" la expectativa de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.
- e. Nada se opone a que las promesas se transformen en normas de calidad.
- f. Para eliminar los errores se debe imponer una disciplina férrea y un constante esfuerzo.

2.6. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LOS SERVICIOS

- Los servicios no son tangibles aun cuando involucren productos tangibles.
- Los servicios son personalizados.
- Los servicios también involucran al cliente, a quien el servicio se dirige.
- Los servicios se producen conforme a la demanda.
- Los servicios no pueden ser manufacturados o producidos antes de entregarse.
- Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo.
- Los servicios no pueden ser mostrados o producidos antes de la entrega.
- Los servicios son perecederos no pueden ser guardados o almacenados.
- Los servicios no pueden ser inspeccionados o probados previamente (corregidos al momento que se dan).
- Los servicios no producen defectos, desperdicios o artículos rechazados.

- Las deficiencias en la calidad del servicio no pueden ser eliminadas antes de la entrega.
- Los servicios no pueden ser sustituidos o vendidos como segunda opción.
- Los servicios se basan en el uso intensivo de mano de obra. Pudiendo comprender una integración interfuncional compleja de diversos sistemas de apoyo.

2.7. RAZONES QUE FRENAN LA IMPLANTACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO

A continuación se exponen una serie de razones que obstaculizan la implantación de la Calidad de Servicio, debido a que con frecuencia, no se cree que:

- Un excelente servicio al cliente puede reportar beneficios.
- El cliente es de buena fe.
- El servicio es una inversión importante.
- Para que el servicio sea de buena calidad es necesario que éste sea conocido por todos los integrantes del mismo.
- Un cliente es ya cliente antes de comprar.
- La calidad de servicio es un dominio prioritario.
- El éxito depende mas del mando medio que del personal de línea.
- Los progresos en la calidad del servicio son mensurables, es decir medibles.
- Es preferible conservar los clientes actuales, a buscar otros.
- La falta de calidad del servicio proviene de cada integrante del servicio.

2.8. ASPECTOS SOBRE LOS CUALES SE BASA EL CLIENTE PARA EVALUAR LA CALIDAD DEL SERVICIO

- Imagen.
- Expectativas y percepciones acerca de la calidad.
- La manera como se presenta un servicio.
- La extensión o la prolongación de su satisfacción.

2.9. RAZONES DE PORQUE SE DIRIGEN CON MUY POCA O NINGUNA CALIDAD EN EL SERVICIO

- a. Preocupación excesiva por la calidad de los productos manufactureros.
- b. Dificultades para definir papeles y funciones de un servicio.
- c. Incapacidad para definir las características de la calidad de los servicios.
- d. Falta de conocimiento y autoridad para el desarrollo de un modelo de gestión de la calidad total en los servicios.
- e. El supuesto de que la calidad en los servicios es de importancia secundaria.

2.10. ATRIBUTOS ESENCIALES PARA OPERACIONES DE SERVICIOS

- Eficiencia, precisión.
- Uniformidad, constancia.
- Receptividad, accesibilidad.
- Confiabilidad.
- Competencia y capacidad.
- Cortesía, cuidado, entrenamiento.
- Seguridad.
- Satisfacción y placer.

2.11. FACTORES CLAVES DE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE EN CUANTO A UN TRATO DE CALIDAD

- Atención inmediata
- Comprensión de lo que el cliente quiere
- Atención completa y exclusiva
- Trato cortés
- Expresión de interés por el cliente
- Receptividad a preguntas
- Prontitud en la respuesta
- Eficiencia al prestar un servicio
- Explicación de procedimientos

- Expresión de placer al servir al cliente
- Expresión de agradecimiento
- Atención a los reclamos
- Solución a los reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del cliente
- Aceptar la responsabilidad por errores cometidos por el personal de la empresa.

2.12. RAZONES PARA UN MAL SERVICIO AL CLIENTE

Pregunte a cualquier consumidor o cliente por qué las empresas dan un mal servicio y él se los dirá. Algunos problemas son comunes en muchas organizaciones: ¿cuántos se aplican en su empresa?:

- Empleados negligentes
- Entrenamiento deficiente
- Actitudes negativas de los empleados hacia los clientes
- Diferencias de percepción entre lo que una empresa cree que los clientes desean y lo que estos en realidad quieren
- Diferencias de percepción entre el producto o servicio que cree dar, y lo que creen recibir los clientes
- Diferencias de opinión entre lo que la empresa piensa acerca de la forma de tratar a los clientes, y como los clientes desean que los traten
- Carencia de una filosofía del servicio al cliente dentro de la compañía
- Deficiente manejo y resolución de las quejas
- Los empleados no están facultados ni estimulados para prestar un buen servicio, asumir responsabilidades y tomar decisiones que satisfagan a la clientela (empowerment)
- Mal trato frecuente a los empleados y a los clientes

2.13. LOS SIETE PECADOS CAPITALES DEL SERVICIO

1. Apatía
2. Sacudirse al cliente
3. Frialidad (indiferencia)

4. Actuar en forma robotizada
5. Rigidez (intransigente)
6. Enviar el cliente de un lado a otro

2.14. LOS 10 MANDAMIENTOS PARA UN SERVICIO DE EXCELENCIA Y LA CONSERVACION DE LOS CLIENTES

1. El cliente es la persona más importante en la empresa
2. El cliente no depende de usted, sino que usted depende del cliente. Usted trabaja para sus clientes.
3. El cliente no interrumpe su trabajo, sino que es el propósito de su trabajo.
4. El cliente le hace un favor al visitarlo o llamarlo para hacer una transacción de negocios. Usted no le hace ningún favor sirviéndole.
5. El cliente es una parte de su empresa como cualquier otra, incluyendo el inventario, el personal y las instalaciones. Si vendiera su empresa, sus clientes se irán con él.
6. El cliente no es una fría estadística, sino una persona con sentimientos y emociones, igual que usted. Trate al cliente mejor de lo que desearía que a usted lo traten.
7. El cliente no es alguien con quien discutir o para ganarle con astucia.
8. Su trabajo es satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes y, siempre que sea posible, disipar sus temores y resolver sus quejas.
9. El cliente se merece ser tratado con la mayor atención, cortesía y profesionalismo que usted pueda brindarle.
10. El cliente es la parte más vital de su empresa o negocios. Recuerde siempre que sin sus clientes, no tendría actividades de negocio. Usted trabaja para su clientela.

2.15. LAS 10 REGLAS PARA UNA EXCELENTE ATENCION EN EL SERVICIO

1. No haga esperar al cliente, salúdelo de inmediato.
2. Dar atención total, sin distracciones o interrupciones
3. Haga que los primeros 30 segundos cuenten
4. Sea natural, no falso o robotizado
5. Demuestre energía y cordialidad (entusiasmo)
6. Sea agente de su cliente (sino puede usted resolver el problema, ayude para ver quien puede)
7. Piense, use su sentido común para ver como puede resolver el problema del cliente
8. Algunas veces ajuste las reglas (si la regla puede ser cuestionada)
9. Haga que los últimos 30 segundos cuenten (dejar una buena impresión)
10. Manténgase en forma, cuide su persona.

2.16. MANTENER LA SATISFACCION DEL CLIENTE

EL MEJORAMIENTO CONTINUO NO ES LUJO

El mejoramiento continuo es el secreto para mantener satisfecho al cliente. El mejoramiento claro, coherente y sistemático es necesario para demostrar que el objetivo estratégico del negocio es la satisfacción del cliente, y no un programa de corto plazo. Con demasiada frecuencia, los empleados, los funcionarios y los clientes mismos se han visto envueltos en el entusiasmo y el interés que, a la larga, se desvanecía sin dejar efectos perdurables. El aumento de la satisfacción del cliente debe ser la prioridad del negocio a largo plazo.

La investigación de la satisfacción del cliente demuestra la necesidad del mejoramiento continuo. Alrededor de 30 por ciento de los clientes típicos de una empresa dan los puntajes más altos a tres elementos clave: el puntaje general, el uso futuro y la voluntad de recomendar la empresa a otras personas. Para siete de cada diez clientes, todavía hay cosas que mejorar.

Es preciso revisar periódicamente tanto los rasgos de rendimiento básicos como el desempeño de la empresa, dado que la satisfacción del cliente es un blanco móvil. Las expectativas y las pautas de rendimiento cambian constantemente, pues la competencia también trabaja para satisfacer o sobrepasar las exigencias de los clientes. Los grupos de concentración tienen que poner su atención en la visión que el cliente de las mejoras y de lo que queda por mejorar.

Para subrayar distintos aspectos de la satisfacción del cliente, se pueden usar diferentes encuestas. Por ejemplo, una encuesta basada en las transacciones será mas apropiada para un nuevo cliente y, en cambio, una relacionada con la imagen seria más aplicable para un cliente ya establecido.

El entrenamiento constante y el ejemplo del Management tienen que reforzar la participación del empleado. Hay que comunicarle, de manera periódica, los resultados de las investigaciones en curso, la puesta en práctica de las mejoras y las áreas donde todavía hace falta progresar.

Exceder las expectativas del cliente

El mejoramiento continuo significa que la filosofía de la empresa tiene que pasar de satisfacer las expectativas a excederlas. Exceder las expectativas del cliente constituye todo un desafío, pues este las revisa y eleva de manera permanente, la meta es exceder las expectativas del cliente, “muy bueno no basta”.

A continuación se muestran los pasos necesarios para llevar a la práctica un proceso organizado de sobrepasar las expectativas.

1. Definir los rasgos básicos de rendimiento que influyen sobre el modo en que los clientes eligen productos, servicios y compañías.
2. Determinar las pautas de rendimiento y las expectativas relacionadas con esos atributos.

3. Cuantificar el desempeño de la compañía y el de sus mayores competidores en la satisfacción de las expectativas.
4. Llevar a la práctica la prioridad 1: sobrepasar la satisfacción de los rasgos de rendimiento y las expectativas que influyen en la elección y productos, servicios y compañías por parte de los clientes.
5. Determinar los rasgos de rendimiento que satisfacen a los clientes luego de la elección de productos, servicios y compañías.
6. Cualificar el desempeño de la compañía y de sus principales competidores en la satisfacción de ese conjunto de rasgos de rendimiento.
7. Llevar a la práctica la prioridad 2: exceder la satisfacción de los rasgos de rendimiento y las expectativas del cliente, después de la elección del producto o servicio.
8. Clasificar los rasgos de rendimiento en factores básicos, de rendimiento y de estímulo.
9. Cuantificar el desempeño de la compañía y de sus principales competidores en la satisfacción de los factores de estímulo.
10. Poner en práctica la prioridad 3: Subrayar la satisfacción y el exceso de los factores de rendimiento y de estímulo.

Las estrategias de la prioridad 1 se dirigen a generar clientes nuevos. Las de la prioridad 2 satisfacer a los actuales. Las de la prioridad 3 apuntan a consolidar la lealtad del cliente.

2.17. MANAGEMENT DE RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Garantizar que las exigencias del servicio al cliente se entiendan y se respondan en toda la compañía.
- Facilitar a los clientes el acceso para hacer comentarios, pedir ayuda y quejarse.
- Hacer seguimiento a los clientes acerca de los productos y servicios, para determinar la satisfacción y para obtener información acerca de las mejoras.

- Habilitar a los empleados que están en contacto con los clientes para resolver los problemas sin dilaciones y para adoptar medidas extraordinarias cuando sea necesario.
- Imponer requerimientos especiales para contratar personal, entrenamiento, de conducta, reconocimiento y determinación de actitudes y moral de los empleados que están en contacto con los clientes.
- Implementar tecnología y apoyo logístico para posibilitar que los empleados que atienden al cliente brinden un servicio eficaz y puntual.
- Analizar la información proveniente de las quejas, ganancias y pérdidas de clientes, de las órdenes perdidas, del ajuste de costos y las consecuencias del mercado, para revisar la política de la compañía.
- Evaluar y mejorar los servicios a los clientes.

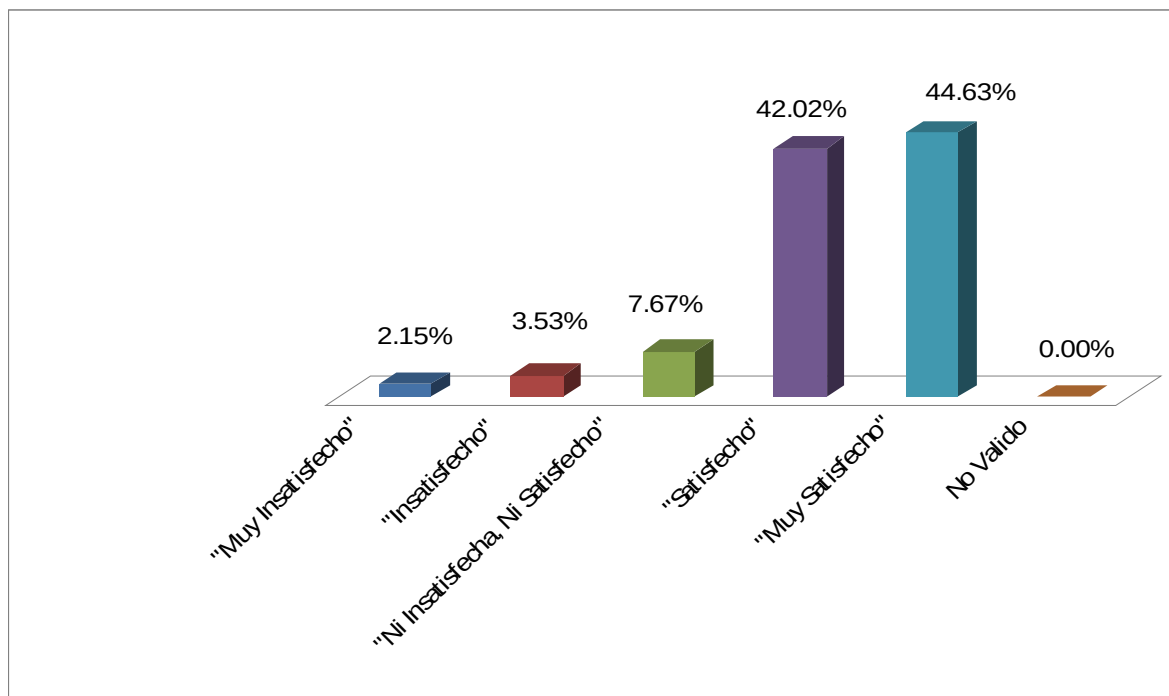
III. LECTURA Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Tabla No. 1
Recepción del cliente
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
1. El trato recibido por usted al solicitar información por primera vez sobre la acción formativa que está cursando, lo valora positivo.	"Muy Insatisfecho"	7	2.15%
	"Insatisfecho"	13	3.99%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	25	7.67%
	"Satisfecho"	157	48.16%
	"Muy Satisfecho"	124	38.04%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
2. La persona que le brindó las informaciones sobre la acción formativa (el curso) posee dominio del tema.	"Muy Insatisfecho"	7	2.15%
	"Insatisfecho"	10	3.07%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	25	7.67%
	"Satisfecho"	117	35.89%
	"Muy Satisfecho"	167	51.23%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		2.15%
	"Insatisfecho"		3.53%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"		7.67%
	"Satisfecho"		42.02%
	"Muy Satisfecho"		44.63%
	No Valido		0.00%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 1
Recepción del cliente
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



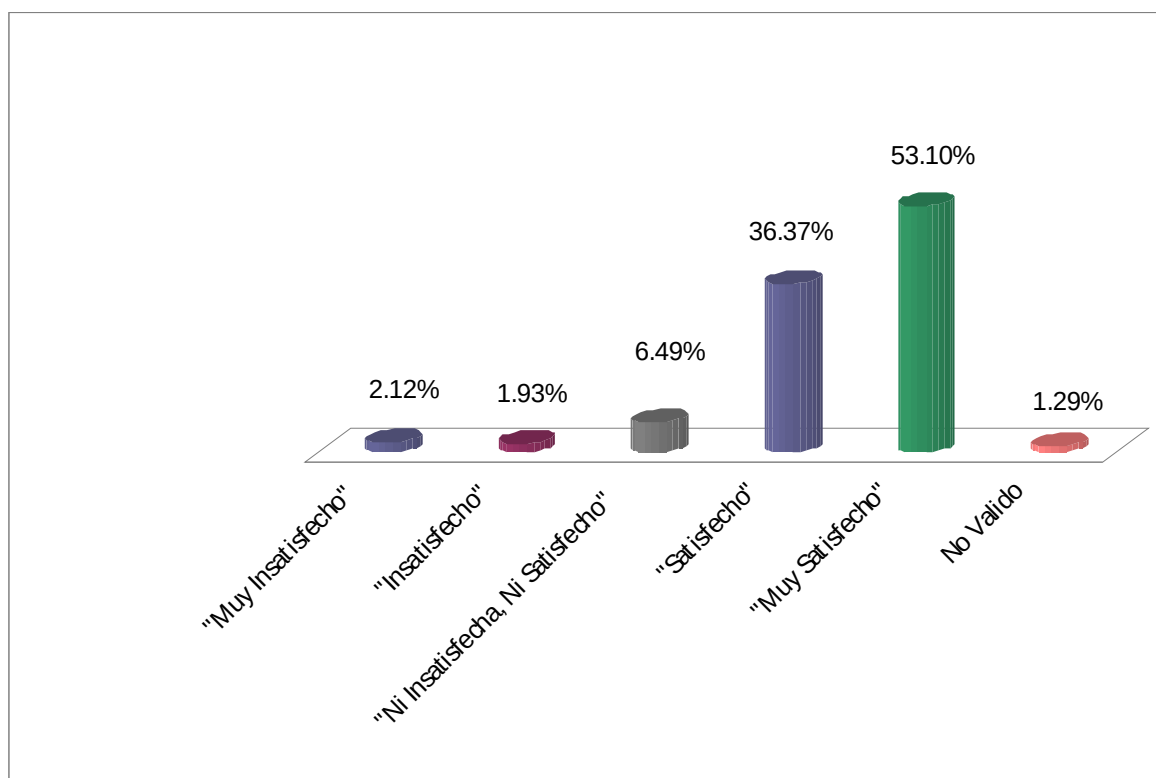
El nivel de satisfacción de los participantes en relación a la Recepción del cliente muestra que el **42.02%** se encuentra satisfecho, el **7.67%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **5.68%** esta insatisfecho lo que implica altos niveles de satisfacción en este aspecto estando muy satisfecho el **44.63%** de los entrevistados. Los ítems valorados fueron el servicio recibido al solicitar la información por primera vez y si la persona que lo atendió mostró dominio de las informaciones sobre las acciones formativas.

Tabla No. 2
Competitividad
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
3. El INFOTEP le brinda servicios de capacitación que le facilitan su inserción en el mercado laboral nacional.	"Muy Insatisfecho"	4	1.23%
	"Insatisfecho"	1	0.31%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	5	1.53%
	"Satisfecho"	108	33.13%
	"Muy Satisfecho"	208	63.80%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
4. El INFOTEP regularmente le pregunta sobre la calidad y utilidad de la formación profesional que recibe.	"Muy Insatisfecho"	14	4.35%
	"Insatisfecho"	20	6.21%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	38	11.80%
	"Satisfecho"	146	45.34%
	"Muy Satisfecho"	104	32.30%
	No Valido	4	1.23%
	Total	326	100.00%
5. Siente que está recibiendo la formación profesional que necesita para ser competitivo.	"Muy Insatisfecho"	7	2.17%
	"Insatisfecho"	4	1.24%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	14	4.35%
	"Satisfecho"	96	29.81%
	"Muy Satisfecho"	201	62.42%
	No Valido	4	1.23%
	Total	326	100.00%
6. El INFOTEP mejora sus servicios de formación técnico profesional periódicamente.	"Muy Insatisfecho"	6	1.90%
	"Insatisfecho"	2	0.63%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	33	10.44%
	"Satisfecho"	119	37.66%
	"Muy Satisfecho"	156	49.37%
	No Valido	10	3.07%
	Total	326	100.00%
7. Los programas de capacitación que recibe responden a las necesidades del mercado de trabajo.	"Muy Insatisfecho"	3	0.93%
	"Insatisfecho"	4	1.24%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	14	4.33%
	"Satisfecho"	116	35.91%
	"Muy Satisfecho"	186	57.59%
	No Valido	3	0.92%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		2.12%
	"Insatisfecho"		1.93%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"		6.49%
	"Satisfecho"		36.37%
	"Muy Satisfecho"		53.10%
	No Valido		1.29%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 2
Competitividad
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



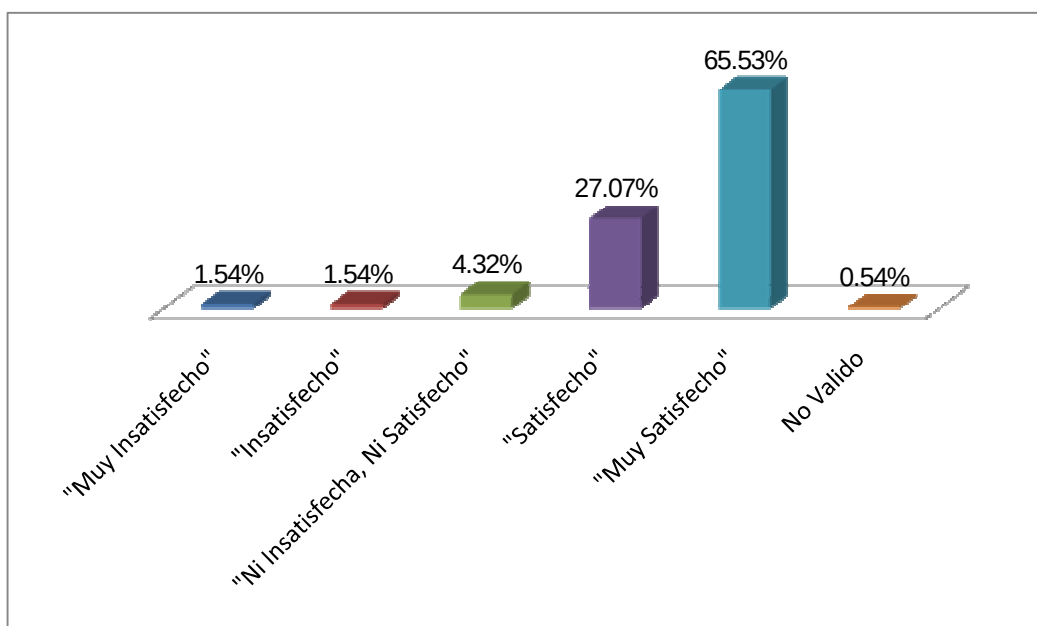
El nivel de satisfacción de los participantes en relación a la Competitividad muestra que el **36.37%** se encuentra satisfecho, el **6.49%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **4.05%** esta insatisfecho lo que implica altos niveles de satisfacción en este aspecto estando muy satisfecho el **53.10%** de los entrevistados. Los ítems valorados fueron el servicio de capacitación, calidad y utilidad de la formación, formación necesaria para la competitividad, actualización de lo programas de formación acorde con el mercado laboral. También se muestra **1.29%** de respuestas no validas.

Tabla No. 3
Instructor
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
8. El personal del INFOTEP vinculado a la docencia le ofrece buena atención e información y le brinda las informaciones requeridas.	"Muy Insatisfecho"	4	1.23%
	"Insatisfecho"	6	1.85%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	19	5.85%
	"Satisfecho"	110	33.85%
	"Muy Satisfecho"	186	57.23%
	No Valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
9. El o los instructor (es) que le imparte (n) la acción formativa (el curso) cumplen con las horas de clases establecidas y puntualidad.	"Muy Insatisfecho"	6	1.85%
	"Insatisfecho"	5	1.54%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	15	4.62%
	"Satisfecho"	74	22.77%
	"Muy Satisfecho"	225	69.23%
	No Valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
10. El instructor del curso cumple con los objetivos y contenidos del programa de formación.	"Muy Insatisfecho"	6	1.87%
	"Insatisfecho"	4	1.25%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	12	3.74%
	"Satisfecho"	94	29.28%
	"Muy Satisfecho"	205	63.86%
	No Valido	5	1.53%
	Total	326	100.00%
11. El instructor del curso que usted recibe actualmente muestra dominio de los contenidos del programa del curso que imparte y está actualizado en el área.	"Muy Insatisfecho"	4	1.23%
	"Insatisfecho"	5	1.53%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	10	3.07%
	"Satisfecho"	73	22.39%
	"Muy Satisfecho"	234	71.78%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		1.54%
	"Insatisfecho"		1.54%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"		4.32%
	"Satisfecho"		27.07%
	"Muy Satisfecho"		65.53%
	No Valido		0.54%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 3
Instructor
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



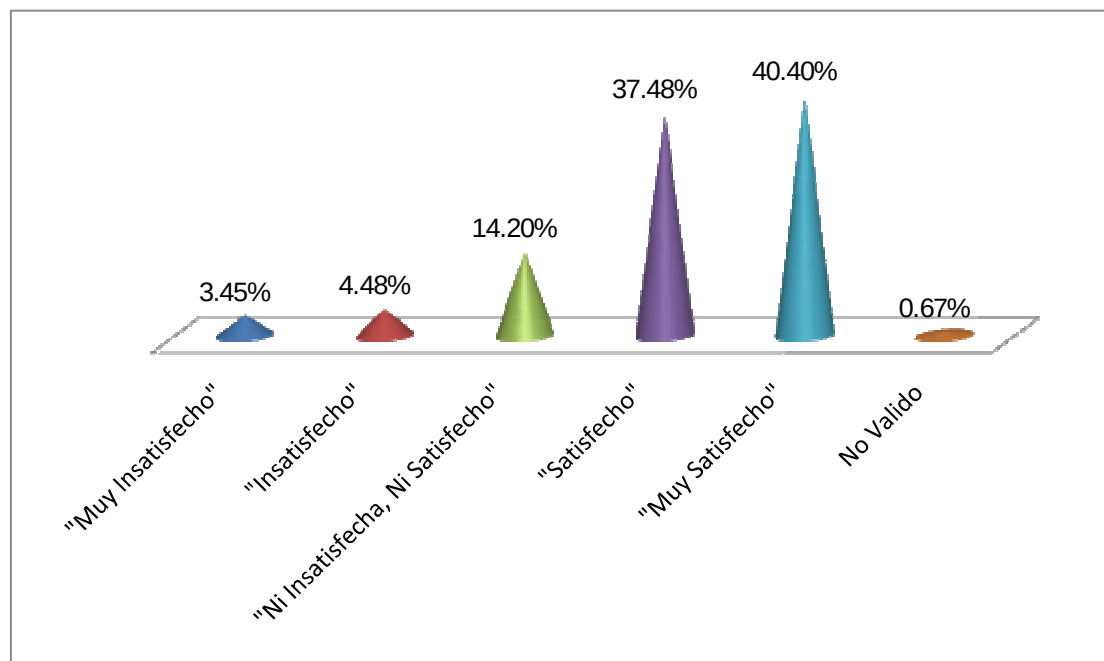
El nivel de satisfacción de los participantes en relación al Instructor muestra que el **27.07%** se encuentra satisfecho, el **4.32%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **3.08%** esta insatisfecho lo que implica altos niveles de satisfacción en este aspecto estando muy satisfecho el **65.53%** de los entrevistados. Los ítems valorados fueron: personal vinculado a la docencia, cumplimiento del horario de clase, objetivos del curso y dominio del material de clase por parte del docente. También se muestra **0.54%** de respuestas no validas.

Tabla No. 4
Comunicación
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
12. Existe una buena comunicación en el aula-taller donde recibe la capacitación.	"Muy Insatisfecho"	3	0.92%
	"Insatisfecho"	9	2.77%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	17	5.23%
	"Satisfecho"	110	33.85%
	"Muy Satisfecho"	186	57.23%
	No Valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
13. El personal conoce lo que acontece en el INFOTEP y lo da a conocer.	"Muy Insatisfecho"	5	1.56%
	"Insatisfecho"	14	4.38%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	49	15.31%
	"Satisfecho"	133	41.56%
	"Muy Satisfecho"	119	37.19%
	No Valido	6	1.84%
	Total	326	100.00%
14. Tiene una buena comunicación con su instructor y puede manejar cualquier conflicto que se le presente.	"Muy Insatisfecho"	5	1.54%
	"Insatisfecho"	4	1.23%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	16	4.94%
	"Satisfecho"	114	35.19%
	"Muy Satisfecho"	185	57.10%
	No Valido	2	0.61%
	Total	326	100.00%
15. Las autoridades del centro de formación le preguntan si lo que está aprendiendo responde a las prioridades técnicas esperadas.	"Muy Insatisfecho"	22	6.83%
	"Insatisfecho"	21	6.52%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	56	17.39%
	"Satisfecho"	120	37.27%
	"Muy Satisfecho"	103	31.99%
	No Valido	4	1.23%
	Total	326	100.00%
16. Tiene fácil acceso a las autoridades del centro de formación en caso de que se me presente una situación en que así lo requiera.	"Muy Insatisfecho"	14	4.29%
	"Insatisfecho"	15	4.60%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	69	21.17%
	"Satisfecho"	138	42.33%
	"Muy Satisfecho"	90	27.61%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
17. Las autoridades del centro de formación le preguntan si la metodología de aprendizaje y programas de formación satisfacen sus expectativas de formación profesional.	"Muy Insatisfecho"	18	5.52%
	"Insatisfecho"	24	7.36%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	69	21.17%
	"Satisfecho"	113	34.66%
	"Muy Satisfecho"	102	31.29%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		3.45%
	"Insatisfecho"		4.48%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"		14.20%
	"Satisfecho"		37.48%
	"Muy Satisfecho"		40.40%
	No Valido		0.67%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 4
Comunicación
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



El nivel de satisfacción de los participantes en relación a la Comunicación muestra que el **37.48%** se encuentra satisfecho, el **14.20%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **7.93%** esta insatisfecho.

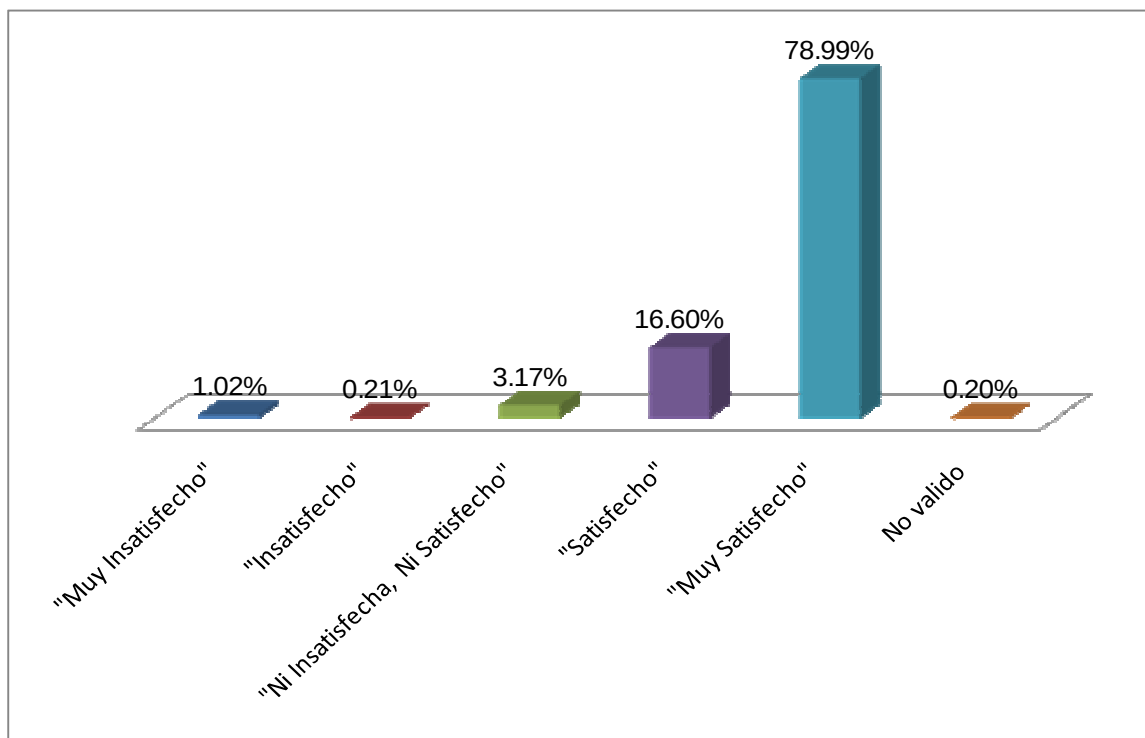
En sentido particular se visualiza que sólo el **40.40%** de los encuestados se encuentra "Muy Satisfecho" lo que significa la necesidad de asignar más recursos para mejorar este aspecto. Los ítems valorados fueron: buena comunicación en los talleres y aulas, conocimiento del personal de lo que sucede a lo interno del INFOTEP, buena comunicación con los instructores interés de las autoridades por saber el nivel de aprendizaje de los participantes, fácil acceso a las autoridades en caso de tener algún problema. También se muestra **0.67%** de respuestas no validas.

Tabla No. 5
Fidelidad del cliente
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
18. Le recomendaría a sus amigos los cursos que ofrece el INFOTEP.	"Muy Insatisfecho"	3	0.92%
	"Insatisfecho"	0	0.00%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	10	3.07%
	"Satisfecho"	54	16.56%
	"Muy Satisfecho"	259	79.45%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
19. Seguiré capacitándome en el INFOTEP.	"Muy Insatisfecho"	4	1.23%
	"Insatisfecho"	1	0.31%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	13	3.99%
	"Satisfecho"	47	14.42%
	"Muy Satisfecho"	261	80.06%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
20. Usted se siente orgulloso de pertenecer a la familia de formación profesional del INFOTEP.	"Muy Insatisfecho"	3	0.93%
	"Insatisfecho"	1	0.31%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	8	2.47%
	"Satisfecho"	61	18.83%
	"Muy Satisfecho"	251	77.47%
	No valido	2	0.61%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		1.02%
	"Insatisfecho"		0.21%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"		3.17%
	"Satisfecho"		16.60%
	"Muy Satisfecho"		78.99%
	No valido		0.20%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 5
Fidelidad del cliente
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



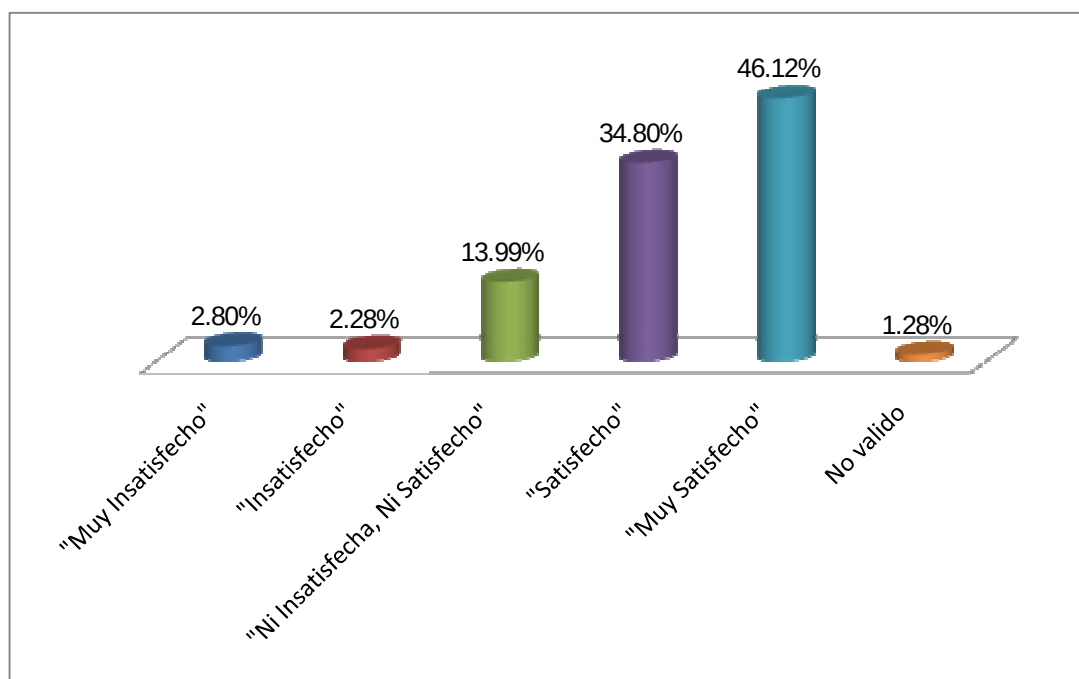
El nivel de satisfacción de los participantes en relación a la Fidelidad del cliente muestra que el **16.60%** se encuentra satisfecho, el **3.17%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **1.23%** esta insatisfecho lo que implica altos niveles de satisfacción en este aspecto estando muy satisfecho el **78.99%** de los entrevistados. Los ítems valorados fueron: propondría a una persona relacionada el curso que realiza, seguirá capacitándose en el INFOTEP, se siente orgulloso de pertenecer al INFOTEP. También se muestra **0.20%** de respuestas no validas.

Tabla No. 6
Ayuda del INFOTEP
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
21. Se siente satisfecho con el centro de formación en cuanto a la orientación que recibe al momento de ser seleccionado para el curso o carrera que realiza.	"Muy Insatisfecho"	6	1.85%
	"Insatisfecho"	6	1.85%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	11	3.38%
	"Satisfecho"	116	35.69%
	"Muy Satisfecho"	186	57.23%
	No valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
22. Al iniciar el curso recibió orientación adecuada por parte de los asesores del INFOTEP.	"Muy Insatisfecho"	5	1.53%
	"Insatisfecho"	9	2.76%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	17	5.21%
	"Satisfecho"	103	31.60%
	"Muy Satisfecho"	192	58.90%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
23. Se siente satisfecho en cuanto al servicio que usted recibe de apoyo a búsqueda de empleo.	"Muy Insatisfecho"	13	4.09%
	"Insatisfecho"	5	1.57%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	83	26.10%
	"Satisfecho"	104	32.70%
	"Muy Satisfecho"	113	35.53%
	No valido	8	2.45%
	Total	326	100.00%
24. Cómo usted se siente en cuanto a la motivación y orientación que recibe del Centro en la gestión para crear su propia empresa.	"Muy Insatisfecho"	9	2.80%
	"Insatisfecho"	9	2.80%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	51	15.89%
	"Satisfecho"	125	38.94%
	"Muy Satisfecho"	127	39.56%
	No valido	5	1.53%
	Total	326	100.00%
25. La capacitación recibida en el INFOTEP le ha facilitado encontrar empleo.	"Muy Insatisfecho"	15	4.67%
	"Insatisfecho"	11	3.43%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	73	22.74%
	"Satisfecho"	111	34.58%
	"Muy Satisfecho"	111	34.58%
	No valido	5	1.53%
	Total	326	100.00%
26. La formación recibida en el INFOTEP ha contribuido a mejorar su calidad de vida.	"Muy Insatisfecho"	6	1.88%
	"Insatisfecho"	4	1.25%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	34	10.63%
	"Satisfecho"	113	35.31%
	"Muy Satisfecho"	163	50.94%
	No valido	6	1.84%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		2.80%
	"Insatisfecho"		2.28%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"		13.99%
	"Satisfecho"		34.80%
	"Muy Satisfecho"		46.12%
	No valido		1.28%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 6
Ayuda del INFOTEP
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



El nivel de satisfacción de los participantes en relación a la Ayuda del INFOTEP muestra que el **34.80%** se encuentra satisfecho, el **13.99%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **5.08%** esta insatisfecho. La tabla muestra un punto importante y es que en sentido particular el **46.12%** se encuentra **"Muy Satisfecho"** lo que significa que este elemento puede ser aun mejor. Los ítems valorados fueron: satisfacción de la orientación recibida al momento de ser reclutado, al iniciar el curso recibió orientación al respecto, apoyo en la búsqueda de empleo, motivación recibida por el personal encargado del centro tecnológico, la capacitación recibida le ha servido para mejorar su calidad de vida. También se muestra **1.28%** de respuestas no validas.

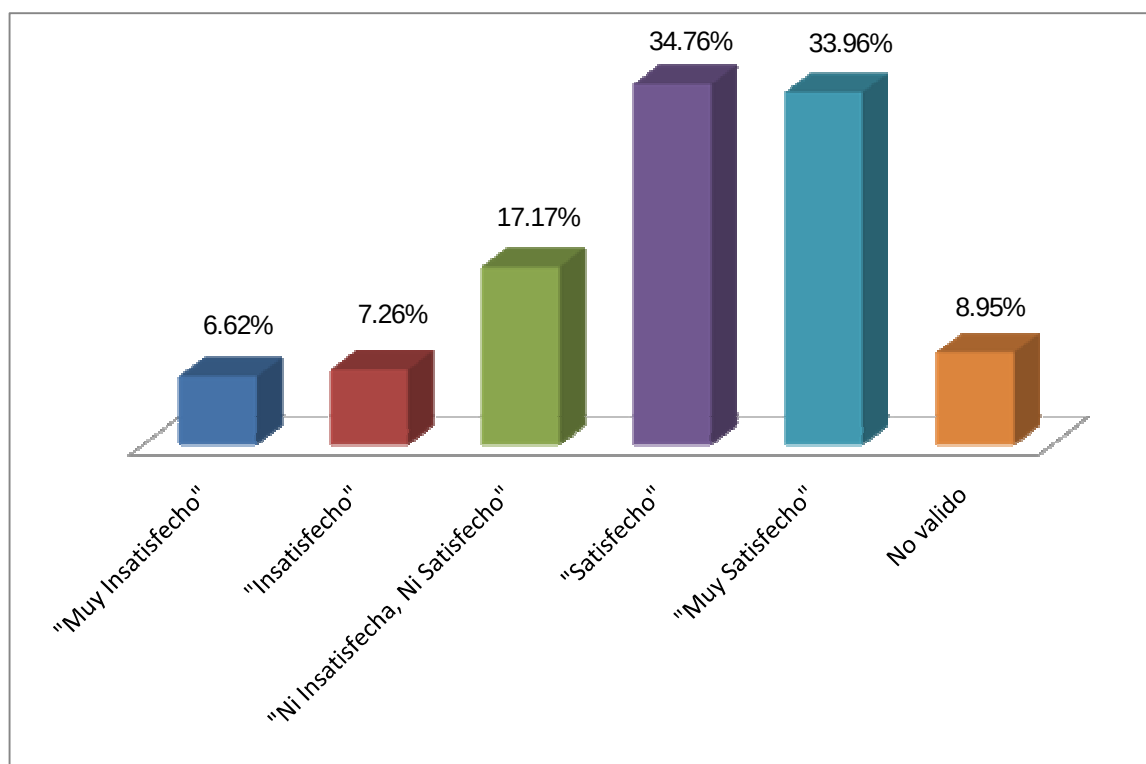
Tabla No. 7
Infraestructura física
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
27. Las aulas en las que recibe la docencia son cómodas, bien iluminadas y amplias.	"Muy Insatisfecho"	20	6.13%
	"Insatisfecho"	27	8.28%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	43	13.19%
	"Satisfecho"	89	27.30%
	"Muy Satisfecho"	147	45.09%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
28. El acceso físico y la seguridad del centro de capacitación son adecuados y manejados de manera efectiva.	"Muy Insatisfecho"	14	4.33%
	"Insatisfecho"	13	4.02%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	38	11.76%
	"Satisfecho"	113	34.98%
	"Muy Satisfecho"	145	44.89%
	No valido	3	0.92%
	Total	326	100.00%
29. Los baños del centro están limpios y con material gastable disponible.	"Muy Insatisfecho"	59	18.15%
	"Insatisfecho"	41	12.62%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	74	22.77%
	"Satisfecho"	77	23.69%
	"Muy Satisfecho"	74	22.77%
	No valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
30. El Centro de documentación tiene los materiales educativos disponibles para su curso.	"Muy Insatisfecho"	12	3.76%
	"Insatisfecho"	12	3.76%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	28	8.78%
	"Satisfecho"	140	43.89%
	"Muy Satisfecho"	127	39.81%
	No valido	7	2.15%
	Total	326	100.00%
31. Las oficinas y Centros de Formación del INFOTEP están bien ubicadas, es decir, son de fácil acceso para mí.	"Muy Insatisfecho"	7	2.15%
	"Insatisfecho"	8	2.46%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	25	7.69%
	"Satisfecho"	129	39.69%
	"Muy Satisfecho"	156	48.00%
	No valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
32. El área de recepción tiene una presentación y espacios adecuados.	"Muy Insatisfecho"	12	3.72%
	"Insatisfecho"	21	6.50%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	48	14.86%
	"Satisfecho"	134	41.49%
	"Muy Satisfecho"	108	33.44%
	No valido	3	0.92%
	Total	326	100.00%
33. El INFOTEP cuenta en sus talleres con maquinarias y equipos suficientes en buenas condiciones para el buen funcionamiento.	"Muy Insatisfecho"	11	3.37%
	"Insatisfecho"	15	4.60%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	41	12.58%
	"Satisfecho"	113	34.66%
	"Muy Satisfecho"	146	44.79%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%

34. En sentido general, el servicio de cafetería que se ofrece en el centro es adecuado.	"Muy Insatisfecho"	29	9.03%
	"Insatisfecho"	26	8.10%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	59	18.38%
	"Satisfecho"	117	36.45%
	"Muy Satisfecho"	90	28.04%
	No valido	5	1.53%
	Total	326	100.00%
35. El centro donde recibe el curso posee la cantidad de maquinarias y/o equipos adecuados para el desarrollo de la capacitación.	"Muy Insatisfecho"	8	2.45%
	"Insatisfecho"	14	4.29%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	47	14.42%
	"Satisfecho"	129	39.57%
	"Muy Satisfecho"	128	39.26%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
36. El centro donde recibe el curso posee instalaciones funcionales y confortables para el desarrollo de la capacitación.	"Muy Insatisfecho"	14	4.29%
	"Insatisfecho"	16	4.91%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	50	15.34%
	"Satisfecho"	135	41.41%
	"Muy Satisfecho"	111	34.05%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
37. El centro donde recibe el curso cuenta con un dispensario medico en caso de emergencia.	"Muy Insatisfecho"	30	9.40%
	"Insatisfecho"	27	8.46%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	65	20.38%
	"Satisfecho"	97	30.41%
	"Muy Satisfecho"	100	31.35%
	No valido	7	2.15%
	Total	326	100.00%
38. El centro donde recibe el curso tiene parqueos suficientes para la cantidad de estudiantes que van en vehículos.	"Muy Insatisfecho"	32	9.82%
	"Insatisfecho"	35	10.74%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"	63	19.33%
	"Satisfecho"	103	31.60%
	"Muy Satisfecho"	93	28.53%
	No valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		6.62%
	"Insatisfecho"		7.26%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"		17.17%
	"Satisfecho"		34.76%
	"Muy Satisfecho"		33.96%
	No valido		8.95%
	Total		99.77%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 7
Infraestructura física
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



El nivel de satisfacción de los participantes en relación a la Infraestructura muestra que el **34.76%** se encuentra satisfecho, el **17.17%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **7.26%** esta insatisfecho. La tabla muestra un punto importante y es que en sentido particular el **33.96%** se encuentra **"Muy Satisfecho"** lo que significa que este elemento puede ser aun mejor. Los ítems valorados fueron: comodidad en las aulas donde se recibe docencias, seguridad en el acceso físico a las instalaciones, limpieza en los baños, disponibilidad de los materiales del curso, ubicación de las oficinas y centros del INFOTEP, espacio del área de recepción, equipos suficientes en los talleres, servicio en la cafetería, dispensario medico adecuado, parqueo suficientes. También se muestra **8.95%** de respuestas no validas.

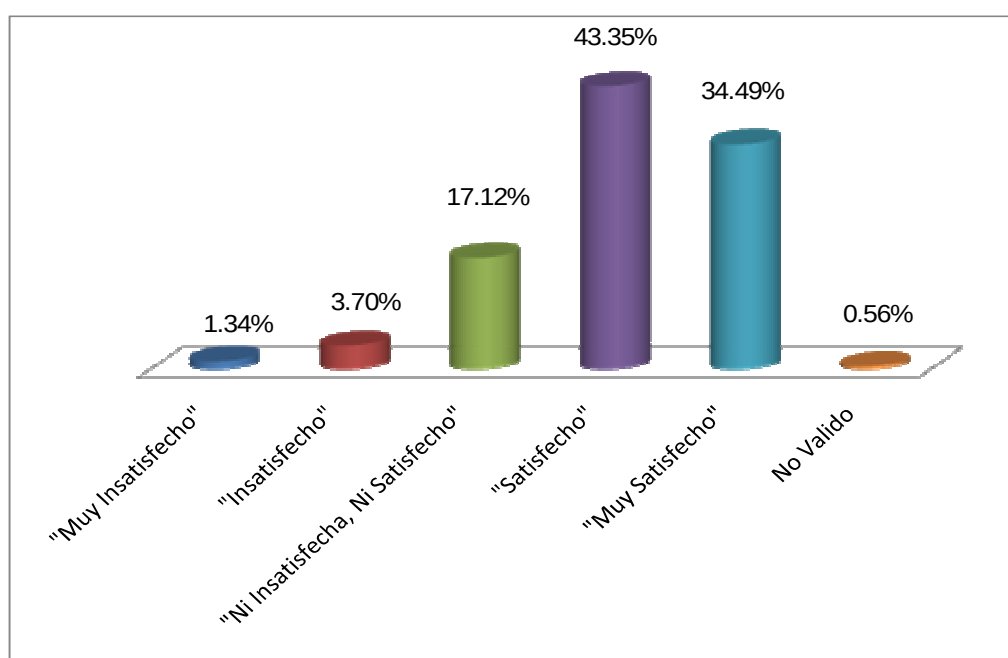
Tabla No. 8
Uso de la tecnología de la información y la comunicación (TICs)
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
39. ¿Cómo evalúa usted la eficiencia de las herramientas tecnológica (TICs) usada en el curso?	"Muy Insatisfecho"	6	1.84%
	"Insatisfecho"	13	3.99%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	78	23.93%
	"Satisfecho"	128	39.26%
	"Muy Satisfecho"	101	30.98%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
40. ¿Cómo evalúa usted la frecuencia en el uso de las herramientas tecnológica (TICs) usada en el curso? .	"Muy Insatisfecho"	7	2.17%
	"Insatisfecho"	17	5.26%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	54	16.72%
	"Satisfecho"	149	46.13%
	"Muy Satisfecho"	96	29.72%
	No Valido	3	0.92%
	Total	326	100.00%
41. ¿Cómo evalúa usted el manejo en el uso de las herramientas tecnológica (TICs) usada en el curso por parte del Instructor?	"Muy Insatisfecho"	2	0.62%
	"Insatisfecho"	11	3.38%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	36	11.08%
	"Satisfecho"	131	40.31%
	"Muy Satisfecho"	145	44.62%
	No Valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
42. ¿Cómo evalúa usted la disponibilidad del uso de las herramientas tecnológica (TICs) usada en el curso, por parte de los Estudiantes?	"Muy Insatisfecho"	4	1.23%
	"Insatisfecho"	10	3.08%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	58	17.85%
	"Satisfecho"	156	48.00%
	"Muy Satisfecho"	97	29.85%
	No Valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%
43. ¿En qué condiciones estaban los equipos con los cuales recibió las prácticas?	"Muy Insatisfecho"	5	1.56%
	"Insatisfecho"	10	3.12%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	58	18.07%
	"Satisfecho"	141	43.93%
	"Muy Satisfecho"	107	33.33%
	No Valido	5	1.53%
	Total	326	100.00%
44. En sentido General la capacitación que usted recibió mediante el uso de las (TICs) en el curso, según su criterio fue:	"Muy Insatisfecho"	2	0.62%
	"Insatisfecho"	11	3.38%
	"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	49	15.08%
	"Satisfecho"	138	42.46%
	"Muy Satisfecho"	125	38.46%
	No Valido	1	0.31%
	Total	326	100.00%

TOTAL CONGLOMERADO	"Muy Insatisfecho"		1.34%
	"Insatisfecho"		3.70%
	"Ni Insatisfecho, Ni Satisfecho"		17.12%
	"Satisfecho"		43.35%
	"Muy Satisfecho"		34.49%
	No Valido		0.56%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 8
Uso de la tecnología de la información y la comunicación (TICs)
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



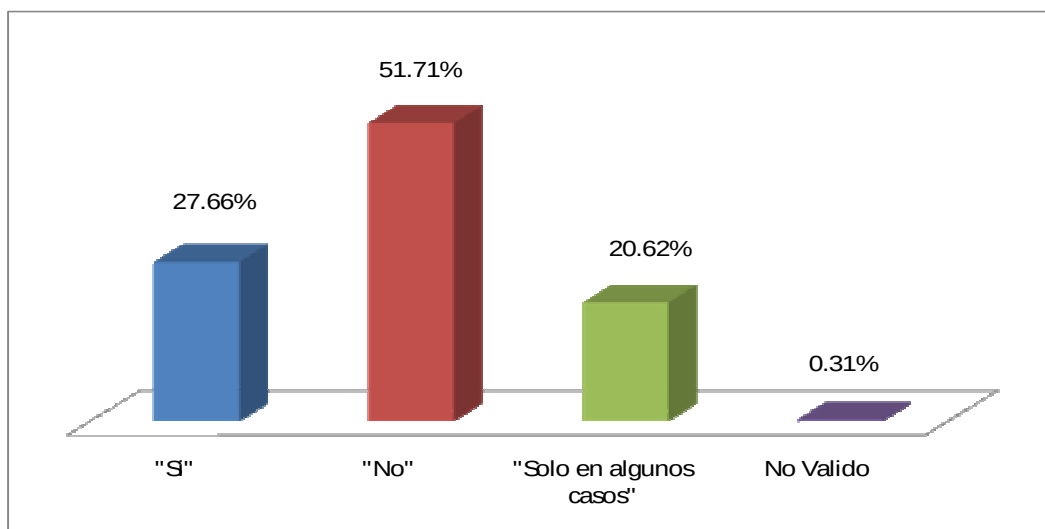
El nivel de satisfacción de los participantes en relación al Uso de la tecnología de la información y la comunicación muestra que el **43.35%** se encuentra satisfecho, el **17.12%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **5.04%** esta insatisfecho. La tabla muestra un punto importante y es que en sentido particular el **34.49%** se encuentra **"Muy Satisfecho"** lo que significa que este elemento puede ser aun mejor. Los ítems valorados fueron: eficiencia de las herramientas TICs usada en el curso, frecuencia en el uso de las herramientas TICs, manejo de las herramientas TICs de parte del docente, disponibilidad de las herramientas TICs por parte de los participantes. También se muestra **0.56%** de respuestas no validas.

Tabla No. 9
Uso del Internet
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Preguntas	Niveles de Satisfacción	Recuento	%
45. ¿Tiene en el curso el instructor acceso al Internet?	"Si"	120	36.81%
	"No"	145	44.48%
	"Sólo en algunos casos"	61	18.71%
	No Valido	0	0.00%
	Total	326	100.00%
46. ¿Utiliza el instructor el uso del Internet para mantener un contacto directo con sus estudiantes? .	"Si"	60	18.52%
	"No"	191	58.95%
	"Sólo en algunos casos"	73	22.53%
	No Valido	2	0.61%
	Total	326	100.00%
TOTAL CONGLOMERADO	"Si"		27.66%
	"No"		51.71%
	"Sólo en algunos casos"		20.62%
	No Valido		0.31%
	Total		100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Gráfico No. 9
Uso del Internet
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



El nivel de satisfacción de los participantes en relación a Otras preguntas en el uso de las tecnología de la información y la comunicación muestra que el **27.66%** se encuentra totalmente convencido, el **20.62%** sólo en algunos casos y el **51.71%** esta en total desacuerdo.

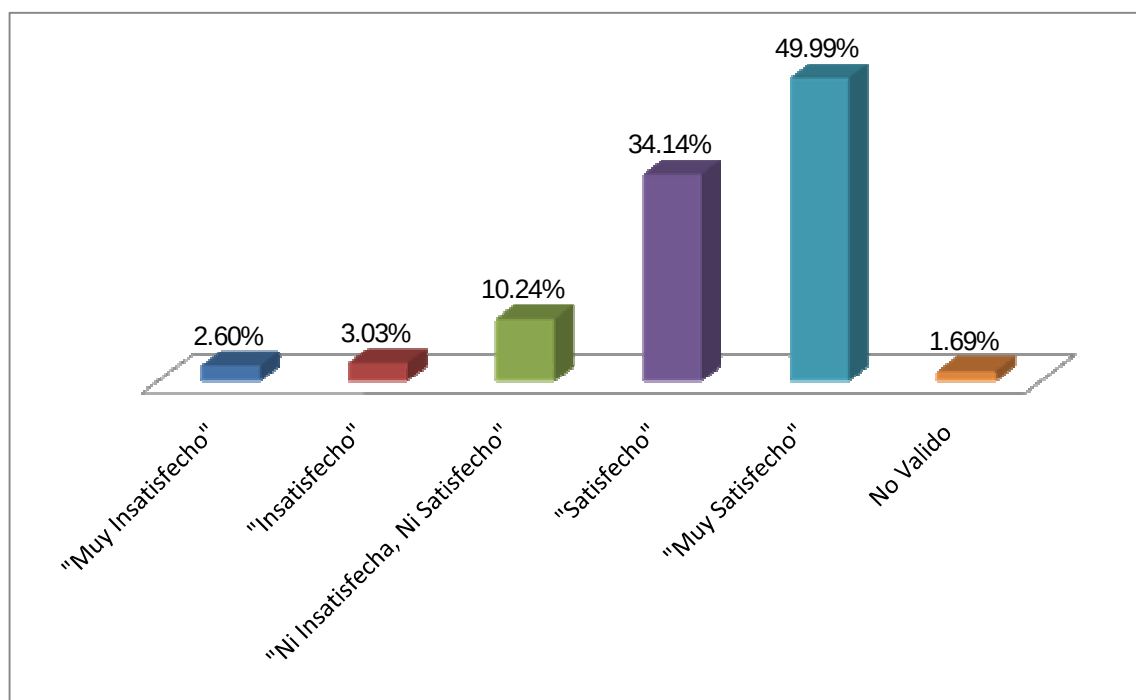
La tabla muestra un punto importante y es que **51.71%** de los participantes encuestados respondieron que no a las preguntas del caso, lo que significa que es un buen punto a ser mejorado. Los ítems valorados fueron: tiene el instructor acceso de Internet en el curso, usa el instructor el Internet para mantener contacto con los participantes. También se muestra **0.31%** de respuestas no validas.

Tabla No. 10
Nivel de Satisfacción
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009

Nivel de satisfaccion	%
"Muy Insatisfecho"	2.60%
"Insatisfecho"	3.03%
"Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho"	10.24%
"Satisfecho"	34.14%
"Muy Satisfecho"	49.99%
No Valido	1.69%
Total	100.00%

Fuente: Datos estadísticos mediante aplicación de cuestionario a los participantes, ver muestra en anexo.

Grafico No. 10
Nivel de Satisfacción
Participantes de las acciones formativas Habilitación y Complementación
Gerencia Regional Central
Año 2009



El nivel de satisfacción de los participantes en relación al total general por conglomerado muestra que el **34.14%** se encuentra satisfecho, el **10.24%** se encuentra en un punto neutral ni satisfecho ni insatisfecho y sólo el **5.63%** esta insatisfecho lo que implica altos niveles de satisfacción en este aspecto estando muy satisfecho el **49.99%** de los entrevistados. Los ítems valorados fueron los totales de cada conglomerado. También se muestra **1.69%** de respuestas no validas.

CONCLUSIONES

Los sistemas de gestión empresarial han cambiado. La creciente competitividad y globalización de los mercados hace que cada vez sea más importante que las empresas o instituciones presten a sus clientes la atención que requieren y lo conviertan en los protagonistas y, principales elementos de referencia a la hora de orientar el rumbo y funcionamiento de la organización.

Ya no es suficiente con complacer a nuestros clientes, sino que debemos satisfacer de manera óptima sus expectativas (lo que el cliente espera de nuestra organización, de nuestros productos y/o servicios) y por tanto este debe ser nuestro objetivo prioritario.

Un cliente satisfecho es un cliente potencial y por tanto nos va a seguir demandando en el tiempo nuestros productos y nuestros servicios y va a influir positivamente en la captación de nuevos clientes. En cambio si a un cliente no lo tenemos contento se convertirá en un blanco perfecto para la competencia y tenderá a desaparecer.

En tal sentido concluimos que la satisfacción de los clientes debe ser parte del proceso de mejora continua que toda empresa u organización deberá enfrentar de cara al siglo **XXI** donde la globalización ha convertido el mundo en una aldea eliminando las barreras de los idiomas, culturas, religión, etc, mediante tratados de libre comercio e intercambio de informaciones.

1. Según los datos estadísticos de la investigación con relación a Recepción del cliente existe un panorama muy favorable para la Institución ya que sumando las variables “satisfechos y muy satisfechos” haciende a un total de un **86.5%** de los encuestados lo que significa que este proceso se esta llevando a cabo eficientemente. Sin embargo excite un **7.67%** de personas que se encuentra en un punto intermedio ósea “Ni Insatisfecha, Ni Satisfecho” lo que representa una variable importante para el proceso de calidad y mejora continua.

2. La competitividad es un elemento fundamental en el desarrollo de las organización y así lo demuestra los datos estadísticos de la investigación donde **89.47%** de los encuestados consideran estar satisfecho con este elemento tan importante para su aprendizaje.

3. Como se muestra en los datos estadísticos la función del Instructo esta siendo muy bien valoradas por lo encuestados ya que se refleja un **92.60%** de satisfacción con relación al conglomerado.

4. Para que exista un correlación entre el emisor y el recepto es fundamental que la comunicación sea efectiva, en tal sentido queda evidenciado según los datos estadísticos que el **77.88%** esta satisfecho con el servicio.

Es importante señalar que el **14.20%** se encuentra “ni satisfecho ni insatisfecho” por lo cual se hace necesario aplicar elementos que mejoren aun mas este proceso.

5. La fidelidad del cliente se logra cuando este ve satisfecha sus necesidades y expectativas, así lo demuestran los datos estadísticos donde el **95.59%** se encuentra satisfecho.

6. Según los datos estadísticos el **80.92%** se encuentra satisfecho con la ayuda que la Institución le proporciona al participante no sólo en el proceso de aprendizaje sino también en la colocación en un puesto de trabajo en las empresas.

Es importante mencionar que **13.99%** no esta “ni satisfecho ni insatisfecho” lo que significa un punto importante para el proceso de mejora continua.

7. Como se muestra en los datos estadístico existen un **72.10%** de satisfacción con los elementos que se ofrecen en la Infraestructura física, pero es importante mencionar que **14.96%** se encuentra neutral “ni satisfecho ni insatisfecho” y aun peor el **12.95%** se encuentra “insatisfecho y muy insatisfecho” lo que viéndolo de manera particular refleja una debilidad que requiere mucha atención.

8. La información es el activo mas importante con que cuentan las organizaciones, así lo demuestran los datos estadísticos donde el **77.84%** esta satisfecho con el servicios brindado por las herramientas tecnológicas.

Un elemento a ser mejorado es que **17.12%** se encuentra en un punto neutral “ni satisfecho ni insatisfecho”.

9. En la actualidad el Internet es una herramienta indispensable en el desarrollo de las organizaciones y del individuo en particular. Según los datos estadísticos **51.71%** coinciden en que el Instructor y ellos en particular no tienen este recurso disponible en el horario de clase, así como también fuera de las aulas.

10. En sentido general según los datos estadísticos el **83.81%** se encuentra satisfecho con los servicios recibidos en el proceso de aprendizaje con relación a las modalidades Habilitación y Complementación.

Es importante que la Institución INFOTEP le ponga mucha atención al **10.24%** de personas que están “ni satisfecho ni insatisfecho” por considerarlo muy elevado lo cual puede ser tomado como marco de referencia en el proceso de calidad y mejora continua.

RECOMENDACIONES

Dada la situación expuesta en las conclusiones y para salvaguardarse de todas ellas, exhortamos a las autoridades del INFOTEP sean tomadas en cuenta las siguientes recomendaciones, a pesar de que el nivel de satisfacción arrojado por este estudio son favorable en sentido general:

Según la investigación y así lo demuestran los datos estadísticos aunque reflejan resultados positivos para la Institución no es menos cierto que deben ser mejorada para mantener el crecimiento Institucional y la mejora continua.

La comunicación entre la Institución y los participantes debe ser mejorada para la cual recomendamos una campaña publicitaria de afiches, murales, anuncios en la paginas Web Institucional de los nuevos proyectos que afectan de forma directa el aprendizajes de los participantes. Así como también un mayor acercamiento del personal administrativo, docentes, encargados de talleres, etc, a los participantes y al público en general que visitan las instalaciones del INFOTEP en la Gerencia Regional Central.

Esto contribuirá a posicionar la Institución en un sitio aun más importante del que ya ha ganado durante los 28 años de existencias en la que ha capacitado miles de personas que de una forma u otra se han insertados en el mercado laboral de nuestro país.

Es necesario que la Institución desarrolle un proyecto tecnológico que permita tener Internet inalámbrico (**WiFi**) en todo el perímetro que corresponda al área de los talleres, esparcimiento y cafetería de la Gerencia Regional Central para proporcionar a los participantes esta herramienta tan importante hoy en día para el desarrollo de las personas.

Es recomendable que dicha red **(WiFi)** se autentique mediante el acceso del número de participante así como también de una clave con mínimos de ochos caracteres lo que permitirá una mayor seguridad de que este recurso sólo estará disponible a los participantes del INFOTEP en la Gerencia Regional Central.

Es necesario que la Institución preste mucha atención en la actualización de los docentes en el área tecnológica, esto permitirá que haya una mayor eficiencia en el proceso enseñanza aprendizaje.

En sentido general se debe continuar desarrollado modelos de mejoras continua sobre todos para los aspectos que de una forma u otra intervienen en el proceso enseñanza aprendizaje de los participantes lo que permitirá que la Institución siga manteniéndose como líder en la capacitación técnica profesional en República Dominicana.

ANEXOS

ANTEPROYECTO APROBADO

I. Introducción

II. Formulación del Problema

2.1. Definición del problema

2.2. Planteamiento del problema

2.3. Formulación y sistematización del problema de investigación

2.4. Justificación de la investigación

III. Objetivos de la investigación

3.1. Objetivo general

3.2. Objetivos específicos

IV. Marco metodológico

4.1. Tipo de estudio

4.2. Métodos y diseños de investigación

4.3. Población y muestra

4.4. Fuentes y técnicas para la recolección de información

4.5. Tratamiento de la información

4.5.1. Técnicas estadísticas

V. Marco conceptual

5.1. INFOTEP

5.1.1. Misión, Visión y Valores

5.1.2. Objetivos

5.1.3. Centros fijos propios del INFOTEP

5.1.4. Aprendizaje contractual

5.1.5. Organización y administración

5.2. Marco histórico

5.2.1. Antecedentes de la Formación Habilitación y Complementación

5.2.2. Aspectos generales de la Modalidad de Habilitación y Complementación

5.3. Sistema de gestión de calidad

5.4. Satisfacción de los clientes

5.5. Calidad en lo procesos

5.6. Calidad en los servicios

VI. Descripción y análisis de los resultados

VII. Conclusiones

VII. Recomendaciones

VIII. Bibliografía

Actividades	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Arqueo bibliográfico/investigación	-----	-----	-----	
Elaboración del marco teórico		-----	-----	
Elaboración del cuestionario		-----		
Prueba del cuestionario		-----		
Selección de la muestra		-----		
Realización de las entrevistas		-----		
Plan de tabulación		-----	-----	
Tabulación y codificación		-----	-----	
Análisis de datos			-----	
Redacción del borrador			-----	
Revisión del manuscrito			-----	
Presentación del Informe				-----

El INFOTEP

El Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) es el organismo rector del Sistema Nacional de Formación Profesional para el trabajo productivo. Tiene como función fundamental la capacitación de los recursos humanos del sector productivo nacional, asesorar las empresas y regular la formación técnico profesional a nivel nacional.

El INFOTEP es una organización autónoma, investida de personería jurídica, de carácter no lucrativo y patrimonio propio, creada mediante la Ley 116, del 16 de enero del 1980 normada y regulado por el Reglamento No.1894, del 11 de agosto del mismo año. Para su dirección cuenta con una Junta de Directores de estructura tripartita, integrada por los sectores: oficial, empresarial y laboral, administrada por una Dirección General.

Como Institución sin fines de lucro, el INFOTEP se financia mediante las fuentes consignadas en el artículo 24, de su ley de creación, las cuales corresponden al 1% de los salarios pagados mensualmente por las empresas con fines lucrativos y al 0.5% deducible de las ganancias anuales que los empleados reciben de la empresa, así como una partida legal por parte del Estado.⁹

Para realizar los pagos, los empresarios deben dirigirse a la colecturía de impuestos internos más cercana y completar el formulario de declaración jurada para la liquidación de aportes. Los cheques certificados y dinero en efectivo deberán expedirse a nombre del Colector de Impuestos Internos.

⁹ www.infotep.gov.do

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión:

- Liderar, coordinar e impulsar el Sistema Nacional de Formación Profesional para el Trabajo Productivo, concentrando sus esfuerzos en asesorar al Estado, promover, formar y certificar los recursos humanos, auspiciar la promoción social del trabajador y asesorar a las empresas para satisfacer las necesidades de capacitación de los agentes económicos, garantizando una oferta ajustada a los requerimientos de los clientes y relacionados.

Visión:

- Ser la organización modelo de la Formación Técnico Profesional, sustentada en valores, que responda con efectividad a los requerimientos de la sociedad, al desarrollo integral de las empresas y a la promoción social de los trabajadores.

Los valores institucionales son:

- **Liderazgo:** Se esfuerza en fomentar la lealtad de los clientes, inspirar confianza y credibilidad asumiendo retos proactivamente y conduciendo el accionar de la Institución hacia el mejoramiento del personal y del entorno.
- **Compromiso:** Están comprometidos con el desarrollo humano de nuestro personal, para que se apropie del quehacer de la Institución con suficientes habilidades y conocimientos para el cumplimiento efectivo de su labor.
- **Proactividad:** Mantienen una actitud dinámica, diligente, optimista, perseverante y anticipada para satisfacer y superar las expectativas de nuestros clientes.
- **Equidad:** Propician la igualdad de oportunidades para nuestros clientes internos y externos a fin de eliminar progresivamente las desigualdades por las

condiciones económicas, políticas, religiosas, sociales, económicas y de género.

- **La Calidad:** Realizan su laborar con esmero, eficiencia, eficacia, respeto y amabilidad, para mantener siempre una imagen positiva de la Institución ante la sociedad, a través del mejoramiento permanente de los métodos y sistemas de trabajo y la adquisición de una forma corporativa de pensamiento proactivo, superando las expectativas de los usuarios de nuestros servicios.
- **Integridad:** Se manejan con responsabilidad, honradez, transparencia y confiabilidad los recursos y bienes de que disponemos, para merecer el respeto de los clientes y relacionados.

Objetivos

El INFOTEP es un organismo destinado a coordinar y normar todos los esfuerzos dirigidos a preparar mano de obra para satisfacer las necesidades productivas nacionales.

Tiene como objetivos generales:

- 1) Establecer métodos y programas de preparación de la mano de obra en todos los niveles ocupacionales, con miras a aumentar la productividad y contribuir a resolver los problemas nacionales de empleo y subempleo.
- 2) Actuar como organismo oficial de formación y capacitación profesional, y de certificación de la aptitud de los trabajadores para el desempeño de una ocupación y, sin interferir con las labores similares que realicen otros organismos públicos, organizar todas sus actividades en colaboración con los sectores productivos industrial, agrícola y comercial, públicos y privados,

propiciando a la vez el incremento del producto bruto nacional y la promoción social y profesional de los trabajadores.

- 3) Funcionar como órgano consultivo del Gobierno, de los empleadores y los trabajadores en asuntos relacionados con la formación de la mano de obra nacional, lo que implica que el INFOTEP será reconocido como una Institución de beneficio social, interés nacional y utilidad pública.

Las actividades del INFOTEP son las siguientes:¹⁰

1. Con relación a la capacitación de los recursos humanos:

- a) Programas de capacitación con énfasis en la formación profesional acelerada de acuerdo a un orden de prioridades, para capacitar fundamentalmente a los trabajadores de nivel primario y en especial a aquellos que carecen de ocupación.
- b) Programas sobre seguridad e higiene del trabajo.
- c) Programas de rehabilitación profesional.

2. Con relación a las empresas:

- a) Programa de capacitación dentro de las empresas voluntariamente concertados entre el Instituto y la dirección de la empresa que prestará su colaboración.
- b) Programas de asesoría técnica, particularmente sobre administración, organización científica de trabajo, investigaciones relacionadas con la productividad y aplicación de pruebas de aptitud. Dicha asesoría podrá ser

¹⁰ www.infotep.gov.do

llevada a cabo por el Instituto mediante contrato con expertos nacionales o extranjeros a solicitud de las empresas.

3. ***Con relación al aprendizaje:*** Realizar dentro de la Ley, en todo el territorio nacional, el aprendizaje metódico y completo de los adolescentes durante períodos permanentes fijados en el reglamento interno del Instituto, tanto en centros de formación como principalmente dentro de las empresas y contando con su anuencia, cuando se esté instalando, equipando, operando o dando ayuda técnica y financiera a los centros necesarios.
4. ***Con relación a la seguridad e higiene laborales:*** Enseñar los principios y adiestrar en las técnicas de la prevención de accidentes a los trabajadores y a los empleadores, efectuando esta labor tanto fuera como dentro de las empresas, en todos los sectores de la economía, en colaboración con cualquier institución interesada en este campo.
5. ***Con relación al nivel ocupacional medio:*** Organizar y desarrollar carreras técnicas cortas en los diferentes sectores de la economía, quedando facultado el Instituto para otorgar títulos, diplomas o certificados con plena validez legal.
6. ***Con relación a su propio personal:*** Organizar labores, suministrar entrenamiento, promover becas y llevar a cabo toda otra actividad necesaria para formarlo al más alto grado a fin de permitirle el correcto desempeño de sus funciones y tareas específicas descritas en el Reglamento del Instituto.

Para dar cumplimiento a lo anterior, el INFOTEP incluirá, entre otros programas y modalidades, los siguientes:

1. Formación de centros fijos propios del Instituto.
2. Formación de cursos móviles.
3. Formación de centros colaboradores en instituciones públicas o privadas.
4. Formación de jóvenes dentro de las empresas, mediante contratos laborales de aprendizaje.
5. Formación de adultos dentro de las empresas, mediante cursos acordados.

Aprendizaje Contractual

Previo cumplimiento de las leyes de trabajo, y de acuerdo con lo dispuesto en el Capítulo VII de este Reglamento, se autoriza a las empresas la contratación de jóvenes que no hayan cumplido la edad laboral, con contratos laborales de aprendizaje.

El INFOTEP, como institución técnica de formación profesional de trabajadores, establecerá los tipos de ocupaciones que pueden ser objeto de aprendizaje mediante contrato y dictará las normas que deberán seguir las empresas que contraten aprendices para garantizar la calificación profesional de los menores contratados al cumplir su edad laboral.

El INFOTEP organizará cursos de Complementación tecnológica y cultural, para los menores que estén laborando contratos de aprendizaje, evaluando el avance profesional de los aprendices en su ocupación y certificando su nivel de calificación al finalizar su aprendizaje e integrarse al mercado laboral.

Así como también, informará a las autoridades de trabajo de cuantas circunstancias anormales se produzcan en el desarrollo de los contratos de aprendizaje.

Organización y Administración

Para cumplir con su misión, visión, objetivos y actividades el INFOTEP, se rige por los siguientes reglamentos:

- El reglamento de Funcionamiento tendrá en cuenta los principios siguientes en la Organización del Instituto:
 - Unidad de mando.
 - Adecuada delegación de autoridad y responsabilidad, sin que ello signifique disminución de la responsabilidad del Superior Jerárquico.
 - Máximo rendimiento mediante previo planeamiento de las labores.
 - Garantía y seguridad del personal.
 - Estricta exigencia del cumplimiento de los deberes y funciones.
 - Máxima utilización de un plan racional y adecuado de remuneración que permita la obtención del personal idóneo especializado.

De la organización de la instrucción:

El INFOTEP, prestará especial atención al aprendizaje. Este programa de aprendizaje se basa en una actividad global dirigida a determinada ocupación, la cual se compone de cursos con una duración de 6 a 24 meses, los cuales serán llevados a cabo, ya sea en colaboración con un empleador o empresa, con otra entidad estatal o privada y siempre bajo la supervisión del INFOTEP.

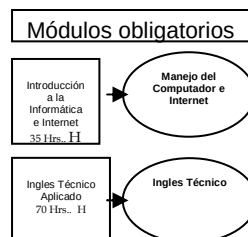
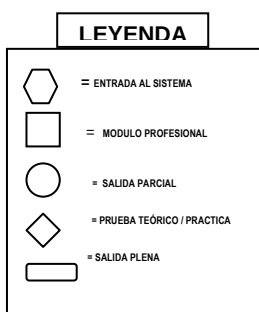
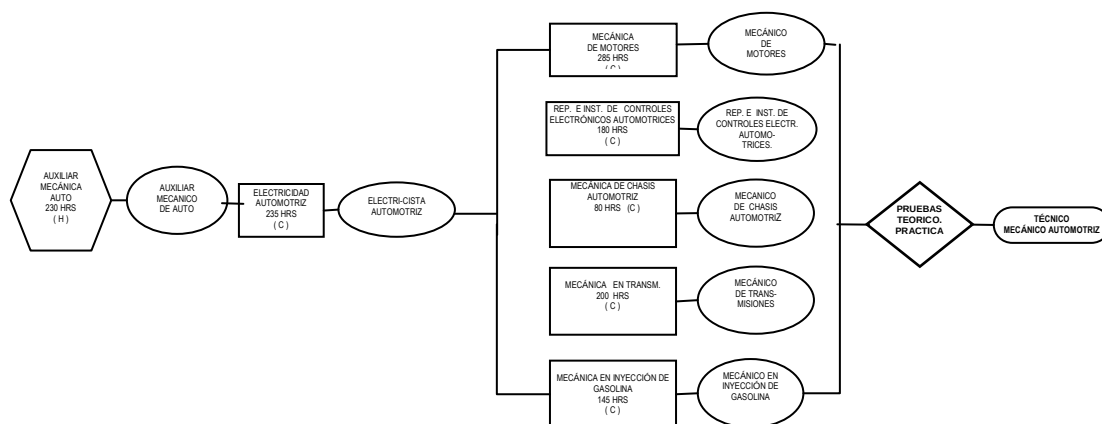
Toda acción de formación profesional correlacionada con el aprendizaje deberá incluir, entre otros, los siguientes elementos: selección y orientación de los candidatos; capacitación básica y funcional, cultura general, conocimientos tecnológicos; formación practica; nociones generales sobre legislación laboral, seguridad e higiene en el trabajo; seguimiento de la acción de aprendizaje y el registro y control de las normas establecidas.

El contenido del aprendizaje incluye las operaciones prácticas, la enseñanza teórica y la instrucción relacionada a la misma, así como el tiempo de dedicación a cada etapa de formación, las cuales serán fijadas por el INFOTEP.

El departamento de Formación Profesional y Aprendizaje del INFOTEP, elaborará los reglamentos para el aprendizaje realizado directamente en las empresas y deberán ser sometidos por la Dirección General de la institución a la Junta de Directores para fines de aprobación.

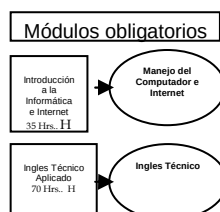
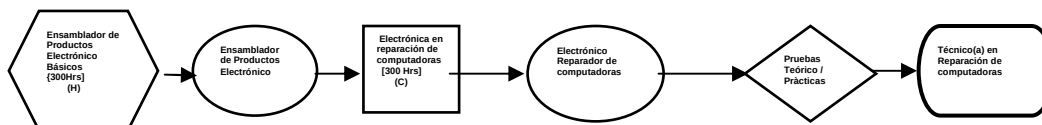
ITINERARIOS DE FORMACIÓN PROGRAMAS TRADICIONALES PROGRAMAS POR COMPETENCIA LABORAL

INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL
ITINERARIO DE FORMACIÓN MECÁNICA AUTOMOTRIZ (FBC)
SALIDA : **TÉCNICO (A) MECÁNICO AUTOMOTRIZ**



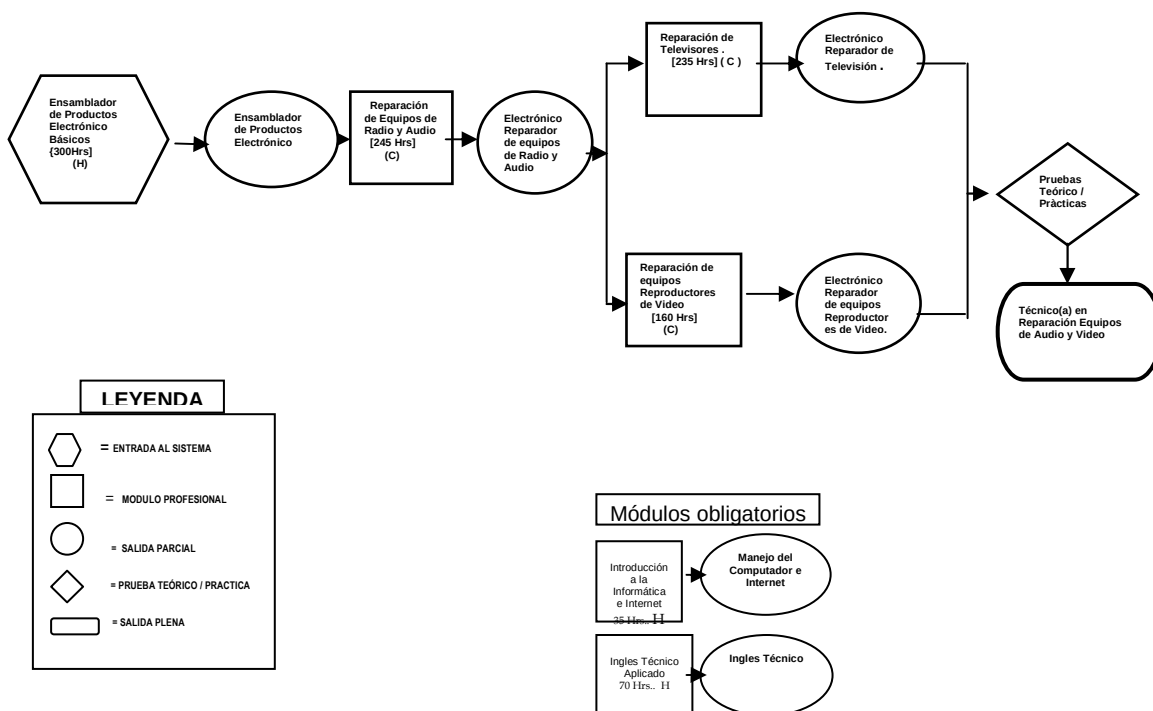
Fuente: Departamento Desarrollo y Vinculación Curricular.

INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL
 ITINERARIO DE FORMACIÓN MANTENIMIENTO ELECTRÓNICO
SALIDA PLENA TÉCNICO (A) EN REPARACIÓN DE COMPUTADORAS



Fuente: Departamento Desarrollo y Vinculación Curricular.

INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL
 ITINERARIO DE FORMACIÓN MANT. ELECTRÓNICO
 SALIDA PLENA: **TÉCNICO (A) EQUIPOS DE AUDIO Y VIDEO**



Fuente: Departamento Desarrollo y Vinculación Curricular.

INSTITUTO NACIONAL DE FORMACION TECNICO PROFESIONAL							
INFOTEP							
DATOS ESTADISTICO PARTICIPANTES TERMINADOS							
AÑO	GERENCIA REGIONAL	MODALIDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL PART.	CANT_HORA	TOTAL CURSO
2007	Gerencia Regional Este	Habilitacion	15	10	25	280	2
	Gerencia Regional Sur	Complementacion	1,557	4,205	5,762	53,625	362
		Habilitacion	2,734	6,327	9,061	93,457	512
	DELEGACION SUR	Complementacion	977	71	1,048	9,275	69
		Habilitacion	658	80	738	6,429	41
	DELEGACION NORDESTE	Complementacion	4,960	4,903	9,863	99,487	613
		Habilitacion	6,010	13,640	19,650	184,149	1,139
	TOTAL AÑO:		16,911	29,236	46,147	446,702	2,738
2008	Regional Central	Habilitacion	4	10	14	120	1
	Gerencia Regional Sur	Complementacion	1,526	3,174	4,700	46,286	283
		Habilitacion	3,184	7,314	10,498	95,211	579
	DELEGACION SUR	Complementacion	32	267	299	3,280	23
		Habilitacion	120	129	249	2,629	15
	DELEGACION NORDESTE	Complementacion	4,848	4,927	9,775	108,562	604
		Habilitacion	8,513	18,234	26,747	240,267	1,529
	TOTAL AÑO:		18,227	34,055	52,282	496,355	3,034
2009	Regional Central	Complementacion	8	13	21	120	2
		Habilitacion	6	10	16	240	2
	Gerencia Regional Sur	Complementacion	160	565	725	6,809	44
		Habilitacion	1,195	2,049	3,244	25,621	176
	DELEGACION SUR	Complementacion	10	3	13	125	1
		Habilitacion	31	17	48	392	3
	DELEGACION NORDESTE	Complementacion	1,330	1,022	2,352	24,942	146
		Habilitacion	2,184	3,880	6,064	48,290	350
TOTAL AÑO:			4,924	7,559	12,483	106,539	724
TOTAL GENERAL:			40,062	70,850	110,912	1,049,596	6,496

Fuente: Datos estadísticos de los participantes que han terminado acciones formativas en las modalidades habilitación y complementación Gerencia Regional Central durante los años 2007, 2008 y 2009.

UNIVERSIDAD APEC



Estudio de Satisfacción Externa 2009: Participantes

I. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

CUESTIONARIO NO.

NOMBRE DEL CURSO: _____

MODALIDAD: HABILITACION _____ COMPLEMENTACION _____

II. SATISFACCION DEL CLIENTE (PARTICIPANTE)

La valoración de las respuestas va desde uno (1) hasta cinco (5). Favor marcar un número por pregunta, teniendo presente que "1" indica que está **Muy en Desacuerdo**, "2" **En Desacuerdo**, "3" **Ni de Acuerdo, ni en Desacuerdo**, "4" **De Acuerdo**, "5" **Muy de Acuerdo**.

(1) Muy en Desacuerdo	(2) En Desacuerdo	(3) Ni de Acuerdo, ni en Desacuerdo	(4) De Acuerdo	(5) Muy de Acuerdo	
RECEPCION DEL CLIENTE					
1. El trato recibido por usted al solicitar información por primera vez sobre la acción formativa que está cursando, lo valora positivo.	1	2	3	4	5
2. La persona que le brindó las informaciones sobre la acción formativa (el curso) posee dominio del tema.	1	2	3	4	5
COMPETITIVIDAD					
3. El INFOTEP le brinda servicios de capacitación que le facilitan su inserción en el mercado laboral nacional.	1	2	3	4	5
4. El INFOTEP regularmente le pregunta sobre la calidad y utilidad de la formación profesional que recibe.	1	2	3	4	5
5. Siente que está recibiendo la formación profesional que necesita para ser competitivo.	1	2	3	4	5
6. El INFOTEP mejora sus servicios de formación técnico profesional periódicamente.	1	2	3	4	5
7. Los programas de capacitación que recibe responden a las necesidades del mercado de trabajo.	1	2	3	4	5
INSTRUCTOR					
8. El personal del INFOTEP vinculado a la docencia le ofrece buena atención e información y le brinda las informaciones requeridas.	1	2	3	4	5
9. El o los instructor (es) que le imparte (n) la acción formativa (el curso) cumplen con las horas de clases establecidas y puntualidad.	1	2	3	4	5
10. El instructor del curso cumple con los objetivos y contenidos del programa de formación.	1	2	3	4	5
11. El instructor del curso que usted recibe actualmente muestra dominio de los contenidos del programa del curso que imparte y está actualizado en el área.	1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN					
12. Existe una buena comunicación en el aula-taller donde recibe la capacitación.	1	2	3	4	5
13. El personal conoce lo que acontece en el INFOTEP y lo da a conocer.	1	2	3	4	5
14. Tiene una buena comunicación con su instructor y puede manejar cualquier conflicto que se le presente.	1	2	3	4	5
15. Las autoridades del centro de formación le preguntan si lo que está aprendiendo responde a las prioridades técnicas esperadas.	1	2	3	4	5
16. Tiene fácil acceso a las autoridades del centro de formación en caso de que se me presente una situación en que así lo requiera.	1	2	3	4	5

17. Las autoridades del centro de formación le preguntan si la metodología de aprendizaje y programas de formación satisfacen sus expectativas de formación profesional.	1	2	3	4	5
FIDELIDAD DEL CLIENTE					
18. Le recomendaría a sus amigos los cursos que ofrece el INFOTEP.	1	2	3	4	5
19. Seguiré capacitándome en el INFOTEP.	1	2	3	4	5
20. Usted se siente orgulloso de pertenecer a la familia de formación profesional del INFOTEP.	1	2	3	4	5
AYUDA DEL INFOTEP					
21. Se siente satisfecho con el centro de formación en cuanto a la orientación que recibe al momento de ser seleccionado para el curso o carrera que realiza.	1	2	3	4	5
22. Al iniciar el curso recibió orientación adecuada por parte de los asesores del INFOTEP.	1	2	3	4	5
23. Se siente satisfecho en cuanto al servicio que usted recibe de apoyo a búsqueda de empleo.	1	2	3	4	5
24. Cómo usted se siente en cuanto a la motivación y orientación que recibe del Centro en la gestión para crear su propia empresa.	1	2	3	4	5
25. La capacitación recibida en el INFOTEP le ha facilitado encontrar empleo.	1	2	3	4	5
26. La formación recibida en el INFOTEP ha contribuido a mejorar su calidad de vida.	1	2	3	4	5
INFRAESTRUCTURA FISICA					
27. Las aulas en las que recibe la docencia son cómodas, bien iluminadas y amplias.	1	2	3	4	5
28. El acceso físico y la seguridad del centro de capacitación son adecuados y manejados de manera efectiva.	1	2	3	4	5
29. Los baños del centro están limpios y con material gastable disponible.	1	2	3	4	5
30. El Centro de documentación tiene los materiales educativos disponibles para su curso.	1	2	3	4	5
31. Las oficinas y Centros de Formación del INFOTEP están bien ubicadas, es decir, son de fácil acceso para mí.	1	2	3	4	5
32. El área de recepción tiene una presentación y espacios adecuados.	1	2	3	4	5
33. El INFOTEP cuenta en sus talleres con maquinarias y equipos suficientes en buenas condiciones para el buen funcionamiento.	1	2	3	4	5
34. En sentido general, el servicio de cafetería que se ofrece en el centro es adecuado.	1	2	3	4	5
35. El centro donde recibe el curso posee la cantidad de maquinarias y/o equipos adecuados para el desarrollo de la capacitación.	1	2	3	4	5
36. El centro donde recibe el curso posee instalaciones funcionales y confortables para el desarrollo de la capacitación.	1	2	3	4	5
37. El centro donde recibe el curso cuenta con un dispensario medico en caso de emergencia.	1	2	3	4	5
38. El centro donde recibe el curso tiene parqueos suficientes para la cantidad de estudiantes que van en vehículos.	1	2	3	4	5

La valoración de las respuestas va desde uno (1) hasta cinco (5). Favor marcar un número por pregunta, teniendo presente que "1" indica que está **Muy Mala**, "2" **Mala**, "3" **Regular**, "4" **Buena**, "5" **Muy Buena**.

(1) Muy Mala	(2) Mala	(3) Regular	(4) Buena	(5) Muy Buena	
USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TICS)					
39. ¿Cómo evalúa usted la eficiencia de las herramientas tecnológica (TICS) usada en el curso?	1	2	3	4	5
40. ¿Cómo evalúa usted la frecuencia en el uso de las herramientas tecnológica (TICS) usada en el curso?	1	2	3	4	5
41. ¿Cómo evalúa usted el manejo en el uso de las herramientas tecnológica (TICS) usada en el curso por parte del Instructor?	1	2	3	4	5
42. ¿Cómo evalúa usted la disponibilidad del uso de las herramientas tecnológica (TICS) usada en el curso, por parte de los Estudiantes?	1	2	3	4	5
43. ¿En qué condiciones estaban los equipos con los cuales recibió las prácticas?	1	2	3	4	5

44. En sentido General la capacitación que usted recibió mediante el uso de las (TICs) en el curso, según su criterio fue:	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

45. ¿Tiene en el curso el instructor acceso al Internet?

1. ☐ Sí 2. ☐ No 3. ☐ Sólo en algunos casos

46. ¿Utiliza el instructor el uso del Internet para mantener un contacto directo con sus estudiantes? .

1. ☐ Sí 2. ☐ No 3. ☐ Sólo en algunos casos

47. ¿Desea usted agregar algún comentario y/o sugerencias acerca de los servicios de capacitación que ofrece el centro o institución donde recibe el curso?

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACION



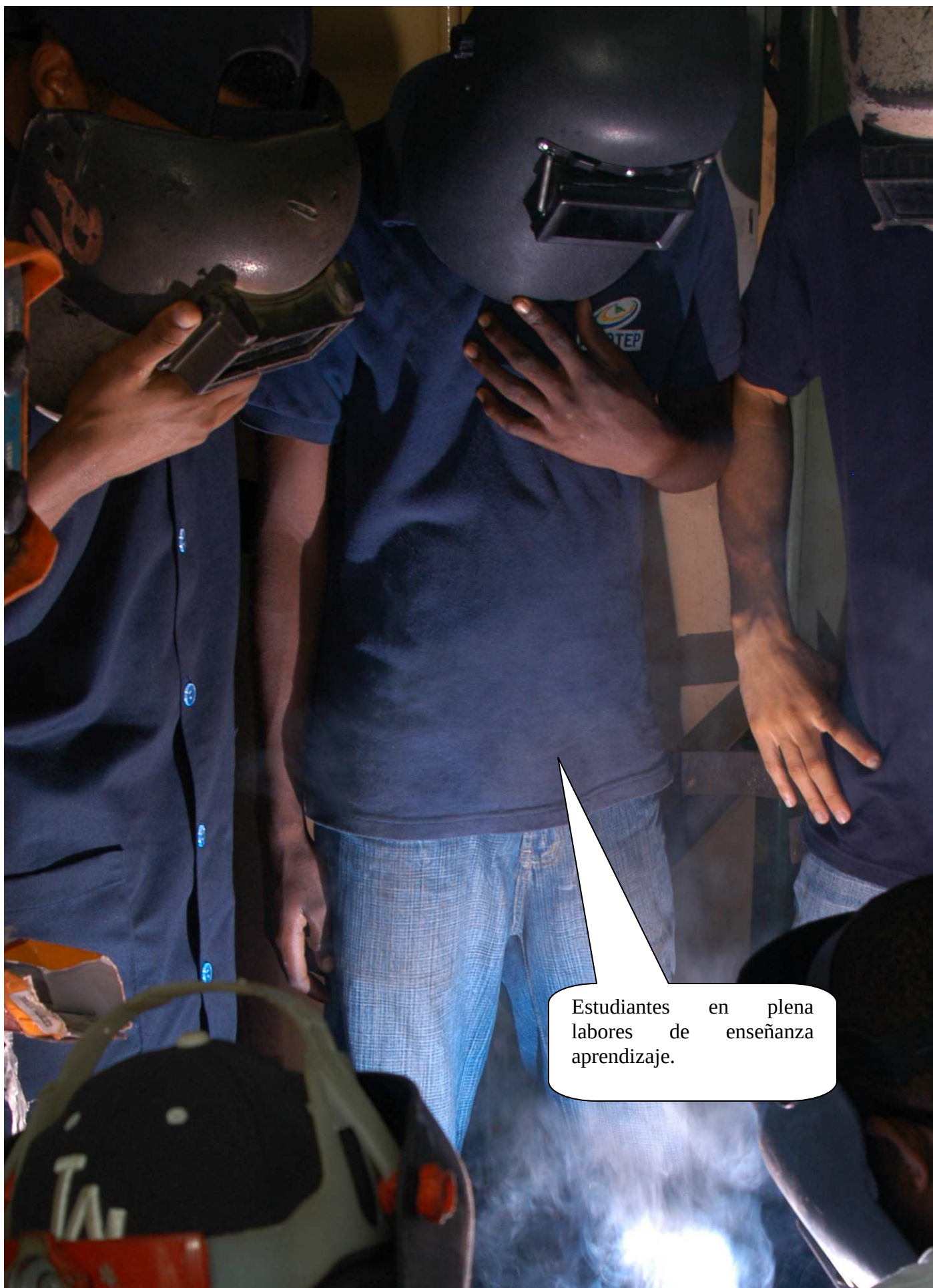
Entrada principal de la
Gerencia Regional Central



Estudiantes en plena labores de enseñanza aprendizaje.



Estudiantes en plena
labores de enseñanza
aprendizaje.



Estudiantes en plena labores de enseñanza aprendizaje.

BIBLIOGRAFIAS

LIBROS:

1. Pérez-Fernández de Velasco – Gestión de la Calidad Orientada a los Procesos.
2. Vavra, Terry G. – Como Medir la Satisfacción del Cliente – FC Editorial – Segunda Edición.
3. Rech Paulo. La Gestión de la Calidad en la Formación Profesional. Boletín CINTERFOR. Sept.-Dic. 1999.
4. Chiavenato Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Quinta Edición, Editores McGraw Hill, Santa Fe de Bogotá, Colombia 2001. p. 34.
5. Kast y Rosenweigs. Administración Organizacional. McGraw Hil, 2002.
6. Koontz Harold y weihrich, Heinz. Administración: Una Perspectiva Global. 11ª. Edición. McGRAW-HILL INTERAMERICANA. México, DF. 1999.
7. Norma ISO 9001:2000, Sistemas de Gestión de la Calidad, Requisitos.
8. Ordóñez O, Miguel. La nueva Gestión de los Recursos Humanos. Ediciones 2000. Barcelona. 1997.
9. Robbins Stephens P. Comportamiento Organizacional. Octava Edición, Editora Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1998. Pág. 90.
10. Rech Paulo. La Gestión de la Calidad en la Formación Profesional. Boletín CINTERFOR. Sept.-Dic. 1999.
11. Evans, James R., Administración y control de la calidad. Séptima Edición, Editora Cengage.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS:

1. <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/calidadserviciocliente.html>, (Consultado el 29/05/2009 a las 14:11).
2. <http://books.google.com/books?id=I9LFIDgGCvMC&pg=PA75&dq=servicios+al+clientes:+instituciones+educativas&hl=es#PPA70,M1>, (Consultado el 02/06/2009 a las 22:27).
3. <http://books.google.com/books?id=480TEPTSONsC&pg=PA63&dq=instituciones+educativas:+calidad+de+servicios&hl=es#PPP1,M1>(Consultado el 03/06/2009 a las 19:25).
4. http://books.google.com/books?id=3peF_dZUveYC&pg=PA69&dq=instituciones+educativas:+calidad+de+servicios&hl=es#PPP1,M1(Consultado el 03/06/2009 a las 20:08).
5. <http://books.google.com/books?id=ZxuVvOFg8swC&pg=PT10&dq=clientes+satisfechos:+instituciones+educativas&hl=es#PPP10,M1>(Consultado el 14/07/2009 a las 10:35).
6. <http://books.google.com/books?id=HGy1eJxZVJkC&pg=PA257&dq=satisfaccion+de+los+clientes&hl=es#PPA66,M1>(Consultado el 09/07/2009 a las 09:16).
7. <http://books.google.com/books?id=yC97p-PUhyoC&pg=PA247&dq=satisfaccion+del+cliente&hl=es>(Consultado el 20/07/2009 a las 02:44).