



**Escuela de Graduados
Maestría en Gerencia y Productividad**

**Trabajo final para optar por el Título de
Maestría en Gerencia y Productividad**

**ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LA OFICINA SATÉLITE SUR DEL
INFOTEP EN SAN JUAN DE LA MAGUANA PARA EL AÑO 2014**

Sustentante

Henry Sánchez de los Santos Matrícula 20130145

Asesor (a):

Ivelisse Comprès Clemente, MA, MsC, MBA.

Santo Domingo, República Dominicana.
Diciembre, 2014

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo posicionar a la oficina satélite sur del INFOTEP en San Juan de la Maguana en el año 2014, la metodología que se utilizó fue aplicar una encuesta en una muestra de la población de San Juan de la Maguana comprendida en la edad de 16 años en adelante, debido a que las personas que pueden acceder a los servicios de capacitación del INFOTEP estos deben tener como edad mínima 16 años, luego de aplicada la encuesta se verificó que un 10% de los encuestados no conocen el INFOTEP, en dicho estudio también se evidenció que un 43% de los encuestados respondió que conocía el INFOTEP por medio de un amigo y el 57% restante dijo que lo conocía a través de la radio, prensa, volantes y perifoneo, por lo que se pudo comprobar que la parte de posicionamiento del INFOTEP necesita ser reforzada en la provincia de San Juan de la Maguana. Otro punto importante que se verificó en la encuesta fue el hecho de que se preguntó si habían utilizado la página web del INFOTEP y un 70% respondió que no la había utilizado, además se indagó sobre la preferencia del INFOTEP a la hora de realizar un curso y un 84% de los encuestados respondió que prefiere el INFOTEP, por encima de los demás centros de capacitación de la provincia de San Juan de la Maguana, otro punto importante es que se recomendó realizar una campaña publicitaria con la cual se posicionó la oficina satélite sur.

SUMMARY

The main objective of this study was to position the satellite office south of INFOTEP in San Juan de la Maguana in 2014, the methodology that was used was applying a survey to a sample of the population of San Juan de la Maguana that falls within the age 16 years and above, this population was selected taking into consideration that the people who can access to the training services provided by the INFOTEP must have a minimum age 16 years. The results of the applied the survey presented that 10% of respondents did not knew the INFOTEP, the study also evidenced that 43% of respondents who knew the INFOTEP by a friend and the remaining 57% said they knew through radio, newspapers, leaflets and loudspeakers, so it was found that the INFOTEP positioning needs to be strengthened in the province of San Juan de la Maguana. Another important point which has been verified as part of the survey was the fact 70% of the interviewed population had not used the INFOTEP web page, plus it was inquired about the preference of INFOTEP when selecting an institution for performing a course and 84% of respondents indicated that they prefer the INFOTEP above other training centers in the province of San Juan de la Maguana.

INDICE GENERAL

Tabla de contenido

RESUMEN.....	ii
LISTA DE TABLA	vi
AGRADECIMIENTOS.....	vii
DEDICATORIAS.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: CAPACITACION TECNICA PROFESIONAL	3
1.1. Que es la Formación Técnico Profesional:.....	3
1.2. Característica de la Formación Técnico Profesional:	4
1.2.1. Antecedentes de la Formación Profesional:.....	5
1.2.2. Antecedentes de la Formación Técnico Profesional en la República Dominicana:.....	9
1.3. La educación secundaria como eje fundamental para la capacitación Técnico Profesional en América Latina:.....	10
1.4. Concepto de posicionamiento:	13
1.4.1. Posicionamiento de un Servicio:	13
1.4.2. Concepto de Estrategia:.....	14
1.4.3. Concepto de Servicio:	16
CAPITULO II: ANALISIS DE LA INVESTIGACION DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LA OFICINA SATELITE SUR DEL INFOTEP.	18
2.1. Creación del órgano rector de la formación técnica profesional:	18
2.1.2. El reglamento No. 1894:.....	20
2.1.3. Estrategias iniciales con las que nace el INFOTEP:.....	21
2.1.4. Misión, Visión y Valores del INFOTEP:.....	23
2.2. Como está gobernado el INFOTEP:	24
2.3. Certificación ISO 9001	25
2.4. Servicios que ofrece el INFOTEP:	26
2.4.1. Formación Profesional:.....	27
2.4.2. Soluciones Empresariales:	32
2.4.3. Reconocimiento de aprendizajes:.....	36
2.4.4. Soluciones para COS:	41

2.4.5. Centro de Documentación:.....	43
2.5. Metodología:	43
2.5.1. Herramientas a utilizar:	44
2.5.2. Objetivos de la encuesta:.....	45
2.5.3. Análisis de la encuesta.	49
2.5.4. Observación	51
2.5.5. Diagnostico.....	51
CAPITULO III: PROPUESTA DE MEJORA DE LA OFICINA SATELITE SUR DEL	
INFOTEP.	
3.1. Campaña publicitaria para posicionar la oficina satélite sur en San Juan de la Maguana.....	54
3.1.1. Objetivos de la propuesta.	54
3.1.2. Estrategias.	55
3.1.3. Tácticas.	55
3.1.4. Cuadro de Mando Integral.....	59
3.2. Recursos.....	60
3.2.1. Recursos Humanos.....	60
3.2.2. Recursos Tecnológicos.....	61
3.2.3. Presupuesto.....	62
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXO	68
Anexo 1.....	68

LISTA DE TABLA

Tabla 1. Posicionamiento de los centros de capacitación en San Juan	45
Tabla 2. Preferencia de centro para realizar un curso.....	46
Tabla 3. Preferencia	46
Tabla 4. Conocimiento del INFOTEP	47
Tabla 5. Utilización de los servicios de INFOTEP.....	47
Tabla 6. Servicios de capacitación	47
Tabla 7. Medios que se enteró de la existencia del INFOTEP en San Juan de la Maguana.....	48
Tabla 8. Calificación de los servicios del INFOTEP	48
Tabla 9. Visita a la página del INFOTEP	49
Tabla 10. Rango de edad	49
Tabla 11. Sexo.....	49
Tabla 12. Cuadro de Mando Integral	59
Tabla 13. Presupuesto	63

AGRADECIMIENTOS

Al Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional INFOTEP, por darme todo el apoyo para el logro de este objetivo.

A la Universidad APEC, por ser el recinto en el cual pude escalar este peldaño más en mi vida.

A mi asesora Ivelisse Comprès, por su excelente labor de darnos la pauta para concluir con este trabajo y poder optar por el título de Maestría en Gerencia y Productividad.

A la señora Andrealina Ferreras, por su comprensión y ayuda en momentos en que se tornó un poco difícil continuar con este proyecto.

Al equipo de trabajo de la Oficina Satélite sur del INFOTEP por su gran ayuda con las informaciones y su entrega en el trabajo.

A la señora Aura Subero, por darme ánimo y ayudarme con las informaciones necesarias para culminar esta maestría.

A mi tío Pedro Sánchez, porque siempre me animaba a continuar y siempre estaba presente en los momentos que lo necesité, muchas gracias Pedro.

A la familia Rojas Veloz, por creer en mí y siempre apoyarme en cada uno de los caminos que he emprendido, Gracias.

DEDICATORIAS

A Dios, por ser el protagonista de este logro, no importa cuánto me esfuerce en alcanzar una meta si tú no estás conmigo y me das las fuerzas en vano es todo lo que yo pueda hacer, en este día puedo ver concluido este logro que me has permitido, gracias mi señor te amo hoy, mañana y siempre.

A mi esposa, Ydequel de Sánchez, en todo este tiempo que hemos estado juntos, han llegado momentos difíciles a nuestras vidas y en ocasiones siento que se me terminan las fuerzas, pero en ese momento tú has estado a mi lado y me has apoyado y me has dicho que Dios está con nosotros, hoy hemos logrado subir un escalón más y esto ha sido posible porque estoy a tu lado, contigo soy un mejor hombre, gracias mi amor por ser mi amiga, mi compañera y mi esposa, te amo mi reina.

A mis tres hijos, Willy, Shaony y Perla, ustedes son la razón por la cual cada día me levanto con ese deseo de ser cada vez mejor y hacer cada cosa con un sello particular del cual ustedes puedan sentirse orgullosos de su papa. Espero que este logro los anime a seguirme los pasos y que puedan llegar hasta donde se lo propongan en la vida, recuerden que la palabra de Dios dice en filipenses 4:13 todo lo puedo en Cristo que me fortalece. Los amo por siempre.

A mi madre Cristina Bido de los Santos. Han pasado 11 años desde el día que se el señor te permitió ver uno de tus anhelos cumplido, del cual nadie creía que era posible, pero para el que cree todo es posible y el todopoderoso permitió que yo realizara una carrera universitaria pero su misericordia es tan grande que hoy me ha permitido poder traerte otro título en esta ocasión de una maestría, gracias madre por ser tan especial en mi vida y por enseñarme a esforzarme para lograr los objetivos, hoy vuelvo y te repito que este no es mi éxito es tu éxito y con gran alegría te lo traigo, te amo por ser la mejor madre del mundo.

INTRODUCCIÓN

La investigación que será realizada sobre la estrategia de posicionamiento de la oficina satélite sur del INFOTEP, estará enfocada en la problemática de dicha oficina en lograr llenar todos los talleres y aulas didácticas, con los diferentes participantes de los cursos.

En la actualidad esta oficina satélite sur del INFOTEP posee 5 talleres tecnológicos y 6 aulas didácticas y hasta el momento no ha sido posible poder mantener en los tres turnos todos los talleres y aulas llenas por falta de estudiantes y es en esa problemática que nos estaremos enfocando en la investigación a realizar.

Los talleres que se encuentran en la actualidad en esta oficina satélite son el taller de mecánica automotriz, el taller de refrigeración, el taller de data e internet, el taller de electricidad y el taller de procesamiento de alimentos. Con proyección en una segunda etapa de tener 5 talleres más en las áreas de formación de Reparación de micro procesadores, taller de energía verde, taller de envasado y etiquetado y el taller de construcciones metálicas.

La estructura de la oficina satélite sur está compuesta por un encargado de oficina, dos asesores para el centro tecnológico, dos asesores para formación profesional, un asesor de productividad, un asesor de admisión, una recepcionista, una secretaria, un auxiliar de mantenimiento, un chofer, dos conserje y un vigilante.

Los objetivos que se pretenden lograr con la investigación que será realizada son el de medir el posicionamiento de la oficina satélite sur del INFOTEP, identificar las estrategias de posicionamiento utilizadas por la oficina satélite sur del INFOTEP.

La investigación que será realizada estará apoyada por las informaciones suministrada por el INFOTEP, y por investigaciones realizadas por otras

personas que se hayan interesado en escribir sobre la formación técnica profesional.

Se estará realizando una encuesta en la cual se pretende recoger las informaciones que sustentaran dicho estudios y con la cuales se podrá entonces plantear una posible solución a la problemática que está afectando a la oficina satélite sur del INFOTEP, la encuesta será aplicada a una muestra de la población de San Juan de la Maguana.

La investigación será una investigación de campo porque se recogerán los datos de forma directa en el lugar de los hechos. La bibliografía que se utilizara estará compuesta por libros, revista, monográficos y la internet.

El contenido de la investigación estará desarrollado en tres capitulos presentados de forma clara y explícita los cuales estarán compuesto de la siguiente forma.

En el capítulo uno se presentara la capacitación técnica profesional, abarcando la dimensión de dicha capacitación así como los antecedentes de la misma y los antecedentes en República Dominicana, también se podrá ver la característica de la formación técnico profesional, otro punto importante que se podrá destacar en este capítulo es la formación secundaria como eje fundamental para la capacitación técnico profesional, además de que este capítulo se desarrollara el concepto de posicionamiento y estrategia.

En el capítulo dos será enfocado el análisis de la investigación y se verá la misión, visión y valores del INFOTEP, también serán presentados los servicios ofrecidos por el INFOTEP en San Juan de la Maguana, en este capítulo también se aplicara la encuesta y se analizaran los resultados de la misma.

En el capítulo tres y último de la investigación será planteada la propuesta de solución a la problemática que está afectando a la oficina satélite sur del INFOTEP.

CAPITULO I: CAPACITACION TECNICA PROFESIONAL.

La educación técnica profesional es un medio de los países desarrollar sus recursos humanos y que estos estén en capacidad de poder general ingresos que les permitan sostenerse económicamente tanto ellos como aquellos que de forma directa dependen de ellos, los países donde se sitúa la capacitación técnica como parte de los eje fundamentales de desarrollo son países más productivo que aquellos que no le dan esa importancia que tiene este tema en particular.

En la Republica Dominicana desde el año 1980 la capacitación técnica profesional ha experimentado un gran avance fruto del apoyo del sector empresarial y gubernamental, gracias a este apoyo un gran número de personas ha podido tener aseso a una capacitación técnica.

El impacto positivo que genera capacitarse a nivel técnica es de gran importancia, puesto que le permite al participante insertarse con gran facilidad en el mercado laboral, mientras que otros deciden ser emprendedores y crear sus propias empresas, generando ingresos para ellos y fuentes de trabajos para otros.

1.1. Que es la Formación Técnico Profesional:

La formación profesional se define como toda acción o programa público o privado diseñado Para la capacitación en oficios y técnicas que proporcione e incremente los conocimientos, aptitudes y habilidades prácticas ocupacionales que son necesarias para el desempeño de labores productivas. Puede decirse también que es un conjunto de actividades conducentes a la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos y las actitudes que se requieren para emplearse en una ocupación o grupo de ocupaciones relacionadas, para

ejercer una función en cualquier campo de la actividad económica(PEREZ, 2011).

La Formación Técnico Profesional es aquella formación que le permite a una persona adquirir los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes para insertarse en el mercado laboral, desarrollando una determinada tarea u oficio que le repercutirá en un beneficio social tanto para el como para su familia y en sentido general para toda la sociedad.

1.2. Característica de la Formación Técnico Profesional:

- a. Planificar de acuerdo con las necesidades del mercado de trabajo, combinando las oportunidades locales presentes, las necesidades generales del país y las demandas previsibles a mediano plazo en el ámbito regional o mundial.
- b. Los sistemas de formación profesional han de planificarse aunando el esfuerzo y los intereses de las administraciones educativas y laborales, pero también los de los representantes de los trabajadores y de los empresarios, tanto a nivel local como nacional.
- c. La formación ha de tener, además, un carácter polivalente, sin centrarse en los conocimientos demasiado puntuales o en la especialización muy concreta, ya que dejan de tener sentido cuando cambian las tecnologías y la organización del trabajo.
- d. La flexibilidad ha de ser, asimismo, una de las características de la nueva formación.

En un mercado de trabajo cambiante no es práctico establecer un "currículum" formativo rígido, que aspire a durar indefinidamente. Las

soluciones más idóneas se basan en el establecimiento de planes de estudio con módulos de formación flexibles; que cada trabajador, tras su formación inicial, pueda sumar o variar, elaborando su propia carrera profesional de acuerdo con las salidas profesionales que existan en cada momento.

- e. Los programas de formación profesional han de estar integrados dentro de un sistema de formación permanente que permita a cualquier ciudadano o ciudadana renovar o reconvertir sus cualificaciones a lo largo de la vida laboral.
- f. La formación profesional debe tener un carácter de alternancia, es decir, debe ser capaz de combinar los conocimientos teóricos con el "aprender a hacer" en un centro de trabajo (PEREZ, 2011).

Cada una de estas características deben estar presente en la formación técnica profesional para que sea una capacitación integral y que la misma responda a las necesidades existente en el mercado laboral debido a que se hace necesario continuamente planificar atendiendo a estas necesidades del sector productivo nacional e internacional para de esta forma dar respuestas que vallan en la vía de satisfacer dichas necesidades, también es importante destacar que la capacitación técnica profesional dentro de la flexibilidad que debe poseer, es que la misma debe brindarle la oportunidad a la persona de poder reconvertir los conocimientos a medida que estos van cambiando acorde a las nuevas tendencias del saber y las nuevas tecnologías en el mercado.

1.3. Antecedentes de la Formación Profesional:

Hasta fechas bien recientes la Formación Profesional se adquiría en el lugar de trabajo (taller, fábrica, campo, hogar...). Uno de los primeros pasos para el establecimiento de la Formación Profesional escolar fue el art. 107 de la Ley de

Instrucción Pública de 1857, que disponía que “en los pueblos que lleguen a diez mil habitantes habrá, además, una clase de dibujo lineal y de adorno con aplicación a las artes mecánicas.” A este siguió el establecimiento, en 1870, en Madrid, de la Escuela Central de Artes y Oficios, las Escuelas Provinciales de Artes y Oficios y la creación, el 5 de noviembre de 1886, de la Escuela de Artes y oficios de Distrito de Logroño, junto con otras seis más (Alcoy, Almería, Béjar, Gijón, Santiago de Compostela y Villanueva y Geltrú). La finalidad de estas escuelas, al principio, era dar a los obreros los fundamentos y perfeccionamiento de su oficio, por lo que las clases se impartían de noche. Estas escuelas, después de distintas modificaciones se transformaron en Escuelas Industriales (Maestría y Peritaje) y Escuelas de Artes y Oficios. Es en 1910 (Gaceta de Madrid del 28 de dic.), cuando en las mismas, además, se establecieron clases diurnas para formar profesionales que después ocuparían distintos puestos en la industria y para cuyo ingreso se requería haber cumplido los 12 años, edad en que terminaba la Educación Primaria obligatoria en esas fechas.

Pero el gran impulso a la Formación Profesional lo dio el movimiento regeneracionista, surgido en torno a los acontecimientos de 1898. Sus distintas tendencias coincidían en que el problema de España era, en ese momento, principalmente, de educación y que era imprescindible una Educación Primaria para todos, seguida de una Formación Profesional adecuada a los distintos entornos productivos (agrícola, industrial, comercial, minera y náutica). Como no era posible establecer esas escuelas en todas las localidades, becados por la Junta de Ampliación de Estudios, creada en 1907, viajaron a distintos países de Europa (Francia, Suiza, Bélgica...), maestros e inspectores para estudiar en los mismos el estado de la Educación Primaria y cómo se estaban organizando en sus escuelas, al término de la misma, cursos complementarios de Formación Profesional.

Con la información y experiencia recogida, por R. D. de 23 de setiembre de 1922 (Gaceta de Madrid del 27), se establecieron, con carácter de ensayo, en las escuelas nacionales, al término de la Educación Primaria Obligatoria, cursos

complementarios, de los 12 a los 16 años, que tenían como finalidad, además de ampliar la cultura general, la de iniciar a los escolares en los trabajos manuales y en las prácticas de taller, y evitar el abandono de la Educación Primaria, que se hacía ya entonces más sensible, en los últimos años de la escolaridad obligatoria, por no ofrecer a los escolares y a sus familias estudios que tuviesen una aplicación inmediatamente útil para la vida. No hay que olvidar que, a partir de los 10 años, además de comenzar a predominar uno de los dos tipos de inteligencia, práctica o teórica, comienzan a aparecer las primeras aptitudes, entre las que se encuentra la aptitud mecánica (el placer de manejar herramientas), a la que poco después, con el inicio de la adolescencia, seguirán la aptitud matemática, literaria y aún científica y con ellas nuevos intereses que hacen que la enseñanza común para todos, adecuada en la enseñanza primaria, no sea suficiente y sea preciso diversificar algunos contenidos y darles carácter práctico.

Estos cursos complementarios se mantuvieron durante la segunda República, y la Ley de Educación Primaria de 17 de julio del 45 los incorporó a la Enseñanza Primaria en el llamado Período de Iniciación Profesional que se podía cursar con carácter voluntario, de los 12 a los 15 años. Además, con el afán de hacer llegar la Formación Profesional al mayor número de escolares, por Ley de 16 de julio de 1949 se establece la Enseñanza Media y Profesional, (B.O.E. de 17 de julio), de cinco años de duración para cursarse a partir de los 10 años, que trata de aunar el Bachillerato y la Formación Profesional, adaptada a la actividad predominante en cada comarca. En La Rioja en la década de los cincuenta, se crearon además de la escuela de Oficialía de Calahorra, los centros de Enseñanza Media y Profesional de Alfaro, Arnedo, Haro, Nájera y en Logroño la Universidad Laboral, con internado.

Al prolongarse, el 1 de diciembre de 1964 la escolaridad obligatoria hasta los 14 años, por Ley de 21 de diciembre de 1965, las cosas comenzaron a cambiar. Se modificó, entre otros, el art. 18 de la Ley de Enseñanza Primaria de 17 de julio

de 1945, se suprimió el Período de Iniciación Profesional y organizó la educación primaria en ocho cursos, con contenidos iguales para todos. Un paso más en esta dirección lo dio la Ley General de Educación de 4 de agosto de 1970, que suprimió el período de Preaprendizaje de las Escuelas de Oficialía y Maestría Industrial, la Enseñanza Media y Profesional y el Bachillerato Elemental, para constituir la Educación General Básica de 8 años de duración con la finalidad de proporcionar una formación fundamentalmente igual para todos, demorando el inicio de la Formación Profesional a los 14 años como mínimo.

Pronto se pudo constatar que un buen porcentaje de alumnos, al llegar a la segunda etapa de E.G.B. encontraban dificultades en el aprendizaje y terminaban la escolaridad sin alcanzar el título de Graduado Escolar, y al pasar a la Formación Profesional de Primer Grado, como también se les exigía similares contenidos de carácter general, abandonaban los estudios.

La LOGSE (1990), con la idea de reducir las desigualdades de los que se incorporaban al sistema escolar en desventaja, prolongó la escolaridad obligatoria, con una enseñanza común, igual para todos, con escasa diversificación, hasta los 16 años, demorando la iniciación de la Formación Profesional más de dos años, ya que el art. 23 preveía el establecimiento de programas de diversificación del currículo para alumnos mayores de 16 años que no hubiesen obtenido el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria. Y además, para los que no alcanzasen el título programas específicos de Garantía Social (Iniciación Profesional). Demasiado tarde para los alumnos con predominio de inteligencia práctica, y con perjuicio para todos. Aunque la LOE (2006), ha flexibilizado en sus art. 27 y 30 la posibilidad de que determinados alumnos puedan cursar la Iniciación Profesional a partir de los 15 años, orientada a la obtención del título de Graduado en E.S.O., sería necesario extenderla a todos, al menos para cursar la Formación Profesional Industrial y Agrícola, medida que reduciría el absentismo y fracaso escolar, mitigaría otras

dificultades que se viven en las aulas y sería positivo para alumnos, familia y sociedad.

1.2.2. Antecedentes de la Formación Técnico Profesional en la República Dominicana:

La educación técnica en República Dominicana se establece en la década de los años 70s en locales educativos de propiedad gubernamental. Estos eran gestionados por la Iglesia

Católica de manera descentralizada. En los años 70s fueron creados o reconvertidos más de 30 establecimientos de propiedad estatal, con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Estos empezaron a ser gestionados por la nueva Dirección General de Educación Técnico profesional. Sin embargo, en los años 80s estos liceos y politécnicos fueron afectados por las limitaciones de la educación general en el país. Como reacción a este proceso determinados sectores impulsaron el Plan Decenal de Educación. En 1990 se implementa el Programa para el Fortalecimiento del Sistema de Enseñanza Técnico-Vocacional, impulsado y financiado por el BID y la Fundación de Crédito Educativo (FUNDAPEC).

El 1980 fue un año determinante. La creación del INFOTEP planteó un cambio profundo en la manera en que se concebía la educación técnica en el país. La creación y operación de centros de formación técnico profesional estaba motivada por el asistencialismo social a sectores de la población tradicionalmente excluidos de la educación y con limitadas oportunidades laborales.

Esto creaba el estigma de que este tipo de educación técnico profesional era una educación para gente pobre. Las escuelas vocacionales que dependían de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional eran la mayor parte de la oferta de formación técnica(INFOTEP, 2010).

El nacimiento del INFOTEP implica un cambio en la concepción oficial de la formación técnico profesional, además de ser una respuesta a las nuevas necesidades del aparato productivo dominicano. La industrialización que empezaba a vivir el país en ese momento fue fundamental para el cambio de mentalidad respecto a la formación técnico profesional.

Desde el año 1980 la República Dominicana era esencialmente una sociedad económicamente agrícola. La caña de azúcar, el café, el cacao y el tabaco eran los cuatro productos agropecuarios sobre los que descansaban la economía y las exportaciones dominicanas.(Cornejo., 2010)

1.4. La Educación Secundaria Como Eje Fundamental para la Capacitación Técnico Profesional en América Latina:

Tanto el esfuerzo refundacional como las innovaciones autogestionarias en numerosas instituciones de nivel medio en todos los países de América Latina, intentan responder a una multiplicidad de necesidades y demandas con elementos tomados de diversas fuentes, a través de prácticas constructivas u obstructoras de numerosos actores. Este esfuerzo puede tener entre sus consecuencias la emergencia de sistemas educativos profundamente diferentes a los regulados y configurados² hacia fines del siglo pasado, y que en lo que a su nivel medio se refiere recibieron un amplio impulso transformador entre 1930 y la década de los 70.

Las necesidades y demandas provienen de la exigencia de nuevas tendencias de desarrollo, que hacen imperativo incrementar la productividad de las economías y la competitividad de las naciones, reactivar los procesos de cohesión social con criterios de equidad, y favorecer la apropiación de valores éticos y cívicos. La educación no estaría contribuyendo a superar déficits en los terrenos señalados, lo cual habría conducido a una situación generalizada de insatisfacción de los Estados, de los partidos políticos y de las sociedades con los sistemas y con las instituciones educativas, que en el caso de los sectores medios altos y altos se complementa con la necesidad de reeditar de alguna

manera la eficacia en el ejercicio de la función de selección operada por el nivel medio antes de su masificación.

En efecto, muchos de los cambios que desencadenan autogestionariamente las instituciones privadas parecerían asociarse a un esfuerzo por atender las necesidades de restitución de la eficacia a la función de selección del nivel medio, a través de la lógica de mercado, cada vez más instalada en el sistema educativo latinoamericano. En períodos anteriores la población que enviaba a sus hijos al sector privado priorizaba la orientación ideológico-religiosa, la protección frente a entornos supuestamente agresivos, la búsqueda de diferenciación social por medio de la adquisición de saberes legitimadores, y aceptaba el supuesto de mejor formación integral como subsumido en el logro de la socialización buscada. En el marco de la toma de conciencia de la emergencia de la sociedad del conocimiento y ante una oferta privada cada vez más expandida, ese supuesto es cuestionado y a la búsqueda de diferenciación social se le agrega en forma discriminada la de «excelencia académica».

En el caso de los colegios públicos de nivel medio, los esfuerzos de transformación autogestionaria suelen asociarse a la búsqueda de reconversión frente a riesgos de desaparición derivados del impacto local de los procesos de globalización de la economía, especialmente en la modalidad técnica³. Sólo parecen posibles en casos de fuerte dinamismo del personal directivo, asociado generalmente a su formación y a su capacidad de asumir riesgos.

Atender a los desafíos de las nuevas necesidades y demandas implica resolver viejos y nuevos problemas que, por un lado, aquejan a todo el sistema educativo y que, por otro, asumen ciertas especificidades en lo referente al nivel medio en cada una de sus modalidades e instituciones.

Entre los viejos problemas pueden mencionarse la exclusión, las altas tasas de deserción, el desgranamiento y la repetición; salarios docentes históricamente deprimidos, una formación y un régimen laboral docente que se consideran

perimidos en un contexto de baja prioridad de las inversiones en educación; mal aprovechamiento de los ya escasos recursos disponibles, y propuestas de enseñanza atrasadas y desgastadas (Rama, G. 1987).

Entre los emergentes cabe ubicar, sobre todo, a los modelos y estilos de funcionamiento macro y micro institucional, cuya rigidez colisiona con grandes cambios habidos en las prácticas sociales y personales, con dificultades en garantizar una educación de calidad acorde con los nuevos desafíos (Ibarrola, M. de; Gallart, M.A., y otros 1994), y con una incipiente posibilidad de incrementar la inversión pública y privada en educación siempre que se pueda mostrar que sería en «otra educación» de mayor calidad y más eficiente.

Tanto los esfuerzos de los Estados como los de las instituciones parecen inscribirse cada vez más claramente en la búsqueda internacional de reconversión de los sistemas educativos nacionales, a través de la gestación de reformas educativas⁴ que intenten dar coherencia a una serie de innovaciones y cambios parciales, regulando «ex novo» los sistemas educativos y acelerando un proceso de producción de políticas públicas para su nueva configuración.

En el próximo apartado se presentarán algunas tendencias de ese proceso más vinculadas a la particular identidad del nivel medio, y en el siguiente se hará referencia a cuestiones más ligadas a cómo se ve afectado el nivel medio por la nueva configuración de los sistemas educativos nacionales. Finalmente, en el último apartado, se formularán algunas reflexiones en torno a las posibilidades futuras de los procesos en curso en relación a las características propias de los Estados Nacionales, dado el protagonismo que los mismos parecen tener que asumir en la promoción, orientación y ejecución de los cambios.(Braslavsky, 2009).

1.5. Concepto de posicionamiento:

Es la imagen del producto que se fija en la mente del consumidor, como resultado de su percepción de los atributos y beneficios que le ofrece dicho producto o servicio(STANTON, 2000).

Designa la imagen de un producto en relación con productos que directamente compiten con él y también con otros que vende la misma compañía(STANTON, 2000)

Debido a la competencia que existe en el mercado es de vital importancia que las empresas opten por buenas estrategias de posicionamiento, ya que, a la hora del cliente decidirse por un producto o servicio lógicamente se decidirá por aquel que le llegue primero a la mente.

La palabra posicionamiento fue popularizada por dos ejecutivos en publicidad Al Ries y Jack Trout. Posicionamiento no busca crear algo nuevo, sino trata de manejar lo que ya está creado a través de la fijación de objetivos que lo llevaran a conquistar la posición deseada dentro del mercado meta. Cuando se habla de posicionamiento se refiere al lugar que se desea que el producto o servicio ocupe en la mente del consumidor, ubicación esta que, dependerá de las impresiones y sentimientos que los productos logren crear en los clientes con respecto a la competencia.

El posicionamiento es una ayuda para conocer un mercado de productos o servicios, facilita la toma de decisiones, porque a través de este, se conocen las ideas que tiene el mercado sobre los productos o servicios que estamos ofreciendo.

1.5.1. Posicionamiento de un Servicio:

Cuando se posiciona un servicio se debe tener en cuenta el medio por el cual se hará la promoción y conocer el territorio que abarca, para de esta forma saber

cuál es el medio de publicidad más efectivo. Las estrategias utilizadas para posicionar un producto no son la misma que para un servicio. En cuanto al producto se toma en cuenta lo que es la imagen visual, es decir, debemos destacar la imagen del producto mientras que para el servicio usamos el elemento verbal. En algunos casos se eligen elementos de juicio, tales como número de sucursales, diversidad de servicios, calidad del servicio, solvencia económica y ventajas al utilizar los servicios.

1.5.2. Concepto de Estrategia:

La palabra estrategia deriva del latín *estrategia*, que a su vez procede de dos términos griegos: *stratos* (“ejército”) y *agein* (“conductor”, “guía”). Por lo tanto, el significado primario de estrategia es el arte de dirigir las operaciones militares.

El concepto también se utiliza para referirse al plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

La estrategia militar es una de las dimensiones del arte de la guerra, junto a la táctica (la correcta ejecución de los planes militares y las maniobras en la batalla) y la logística (que asegura la disponibilidad del ejército y su capacidad combativa). La estrategia se encarga del planeamiento y de la dirección de las campañas bélicas. También se ocupa del movimiento y de la disposición estratégica de las fuerzas armadas.

Precisamente uno de los libros más importantes dentro del ámbito de las estrategias militares recibe el nombre de “El arte de la guerra” y fue realizado por un gran estratega chino llamado Sun Tzu. Dicha obra está conformada por un total de trece capítulos donde se abordan cuestiones tan importantes como la

estrategia ofensiva, el terreno y sus clases, el ataque de fuego, los puntos fuertes y débiles, la maniobra o la utilización de espías.

De la misma forma tampoco podemos obviar lo que se conoce como estrategia de marketing. Un concepto con el que se vienen a englobar todas aquellas actuaciones que una empresa prevé llevar a cabo en materia de comercialización y comunicación. Para poder determinar aquellas la organización lo que hará será estudiar a fondo el mercado así como otras cuestiones tales como las necesidades de sus clientes o las características que la diferencian respecto a sus competidoras más directas.

Por otra parte, cabe destacar la existencia de juegos de estrategia, entretenimientos donde la victoria es alcanzada gracias al uso de la inteligencia y tras haber desplegado planes y habilidades técnicas para predominar sobre los adversarios.

Precisamente en este sentido, se destaca que en el ajedrez es habitual que sus jugadores establezcan su estrategia para desarrollar la partida y así conseguir derrotar a su contrincante. En este sentido, se tiene muy en cuenta lo que es el valor que tiene cada una de las piezas del tablero (peones, torres, caballos, alfiles, dama y rey) para así poder determinar qué supone el perder una u otra.

En el ámbito de la docencia también es habitual que se hable de la estrategia educativa para definir a todas las actividades y actuaciones que se organizan con el claro objetivo de poder lograr alcanzar los objetivos que se han marcado. Por último, podemos nombrar la existencia de los planes estratégicos, un concepto que suele utilizarse en el ámbito empresarial. Un plan estratégico es un documento oficial donde los responsables de una organización o empresa estipulan cuál será la estrategia que seguirán en el medio plazo. Por lo general, este tipo de planes tienen una vigencia de entre uno y cinco años.(DEFINICION, 2008).

Entonces cuando se comienza hablar de estrategia es en el ámbito militar, donde una o varias personas se encargaban de diseñar los planes, para poder lograr la victoria sobre los enemigos, pero las empresas también utilizan dicho termino y lo ponen en práctica.

Las empresas constantemente están sometidas a diferentes variables tanto internas como externas que les impiden llegar a los objetivos planificado y es en esos momentos donde se hace necesario utilizar las estrategias para guiar y conducir las empresas u organizaciones, hacia aquellas metas que se ha planteado llegar.

Las estrategias por lo tanto son de vital importancia en cualquier empresa u institución si se pretenden lograr los objetivos planteado, por tanto la importancia de las estrategias dentro de una organización o empresa son elementos que garantizaran el cumplimiento de los objetivos planificado.

1.5.3. Concepto de Servicio:

“El beneficio que una parte puede ofrecer a otra y, en esencia es intangible y no deriva en la posesión de nada”(KOTLER, 2003). “Es cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra y que es la esencia intangible y no da origen a la propiedad de algo. Su producción podría estar ligada o no a un producto(KOTLER, 2003).

Cuando se dice que un servicio es intangible significa que no se puede ver, sentir o escuchar antes de comprarlo, se obtiene y se consume simultáneamente, tampoco el servicio se puede almacenar para volver a usarlo. Para ofrecer un buen servicio las empresas deben hacer énfasis en un programa de motivación interna para de esta forma brindar mejor el servicio y que estos se sientan comprometidos con los objetivos trazados por la misma.

Una herramienta efectiva para mantener los clientes de la empresa y traer a otros es, tener un personal capacitado para resolver las situaciones (problemas) de los clientes cuando estos las presenten, ya que comúnmente las relaciones entre usuarios y proveedores de bienes y servicios se enfrentan a situaciones que requieren soluciones. Es una necesidad imperativa de cualquier empresa que quiera adquirir una ventaja sobre las demás, encontrar mecanismo efectivo para solucionar estas situaciones.

Por lo tanto se hace necesario que las empresas que continuamente mantengan programas de capacitación y actualización continua a sus empleados, con el propósito de mantenerlos preparados en un mercado que día a día presenta nuevos retos, además se debe ofrecer los servicios de manera personalizada teniendo en cuenta que el cliente es la razón principal por la cual la empresa se esfuerza y trabaja en pos de que cada servicio ofrecido supere al anterior.

En el cambiante campo de la mercadotecnia los servicios a los clientes tienen a clasificarse en varias categorías entre las cuales están:

- a) Como gasto ineludible: se requiere para enfrentarse a competidores y atraer clientes, pero sin que intervenga la expectativa de utilidad.
- b) Como operación: su función es para recuperar costos que con controles cuidados puedan aportar el dinero suficiente para cubrir los costos de la oferta de los servicios que ofrece la empresa
- c) Como centro generador de utilidades: en este se espera que el ingreso percibido supere el costo respecto a la inversión de la empresa.

Es necesario que las empresas que quieran lograr sus objetivos y por ende obtener beneficios deben tener en cuenta que su principal objetivo deben ser los clientes, porque son estos los que permitirán que la empresa logre las utilidades necesarias para el fiel cumplimiento de su misión y visión.

CAPITULO II: ANALISIS DE LA INVESTIGACION DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LA OFICINA SATELITE SUR DEL INFOTEP.

En los años 1980 surge la necesidad en la Republica Dominicana de crear un organismo que pudiera ser el ente que regule la formación técnico profesional en el país, puesto que para el 1980 se hacía imposible conseguir mano de obra calificada en República Dominicana y por lo tanto era cuesta arriba pensar en un desarrollo sostenible para el sector productivo.

Es entonces en el gobierno del PRD que surge la iniciativa de crear el INFOTEP como órgano rector del sistema nacional de formación técnico profesional.

2.1. Creación del Órgano Rector de la Formación Técnica Profesional:

El Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) se crea en 1980, amparado bajo la Ley No. 116-80. Su promulgación oficial es publicada en la Gaceta Oficial No. 9522 del 20 de enero de 1980.

El Senado de la República aprueba la Ley 116-80 que crea al INFOTEP el 27 de diciembre de 1979, mientras que es aprobada en la Cámara de Diputados el 8 de enero de 1980. El presidente del Senado en aquel momento lo era Juan Rafael Peralta Pérez, mientras Hatuey de Camps lo era en la Cámara de Diputados. Bajo las atribuciones conferidas por el artículo 55 de la Constitución de la República, el presidente, Antonio Guzmán, promulga la ley y la publica en la Gaceta Oficial el 16 de enero de 1980. El INFOTEP es creado como una organización autónoma y de carácter no lucrativo, con la finalidad expresa de “regir el sistema de capacitación, perfeccionamiento, especialización y reconversión de los trabajadores”, como queda establecido en el Artículo 1 de la

Ley 116-80. Esta ley que crea al INFOTEP la componen 11 capítulos y 37 artículos.

Su creación, como plantea el Artículo 4, es básicamente “a fin de que imparta a los jóvenes y adultos, educación para el trabajo utilitario”. Nace como un organismo autónomo con las capacidades para preparar la mano de obra necesaria que satisfaga las necesidades productivas del país. Ese mandato rector de la ley implica que INFOTEP tiene la capacidad de avanzar a ritmo de las necesidades del desarrollo del país. Además de anticiparse a largo plazo a los potenciales requerimientos y potencialidades productivas de República Dominicana. Una visión del presente y del futuro a la vez.

La formulación de la ley, vista en retrospectiva, era bastante completa. Ejemplo de esta afirmación es que entre sus atribuciones de cara a su desempeño en la sociedad dominicana se establecía la realización de investigaciones sobre las necesidades de mano de obra para elaborar y actualizar de forma permanente la Clasificación Nacional Uniforme de Ocupaciones. La Ley 116-80 contempló los más mínimos detalles y la conceptualización de su esquema operativo, relativo a la organización y administración, la Junta de Directores, la Dirección General, los órganos consultivos nacionales y regionales, la organización de la instrucción, el financiamiento, el patrimonio, el presupuesto y el control de los recursos y la vigencia de la institución.

La Junta de Directores y la Dirección General son los órganos de Dirección y Administración del INFOTEP. La Junta de Directores se plantea como tripartita: Estado, trabajadores y las asociaciones de empleadores privados. La Dirección General es el órgano ejecutivo de la Junta de Directores y de la cual dependen todas las unidades de servicios. El Artículo 22 del Capítulo VI de la Ley 116-80 establece un Consejo Técnico Consultivo Nacional, con ramificación regional y de carácter abierto, en el que participan las instituciones y personas con conocimientos y experiencia técnica sobre profesiones, oficios, artesanías y

otras modalidades de trabajo utilitario en varias actividades de los sectores económicos primarios, tales como (agricultura, ganadería, minería), secundarios (construcción, industria mecánica, textil) y terciarios (banca y comunicaciones, entre otros sectores).

Las fuentes de financiación del INFOTEP son varias, lo cual le permite laborar con autonomía, tal y como lo plantea la Ley 116-80. Son tres las fuentes principales de financiamiento. La primera, estipulada por ley, es el aporte de empleadores y trabajadores como porcentaje de las nóminas salariales: el 1 % de parte de los empleadores, el 0.5 % de parte de los trabajadores.

La segunda es la asignación del Estado fijada en el Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la Nación. La tercera fuente es la renta de bienes e ingresos provenientes del pago de cursos ofrecidos. Otras dos fuentes menores son la producción utilitaria del INFOTEP y el producto de multas o recargos autorizados por el Artículo 27 por los incumplimientos de pago establecidos en la Ley 116-80.(INFOTEP, 2010).

2.1.2. El Reglamento No. 1894:

La Ley 116-80 que crea al INFOTEP necesitaba a su vez un marco de aplicación. De esta manera surge el Reglamento No. 1894, dictado por el presidente de la época, Antonio Guzmán, publicado en la Gaceta Oficial el 31 de agosto de 1980. El Reglamento 1894 consta de nueve capítulos y 84 artículos.

Su Artículo 3 establece sus objetivos y funciones fundamentales, así como métodos y programas de preparación de la mano de obra en todos los niveles ocupacionales; actuar como organismo oficial de formación y capacitación profesional, y funciona como órgano consultivo del gobierno, de los empleadores y los trabajadores en asuntos relacionados con la formación de la mano de obra nacional. (INFOTEP, 2010)

2.1.3. Estrategias iniciales con las que Nace el INFOTEP:

Las consideraciones para la creación de la Ley 116-80 eran diez en total, y la primera fue la siguiente: “Que debe ser permanente el empeño del Estado de propiciar el bienestar social y económico de la población, vinculado fundamentalmente al desarrollo de la producción en los diversos campos de la actividad económica nacional”.

Empleados y desempleados, personas del campo o la ciudad, personas de la población dominicana que pudiesen capacitarse o perfeccionar sus capacidades y habilidades eran potencialmente alumnos del INFOTEP. Por tales fines los programas móviles estaban contemplados ya desde la misma formulación de la Ley 116-80. Las excusas de la lejanía no podían por ende ser esgrimidas:

INFOTEP se movía a donde hiciese falta. La labor pedagógica del INFOTEP estaba también muy bien señalizada en la ley que la creaba. Por tal motivo al nuevo organismo se le asignaban tareas muy claras al respecto: “Suministrar metodología de formación, apoyo técnico didáctico y subvenciones económicas a cuantas instituciones, públicas y privadas desarrollen programas permanentes o temporales de formación de trabajadores, estableciendo las normas metodológicas necesarias, para integrar todos los programas en un Sistema Nacional de Formación y Promoción de Trabajadores”. Al INFOTEP también se le otorgaba una impronta internacional, dado que se establecía su potestad para “asesorar al Gobierno Nacional dentro de los campos de competencia del INFOTEP en sus relaciones con las organizaciones internacionales y con las instituciones bilaterales de cooperación. Desde la formulación de la Ley 116-80 se contempla que el estudiantado del INFOTEP egresará de la institución con una preparación que excediera el puro aspecto técnico.

El Artículo 23 plantea que “la tarea educativa no consistirá meramente en el adiestramiento técnico, sino que comprenderá también la formación integral del

individuo como ser biológico, humano y social. Se abrirá el acceso a la instrucción a todos los hombres y mujeres de todas las edades, sin mayores exigencias respecto a su grado previo de escolaridad, y durante períodos para los que no regirá el concepto cronológico de la “DURACIÓN” inflexible, utilizando métodos dinámicos y que por su practicidad atraigan a los alumnos y participantes”.

Como organismo rector del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo Productivo, el INFOTEP tiene objetivos bases para su desempeño en la sociedad dominicana. Estos son sus dos grandes objetivos: El primero busca enfocarse en el desarrollo pleno de los recursos humanos y el incremento de la productividad de las empresas en todos los ámbitos económicos, sustentándose en el esfuerzo tripartito Estado-empleadores trabajadores.

El segundo se propone impulsar la promoción social de los trabajadores por medio de una formación integral, en la cual no solo importa la formación técnica de sus alumnos, sino también la responsabilidad y valores éticos y morales. No se trata de formar técnicos a secas, sino personas con habilidades y herramientas para ser ciudadanos productivos para la sociedad y para sí mismos.(INFOTEP, 2010).

La tarea del INFOTEP no es meramente un centro donde las personas van a obtener una capacitación técnica, sino que desde sus inicios la ley 116-80 contemplo que este organismo debía de formar técnicos competentes en las diversas áreas del saber pero además dicho técnicos debían de poseer cualidades necesarias para desarrollar un trabajo de calidad y apegado a las buenas costumbres morales y éticas. Por tanto el egresado del INFOTEP es un técnico competente al nivel de las exigencias del mercado mundial apegado a las normas internacionales de calidad.

2.1.4 Misión, Visión y Valores del INFOTEP:

A) Misión:

Liderar, coordinar e impulsar al sistema nacional de formación profesional para el trabajo productivo, concentrando nuestros esfuerzos en asesorar al Estado, promover, preparar 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 nuestros clientes y relacionados.

B) 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.

C) Valores Institucionales:

Liderazgo: Compromiso, Pro actividad, Equidad, Calidad e Integridad.

- Liderazgo: creando confianza y credibilidad.
- Compromiso: con el desarrollo humano del personal de la institución.
- Proactividad: que se refleja en una actitud dinámica, optimista y perseverante.
- Equidad: propiciando igualdad de oportunidades para los clientes internos y externos. Búsqueda continúa para derrotar las desigualdades, sean cuales sean: políticas, sociales, económicas, religiosas, étnicas o de género.

- Calidad: acompañada de eficacia, esmero, eficiencia, amabilidad y respeto, además de un pensamiento corporativo proactivo.
- Integridad: cimentada en la responsabilidad, la honradez, la transparencia y la confiabilidad de los recursos y bienes a disposición.(INFOTEP, 2010)

El INFOTEP es una institución que desde sus inicios ha tenido bien clara la misión y visión y en pos de ella ha venido trabajando día a día, y una muestra del gran trabajo que realiza esta honorable institución es lo más de 4 millones de egresado que exhibir al cumplir 30 años de su fundación.

Sin lugar a duda que en el INFOTEP su personal se ha empoderado de esa misión de capacitar la mano de obra productiva del país, y con los estándares de calidad que exige el mercado internacional,

2.2. Como Está Gobernado el INFOTEP:

El INFOTEP está gobernado por una junta de directores que está compuesta por el sector empresarial, el sector sindical y el sector gubernamental todo el accionar emana de las decisiones que se tomen en esta junta de directores, de la cual el director general del INFOTEP forma parte pero no tiene voto en las decisiones que esta toma, pero si es el encargado de velar por que se le dé fiel cumplimiento a todas las decisiones que salgan de dicha junta.

El organigrama del INFOTEP posee la junta de directores , la gerencia de control interno, la dirección general, la sub dirección, la gerencia de tecnología, gerencia de relaciones internacionales, la gerencia de calidad, la gerencia de mercadeo relaciones publicas y servicio al cliente, la consultoría jurídica, gerencia de administración y finanzas, la gerencia de planificación estrategia e inteligencia institucional, la gerencia de validación y certificación, la gerencia de normas y desarrollo docente, la gerencia de apoyo a la competitividad, la gerencia de

regulación, supervisión y asistencia a centros, la gerencia regional central, la gerencia regional sur, la gerencia norte, la gerencia regional este.(INFOTEP, 2014)

2.3. Certificación ISO 9001

A fin de estandarizar y asegurar la calidad de sus servicios para satisfacer con efectividad los requerimientos de sus clientes y relacionados, el INFOTEP implementa un proceso de mejora continua e implanta su sistema de gestión de la calidad, tras lo que obtiene, en 2005, la certificación bajo la norma ISO-9001.

Para ello, se desarrollaron talleres y seminarios dirigidos a todos los empleados. También identificó y documentó los procesos y procedimientos internos, se definió la política de calidad y se elaboró el manual de calidad, entre otras acciones propias del proceso. Además, todos los servidores asumieron la filosofía de orden y limpieza de la técnica japonesa 5 S, así como los principios básicos de la norma ISO, instaurándose los recorridos COLMADI (siglas en español para las actividades de 5 S), para verificar la aplicación de la mencionada técnica, así como la elaboración y aplicación de un plan de mejora en todas las áreas de la institución.

En septiembre de 2005, superó exitosamente la auditoría externa de calidad, realizada por auditores líderes de la empresa SGS Panamá Control Services, Inc., por lo que estos recomiendan la certificación de la entidad formadora. Ya en el mes de noviembre del mismo año, recibió el certificado MX05/0691, que lo convierte en una institución de clase mundial.

Como evidencia de la madurez y fortaleza de su sistema de gestión de la calidad, en septiembre de 2008, INFOTEP superó la auditoría externa de re-certificación realizada por la misma empresa internacional, con lo que conservó su certificación bajo la mencionada norma, por tres años más.

La certificación abarca el diseño, desarrollo, ejecución y evaluación de servicios de formación técnico profesional, y de servicios de asesoría y asistencia técnica a empresas.

2.4. Servicios que ofrece el INFOTEP:

De información:

a) Admisión e información profesional

A través de este, los clientes reciben las informaciones que requieran para acceder a los servicios ofrecidos en el INFOTEP; asimismo, se proporcionan a las instituciones y personas que solicitan cursos de formación las informaciones necesarias para que puedan realizar una elección profesional acorde con sus cualidades personales y con las posibilidades de empleo, siempre respetando el derecho de libre elección que asiste a todo ser humano.

Este servicio es ofrecido en las unidades de admisión, información y empleo de las gerencias regionales, en las oficinas satélites del INFOTEP y en los centros operativos del sistema.

¿A quién va dirigido este servicio?

- Personas interesadas en capacitarse en cualquier área ocupacional.
- Empresas de los distintos sectores económicos del país (empresas industriales, comerciales y de servicios), que deseen capacitar a sus empleados o que requieran el servicio de intermediación de empleo.
- Centros operativos del sistema que requieran ser asistidos en el proceso de información profesional.
- Instituciones del sistema que necesiten asesoría en materia de información profesional.

b) Servicio de atención al cliente

Permite a los clientes acceder a las informaciones sobre los servicios que ofrece la institución, así como externar sus necesidades no satisfechas a través de diversos medios.

2.4.1. Formación Profesional:

Mediante este servicio, el INFOTEP atiende las necesidades de formación de los recursos humanos que requieren los sectores productivos del país. Para ello, ha desarrollado modalidades de formación, las cuales se definen como los diferentes tipos de acciones formativas, caracterizadas por...

- El personal al que estén dirigidas.
- El nivel de calificación de la población motivo de la formación.
- El objetivo inmediato de la acción formativa.

Estas modalidades son las siguientes:

a) Formación habilitación profesional. Dirigida a toda persona de 16 años en adelante que requiera desempeñarse en una ocupación, facilitándole la adquisición de determinados conocimientos y destrezas necesarios para ocupar un puesto de trabajo específico.

Requisitos de ingreso

- Tener 16 años de edad (mínimo).
- Cumplir con el nivel de escolaridad exigido por el programa del curso a realizar (8vo. curso mínimo).
- Participar en el proceso de información profesional.
- Rellenar la solicitud de servicios de formación profesional y depositarla en las unidades de admisión, información y empleo de nuestras gerencias regionales, oficinas satélites y centros operativos del sistema, acompañada de...

* *Fotocopia del certificado del último curso aprobado en la escuela (el*

especificado en el programa del curso a realizar)
** Fotocopia de la cédula de identidad y electoral o del acta de nacimiento.*
(Si es extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente, emitida por la Dirección General de Migración).

b) Formación complementación profesional. Dirigida a trabajadores habilitados con un mínimo de experiencia en el área que deseen complementar los conocimientos y habilidades adquiridos para el desempeño de una ocupación.

Requisitos de ingreso para participantes que hayan realizado cursos del itinerario formativo del área solicitada

- Rellenar solicitud de servicios de formación profesional y depositarla en las unidades de admisión, información y empleo de nuestras gerencias regionales, oficinas satélites y centros operativos del sistema, acompañada de...
 - * Fotocopia del certificado del último curso aprobado en la institución*
 - * Constancia de experiencia de trabajo en el área*

Requisitos de ingreso para trabajadores que necesiten complementar sus conocimientos en el área solicitada

- Rellenar solicitud de servicios de formación profesional y depositarla en las unidades de admisión, información y empleo de nuestras gerencias regionales, oficinas satélites y centros operativos del sistema, acompañada de...
 - * Fotocopia del certificado del último curso aprobado en la escuela*
 - * Fotocopia de la cédula de identidad y electoral o del acta de nacimiento.*
(Si es extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente, emitida por la Dirección General de Migración).
 - * Constancia de experiencia de trabajo en el área*
 - * Presentarse a entrevista con un técnico del área*

c) Formación continua en centro. Dirigida a jóvenes de ambos sexos, con el objetivo de formarlos, con una visión global, en una ocupación cuyo ejercicio requiere de habilidades y conocimientos tecnológicos que solo pueden adquirirse en un período relativamente largo.

Requisitos de ingreso

- Tener entre 16 - 30 años de edad
- Haber aprobado el 8vo. curso (mínimo)
- Gozar de buen estado de salud
- Participar en el proceso de información profesional
- Rellenar la solicitud de servicios de formación profesional y depositarla en las unidades de admisión, información y empleo de nuestras gerencias regionales, oficinas satélites y centros operativos del sistema, anexándole...

** Fotocopia de la cédula de identidad y electoral o del acta de nacimiento. (Si es extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente, emitida por la dirección general de migración.)*

** Documentación que avale su nivel de escolaridad*

d) Formación de maestros técnicos. Modalidad dirigida a técnicos y supervisores que ocupan cargos a nivel de mandos medios en las empresas, así como a propietarios de pequeñas y medianas empresas, con el propósito de dotarlos de los conocimientos que les permitan desempeñarse eficientemente en las funciones de supervisión y asesoría de la producción de bienes y servicios, desarrollo de planes de producción, organización y administración de recursos, así como la instrucción y desarrollo de nuevos trabajadores.

Esta modalidad se ofrece en tres (3) bloques modulares, que son los siguientes:

- Módulo metodológico. Se capacita al participante con las técnicas y habilidades necesarias en la formación de recursos humanos.

- Módulo administrativo. Se introduce al participante en el mundo de la gerencia, la administración de los procesos productivos y los sistemas de apoyo a la producción.
- Módulo tecnológico. El participante adquiere los conocimientos de alto nivel en su área ocupacional.

Requisitos de ingreso para trabajadores en general

- Tener 23 años de edad (mínimo)
- Estar calificado como técnico del área a solicitar
- Experiencia laboral de 5 años en el área, comprobable
- Rellenar solicitud de servicios de formación profesional y anexar...
 - * *Fotocopia de la cédula de identidad y electoral. (Si es extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente, emitida por la Dirección General de Migración).*
 - * *Fotocopia del certificado del programa de validación ocupacional*
 - * *Constancia de la experiencia laboral*

Requisitos de ingreso para egresados de la formación dual

- Tener 23 años de edad (mínimo)
- Ser técnico calificado en el área a solicitar
- Experiencia laboral de tres (3) años en el área, comprobable
- Rellenar solicitud de servicios de formación profesional y anexar...
 - * *Fotocopia de la cédula de identidad y electoral. (Si es extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente, emitida por la Dirección General de Migración).*
 - * *Fotocopia del certificado de técnico calificado*
 - * *Constancia de experiencia laboral*

Otras estrategias de formación profesional

Consciente de las exigencias de los nuevos tiempos y de las necesidades de formación de los diferentes sectores del país, además de su amplia oferta de carreras y cursos técnicos, así como formación de maestros técnicos, segmentada por sector económico y área ocupacional, el INFOTEP ofrece a la población, a través del servicio de formación profesional:

- Formación virtual. Esta oferta surge con la finalidad de ampliar la cobertura de los servicios de formación, superando las barreras de acceso a la formación (distancia geográfica, ausencia de centros formativos, falta de flexibilidad en los horarios, falta de tiempo, etc.), mediante la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En su oferta de formación, INFOTEP Virtual, ofrece cursos en las áreas de formación de docentes, informática, mandos medios y Norma ISO 9001:2008.

Los requisitos básicos para acceder a estos cursos virtuales son los siguientes:

- Tener acceso a un computador con conexión a Internet
 - Poseer conocimientos básicos del uso del computador, excepto para los cursos de informática.
-
- Programas comunitarios. A través de esta estrategia se desarrolla la oferta para sectores vulnerables, la cual responde a la creciente demanda de formación de los sectores más desprotegidos de la sociedad, o mejor conocidos como grupos en desventaja, tanto en el ámbito económico como educativo.

Para acceder a la oferta para sectores vulnerables se exige:

- Presentar copia de la cédula de identidad o del acta de nacimiento
- Rellenar la solicitud de servicios de formación profesional.

- Aprendizaje por proyecto. Permite al INFOTEP ofrecer a los facilitadores de las diferentes especialidades una herramienta que, como técnica didáctica, está destinada a incrementar el aprendizaje en los participantes.

Este se define como un conjunto de atractivas experiencias de aprendizaje que involucran al participante en la solución de problemas complejos y otras tareas significativas de manera autónoma, construyendo su propio aprendizaje y culminando con resultados reales generados por ellos mismos.

- Acuerdos con instituciones nacionales e internacionales. El INFOTEP establece acuerdos o convenios interinstitucionales con empresas, instituciones o agrupaciones de diferentes sectores, con el objetivo de impulsar o coadyuvar el fomento de la capacitación y la asistencia técnica del sector que lo solicita, así como también para propiciar el intercambio de experiencias, conocimientos y metodologías, en el caso de las instituciones internacionales.

Para solicitar un acuerdo o un convenio con el INFOTEP, la entidad o agrupación interesada remitirá una comunicación escrita a la Dirección General, en la que presente su intención.

2.4.2. Soluciones Empresariales:

Servicio de apoyo a la productividad y la competitividad empresarial-laboral. Está orientado a los sectores productivos, para ayudar a las empresas a identificar e implementar estrategias que les permitan analizar y solucionar los problemas relacionados con las habilidades y con los conocimientos de los recursos humanos que inciden en la productividad y competitividad y en la vinculación con su entorno.

¿A quién está dirigido?

Este servicio se ofrece a todas las empresas, personas físicas, asociaciones empresariales y sindicales, clusters y ONGs orientadas a los sectores productivos.

¿Cómo acceder a este servicio?

Los interesados deberán solicitar el servicio mediante comunicación dirigida al gerente de la oficina regional correspondiente del INFOTEP, o vía e-mail a contacto@infotep.gob.do.

Sus programas

El Servicio de apoyo a la productividad y competitividad empresarial-laboral se ofrece a través de cinco (5) programas, orientados a satisfacer necesidades específicas y frecuentes de las empresas, los cuales están estructurados con base en informaciones globales (investigaciones, estudios, etc.), que señalan las tendencias de los sectores productivos.

Estos programas son los siguientes:

- Gestión del conocimiento. Enfocado a promover una cultura de mejoramiento continuo en los diversos procesos empresariales, mediante la implementación de estrategias que han arrojado internacionalmente impactos favorables. Entre las herramientas utilizadas en este programa se destacan las que siguen: Técnicas de 5 S, Seguridad industrial y salud ocupacional, Sistema de medición y avance de la productividad (SIMAPRO), Planeación estratégica, y Lean manufacturing, entre otras.

La aplicación de este programa en las empresas contribuye con lo siguiente:

- Integrar a las personas en los procesos de gestión del conocimiento.
- Alinear los procesos cognitivos con los objetivos organizacionales.
- Aumentar las oportunidades de negocio.
- Eliminar la duplicidad de información.
- Mejorar la calidad de la información, para que sea actual, precisa y comprensible.
- Mejorar el desarrollo de productos y servicios.

- Mejorar la eficiencia del personal.
- Reducir los costos del soporte al cliente.
- Aumentar el liderazgo en sus respectivos mercados.
- Capacitación y certificación por competencia laboral. Es una estrategia de mejoramiento de la productividad, vía la capacitación y el desarrollo de los recursos humanos. Este programa está estructurado con base en cuatro (4) elementos: Determinación de las competencias, Evaluación de las competencias, Diseño y ejecución de capacitación por competencias y Certificación por competencias.

Su implementación en las empresas les permite:

Identificar las estrategias de capacitación y entrenamiento que requiere el personal.

Crear una cultura de capacitación del talento humano.

- Capacitación puntual. Se ejecuta a través de acciones de capacitación (cursos, seminarios, talleres, etc.), que se diseñan a partir de necesidades específicas de las empresas. Los contenidos de estas acciones, la carga horaria, el perfil del facilitador y los recursos didácticos y logísticos son definidos conjuntamente con la empresa.

Este programa contribuye a:

Desarrollar las capacidades de los recursos humanos, mediante planes de capacitación derivados del proceso de gestión empresarial.

Dotar de nuevas herramientas a los empleados y colaboradores, a través de capacitación y entrenamientos puntuales.

- Capacitación y asistencia a emprendedores. Consiste en un proceso de capacitación de emprendedores, mediante un conjunto de acciones

formativas de corta duración, a través de las cuales se ofrece orientación y se suministran las herramientas necesarias a los potenciales empresarios, para que logren organizar y establecer sus empresas. Como estrategia de capacitación se toman en cuenta tres (3) aspectos sustanciales de una empresa: la creación, la instalación y la consolidación.

Este programa persigue lo siguiente:

Promover y fomentar la cultura empresarial y el espíritu emprendedor.

Mejorar la capacidad gerencial de los potenciales empresarios.

Incentivar y promover la creación de empresas exitosas y competitivas.

Contribuir con la generación de empleos productivos.

Propiciar un mejor aprovechamiento y uso de los recursos disponibles en el entorno local.

- Formación dual. Está dirigido a las empresas, asociaciones o gremios de empresarios y trabajadores, instituciones u organizaciones interesadas en formar jóvenes mediante el desarrollo de acciones de aprendizaje realizadas de manera práctica en un ambiente real de trabajo y conforme con las competencias requeridas por los sectores productivos.

El programa implica una formación teórica tecnológica práctica, con un enfoque integral que se desarrolla en estrecha vinculación con la realidad del trabajo en una empresa y en un centro de formación del INFOTEP o de la red de centros operativos del sistema.

Algunas ventajas de este programa son las siguientes:

- Las empresas forman los recursos humanos que requieren acorde con sus necesidades.
- La empresa firma un contrato de aprendizaje junto con el aprendiz, avalado por el Ministerio de Trabajo y el INFOTEP, el cual protege tanto a esta como al joven en formación.
- Los aprendices y egresados tienen capacidad de adaptarse rápidamente a las exigencias del ambiente laboral, puesto que estos, además de la tecnología del oficio, reciben una formación integral, técnica y humana, que les facilita su inserción laboral.

Nota: Además de estos, las empresas pueden acceder a los servicios de información, formación profesional, reconocimiento de aprendizajes, y cualquier otro que amerite.

2.4.3. Reconocimiento de Aprendizajes:

El INFOTEP reconoce a las personas los aprendizajes profesionales previos, estudios, certificados y títulos, a través de los siguientes servicios:

a) Validación ocupacional. Consiste en reconocer los conocimientos, habilidades y destrezas previas que posee la persona, independientemente de la forma en que hayan sido adquiridos, para el desempeño de una ocupación, oficio o actividad económica.

Requisitos para optar por el título de técnico

Las personas con amplios conocimientos en el área en que se desempeñan, y que deseen validarlos y titularse, necesitan lo siguiente:

- Tener 21 años de edad o más.
- Demostrar que saben leer y escribir.
- Rellenar y depositar la solicitud de servicios de formación profesional, en la unidad de admisión, información y empleo de las gerencias regionales y oficinas satélites del INFOTEP, acompañada de:

** Copia de la cédula de identidad y electoral. (Si es extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente.)*

** Constancia escrita de experiencia laboral mínima de tres (3) años en la ocupación o en la actividad económica en que se desempeña.*

Requisitos para optar por certificado de aptitud profesional
Las personas con ciertos conocimientos básicos para el desempeño en una ocupación y que deseen validarlos y certificarlos, deben...

- Tener 19 años de edad o más.
- Demostrar que saben leer y escribir.
- Rellenar y depositar la solicitud de servicios de formación profesional acompañada de:

** Copia de la cédula de identidad y electoral. (Si es extranjero, de la tarjeta de residencia permanente.)*

** Constancia de experiencia laboral mínima de un (1) año en la ocupación o en la actividad económica en que se desempeña.*

Requisitos para optar por certificado de aptitud docente
Las personas que se desempeñan como docentes que no posean el certificado que los avale como tal y que deseen validarlos sus conocimientos, debe:

- * Tener 21 años de edad o más.

* Rellenar y depositar la solicitud de servicios de formación profesional, en la unidad de admisión, información y empleo de las gerencias regionales y oficinas satélites del INFOTEP, acompañada de:

* *Copia de la cédula de identidad y electoral. (En caso de ser extranjero, copia de la tarjeta de residencia permanente.)*

* *Currículo.*

* *Documento que avale ser bachiller y tener el título de técnico, perito, tecnólogo, maestro técnico, licenciado o ingeniero, en la especialidad técnica que se trate.*

* *Constancia de por lo menos dos (2) años de experiencia en el oficio o especialidad, y otra de tres (3) años de experiencia docente.*

b) Evaluación y certificación de competencias laborales. Mediante este proceso se evalúa y se reconoce el conjunto de habilidades, conocimientos y destrezas que posee una persona sobre una ocupación y su capacidad para aplicarlos en situaciones laborales, según lo requiera el puesto de trabajo.

Este servicio está dirigido a

- Trabajadores, estudiantes, desempleados con competencias para realizar las labores que requiere un puesto de trabajo.
- Empresas, organizaciones, sindicatos, asociaciones de trabajadores.

¿Cómo acceder a este servicio?

- Rellenar la solicitud de servicios de formación profesional y depositarla en la unidad de admisión, información y empleo de las gerencias regionales, oficinas satélites y centros operativos del sistema, anexándole:

- *Fotocopia de la cédula de identidad y electoral, (si es extranjero, de la tarjeta de residencia permanente.)*

Superar una prueba diagnóstica aplicada por un evaluador designado.

c) Convalidación de estudios. Mediante este servicio se reconoce la equivalencia entre los estudios cursados anteriormente y determinados bloques, módulos o materias del currículo de la formación en que la persona está inscrito en el INFOTEP.

¿A quién va dirigido?

Este servicio está dirigido a participantes de acciones del INFOTEP, dominicanos o extranjeros, que vienen de los subsistemas de educación tecnológica y de formación profesional.

Requisitos

- Estar inscrito en la ocupación en que solicita la convalidación.
 - Tener aprobado entre un 5% a un 60% del total de los módulos o materias del programa de estudios.
 - Los requisitos de ingreso a los estudios de procedencia deben ser equivalentes a los exigidos por el INFOTEP para la convalidación de estos en un 100%.
 - Las personas formadas en el extranjero deberán depositar el título o certificado y la certificación de las calificaciones legalizadas en el país donde cursaron dichos estudios, acompañados por traducción oficial al castellano, si fuere necesario.
- d) Homologación de certificados y títulos. Con este servicio se establecen equivalencias entre modalidades educativas y aprendizajes técnicos otorgados por una institución competente en los subsistemas de educación tecnológica y formación profesional en el país o en el extranjero.

Requisitos

- Las personas formadas en el extranjero deberán depositar el título o certificado y la certificación de las calificaciones legalizadas en el país donde cursaron dichos estudios, acompañados por traducción oficial al castellano, si fuere necesario.

¿Cómo solicitar estos dos servicios?

Los interesados deberán rellenar la solicitud de convalidación de estudios u homologación de certificados y títulos, la cual depositarán en las unidades de admisión, información y empleo de las gerencias regionales y en las oficinas satélites, anexándole lo siguiente:

- Fotocopia de la cédula de identidad y electoral, (si es extranjero, copia de la tarjeta de residente permanente).
- Título o certificación original de estudios cursados, de haber finalizado el programa.
- Certificación de las calificaciones obtenidas o récord de notas.
- Plan y programa de estudios con las materias o módulos aprobados, sellados por la institución formadora.

Nota: En algunos casos, el INFOTEP podrá requerir otros documentos que contribuyan con un mejor análisis del expediente.

- e) Certificación para la legalización de certificados y títulos. Mediante este servicio, el INFOTEP otorga una certificación escrita, para fines de legalización de los títulos y certificados de los egresados del sistema nacional de formación técnico profesional (SNFTP).

¿A quién va dirigido?

- Egresados que han recibido un certificado o título del INFOTEP.

- A los que han recibido certificados de los centros operativos del sistema (COS), cuya oferta curricular esté aprobada por la Gerencia de Normas y Desarrollo Docente del INFOTEP y cuyas acciones formativas no se ejecuten en coordinación con el INFOTEP.

¿Cómo acceder a este servicio?

Los interesados deben rellenar la solicitud de certificación para la legalización, en el Departamento de Acreditación de Certificados y Títulos de la Oficina Nacional o en la Unidad de Registro, Estadísticas y Certificados de las gerencias regionales del INFOTEP y depositarla, acompañada por:

- *Fotocopia del certificado o título*
- *Fotocopia de la cédula de identidad y electoral o de la tarjeta de residencia permanente, en caso de ser extranjero.*

2.4.4. Soluciones para COS:

Son un conjunto de servicios que contribuyen a mejorar y a regular la calidad del servicio de formación que ofrecen los centros operativos del sistema.

a) Acreditación de centros. Mediante este servicio se evalúan entidades que imparten programas de formación y se incorporan al Registro nacional de centros operativos del sistema (RNCOS), pasando, de esta manera, a formar parte del sistema nacional de formación técnico profesional, que organiza y regula el INFOTEP, para el desarrollo de las capacidades (competencias) de los recursos humanos que demandan los sectores productivos y la sociedad dominicana en su conjunto.

Para solicitar la acreditación como centro operativo del sistema, la institución deberá...

- Remitir una comunicación directa a la Dirección General o vía la gerencia regional correspondiente, o desde la página web www.infotep.gob.do, en la sección “Solicitudes en línea”.

Requisitos:

- Ser una entidad organizada conforme a las leyes de la República Dominicana.
- Ofertar programas de capacitación y formación profesional establecidos por el INFOTEP.
- Poseer el equipamiento y mobiliario necesarios para impartir los programas de capacitación y formación profesional que ofrece.
- Disponer del personal docente con la calificación técnica y metodológica, según las características de los programas a impartir.
- Poseer las instalaciones físicas para área administrativa y recepción, aulas, talleres y/o laboratorios, biblioteca, facilidades sanitarias, cafetería, espacios físicos en general.
- Poseer medios didácticos (audiovisuales, programas, manuales, otros), adecuados a los programas de formación profesional a impartir.
- Ofrecer el servicio de admisión, información profesional y empleo a sus participantes y egresados.
- Contar con organización administrativa y de gestión (estructura, planes, presupuestos, contabilidad organizada, entre otros), acorde con las exigencias del mercado de la formación profesional.

Una vez acreditada la entidad, el INFOTEP ejerce una función de supervisión para garantizar que se mantengan los requisitos de la acreditación y que los contratos de adjudicación de licitaciones se ejecuten según sus estipulaciones.

b) Asesoría y asistencia técnica a centros. Se concibe como un servicio de asesoría y/o asistencia general a las instituciones en proceso de acreditación o

aquellas que pertenecen al Registro nacional de centros operativos del sistema (RNCOS) y que están integradas a la red nacional de centros (REDCOS).

Mediante este servicio se transfiere a estas entidades tecnologías de punta en el orden administrativo (gerencial, organizacional), planificación estratégica, desarrollo técnico y didáctico, para contribuir con su desarrollo integral como entidades del sistema nacional de formación técnico profesional.

2.4.5. Centro de Documentación:

El Centro de Documentación y Biblioteca del INFOTEP es la unidad responsable de organizar, difundir e intercambiar información de material bibliográfico y multimedia, en temas especializados de formación profesional, disponibles para todos los interesados. Este dispone de un inventario de recursos informativos de publicaciones propias, investigaciones, material audiovisual y de organismos internacionales como OIT, CINTERFOR, entre otros. (INFOTEP, 2014)

2.5. Metodología:

El tipo de investigación que se realizará es exploratoria debido a que dicho fenómeno no ha sido estudiado ni abordado desde el punto de vista científico, y no se conocen las causas que han dado lugar a que la oficina satélite sur del INFOTEP no esté cumpliendo con satisfacer las necesidades de capacitación de la provincia de San Juan de la Maguana.

A través de esta investigación se hará un acercamiento a las diferentes variables que pudieran estar impidiendo que la oficina satélite sur cumpla con su objetivo de satisfacer las necesidades de capacitación técnica profesional a la provincia de San Juan de la Maguana.

También dicha investigación será explicativa porque se explicaran algunas de las razones de porque no están a su máxima capacidad las aulas de la oficina

satélite sur y como se afecta el plan operativo del INFOTEP debido a esta problemática.

A través de la aplicación del método descriptivo se expondrá la problemática de la Oficina Satélite Sur y se presentaran diferentes teorías del problema las cuales se analizaran e interpretaran y se podrá llegar a una síntesis del problema en cuestión.

En la investigación que se realizara se utilizarán métodos como la observación porque se observara la problemática que afecta la oficina satélite sur , a la vez se utilizara la inducción porque iremos desde ideas y teorías particulares a ideas y teorías generales que darán una visión más amplia del fenómeno objeto de estudio pero a la vez se utilizara el método deductivo porque se partirá de teorías generales para llegar a ideas particulares que podrán arrojar respuesta a la problemática que afecta a la oficina satélite sur

Otro método que será utilizado en la investigación a ser realizada es el análisis porque se estará analizando los datos relevantes de la investigación y las diferentes circunstancias en la que se producen los eventos para llegar a conclusiones de la investigación.

2.5.1. Herramientas a utilizar:

Las herramientas que se utilizaran en la investigación a realizar son:

La encuesta que será aplicada a una muestra de la población ($N = Z^2 PQ/e^2$ $N=2^2 (0.50)(0.50)/(0.05)^2$ $N=4(0.25)/(0.05)^2$ $N=400$) de San Juan de la Maguana con una edad de 16 años en adelante, esta población se tomara de los estudiantes que están en la actualidad en la oficina satélite sur y otra parte de los potenciales estudiantes de la oficina satélite sur del INFOTEP.

En la investigación se utilizara el método de la observación del fenómeno en estudio, y a través del cual se podrá evidenciar las diferentes variables que

intervienen y que permiten la ocurrencia del fenómeno, además se verificara a través de este métodos aquellos aspecto que no necesitan de mucho estudio porque sobresalen a simple vista.

2.5.2. Objetivos de la encuesta:

- Medir el nivel de percepción de la población de San Juan de la Maguana, acerca de la función del INFOTEP.
- Determinar la efectividad de las estrategias de comunicación que utiliza el INFOTEP, para difundir información en la población de 16 años en adelante en San Juan de la Maguana.
- Analizar la percepción de la población de 16 años en adelante, en cuanto a los servicios que ofrece el INFOTEP.

Tabla 1. Posicionamiento de los centros de capacitación en San Juan

Variable	Frecuencia	%
INCOTE	36	9%
Centro Cristiano	8	2%
INFOTEP	336	84%
Fundación Tarbiat	8	2%
Sagrado Corazón de Jesús	12	3%
Otros	0	0
Total	400	100%

Fuente 400 encuestados

De 400 encuestados 336 para un 84% cuando piensan en un centro de capacitación, el primer centro que le llega a la mente es el INFOTEP, seguido de 36 para un 9% piensan en INCOTE, unos 12 para un 3% piensan en Sagrado Corazón de Jesús y 8 para un 2% piensan en Centro Cristiano y Fundación Tarbiat respectivamente.

Tabla 2. Preferencia de centro para realizar un curso

Variable	Frecuencia	%
INCOTE	24	6%
Centro Cristiano	12	3%
INFOTEP	336	84%
Fundación Tarbiat	16	4%
Sagrado Corazón de Jesús	12	3%
Otros	0	0
Total	400	100%

Fuente 400 encuestados

De 400 encuestados 336 para un 84% prefiere el INFOTEP para realizar un curso mientras que 24 para un 6% contestaron que prefieren a INCOTE, otro grupo de 16 para un 4% prefiere la Fundación Tarbiat, mientras que 12 para un 3% contestaron que prefieren el Centro Cristiano y el Sagrado Corazón de Jesús respectivamente.

Tabla 3. Preferencia

Variable	Frecuencia	%
Calidad en la formación	240	60%
Prestigio	76	19%
Variedad de los cursos	40	10%
Calidad de los facilitadores	44	11%
Otros	0	0
Total	400	100%

Fuente 400 encuestados

Cuando se les pregunto a los encuestados, por qué prefiere ese centro de capacitación 240 para un 60% contestaron que por la calidad de la formación, mientras que 76 para un 19% contestaron que por el prestigio que tenía el centro, mientras que 44 para un 11% contestaron que por la calidad de los facilitadores y unos 40 para un 10% contestaron que por la variable de los cursos.

Tabla 4. Conocimiento del INFOTEP

Variable	Frecuencia	%
Si	360	90%
No	40	10%
Total	400	100%

Fuente 400 encuestados

Se les pregunto a los encuestados que si conocían al INFOTEP y 360 para un 90% constaron que si mientras que 40 para un 10% contestaron que no.

Tabla 5. Utilización de los servicios de INFOTEP

Variable	Frecuencia	%
Si	256	71%
No	104	29%
Total	360	100%

Fuente 360 que conocen el INFOTEP

De los 360 encuestados se les pregunto si han utilizado algunos de los servicios ofrecido por el INFOTEP, de los cuales 256 para un 71% contestaron que si mientras 104 para un 29% contestaron que no.

Tabla 6. Servicios de capacitación

Variable	Frecuencia	%
Si	324	90%
No	36	10%
Total	360	100%

Fuente 360 encuestados conocen INFOTEP

Se les pregunto a los 360 encuestados que si conocen los servicios de capacitación que ofrece el INFOTEP aquí en San Juan de la Maguana de los cuales 324 para un 90% contestaron que si mientras que 36 para un 10% contestaron que no.

Tabla 7. Medios que se enteró de la existencia del INFOTEP en San Juan de la Maguana

Variable	Frecuencia	%
Radio	61	17%
Prensa escrita	18	5%
Brochure	65	18%
Perifoneo	36	10%
Volanteo	25	7%
Un amigo	155	43%
Otros	0	0
Total	360	100%

Fuente 360 encuestados conocen el INFOTEP

Cuando se les pregunto a los encuestados por cuales medios se enteraron de la existencia del INFOTEP en San Juan de la Maguana 172 para un 43% contestaron que se enteraron por vía de un amigo, mientras que 72 para un 18% contestaron que fue por un brochure otra cantidad de 68 para un 17% dijo que fue por la radio, mientras que 40 para un 10% se enteró por vía de un perifoneo, otra cantidad de 28 para un 7% se enteró por volanteo y por ultimo 20 para un 5% se enteró por prensa escrita.

Tabla 8. Calificación de los servicios del INFOTEP

Variable	Frecuencia	%
Excelente	234	65%
Bueno	72	25%
Regular	36	10%
Malo	0	0%
Total	360	100%

Fuente 360 encuestados conocen el INFOTEP

Se les pregunto a los 360 encuestados que como consideran los servicios del INFOTEP una cantidad de 260 para un 65% respondió que excelente, mientras que 100 para un 25% dijo que bueno, otra cantidad de 40 para un 10% dijo que regular.

Tabla 9. Visita a la página del INFOTEP

Variable	Frecuencia	%
Si	108	30%
No	252	70%
Total	360	100%

Fuente 360 encuestados conocen el INFOTEP

Al preguntarle a los 360 encuestados si han visitado la página del INFOTEP un total de 280 personas para un 70% contestó que no, mientras que 120 personas para un 30% contestó que sí.

Tabla 10. Rango de edad

Variable	Frecuencia	%
de 16 a 20	80	20%
de 21 a 25	120	30%
de 26 en adelante	200	50%
Total	400	100%

Fuente 400 encuestados

Cuando se le cuestionó sobre la edad a los encuestados 200 personas para un 50% están en el rango de 26 en adelante, mientras que 120 personas para un 30% están en el rango de edad de 21 a 25 años y por último 80 personas para un 20% están en el rango de edad de 16 a 20 años.

Tabla 11. Sexo

Variable	Frecuencia	%
Masculino	208	52%
Femenino	192	48%
Total	400	100%

Fuente 400 encuestados

Del total de los encuestados 208 personas para un 52% son Hombres y 192 personas para un 48% son mujeres.

2.5.3. Análisis de la encuesta.

De acuerdo a los diferentes objetivos planteados para realizar la encuesta se analizara cada uno de ellos y se verificara la relación de las respuestas de la encuesta con cada objetivo planteado y de esta manera se podrá evidenciar el modo de pensar de la población de San Juan de la Maguana en algunos aspectos de interés para el INFOTEP. Se pudo comprobar de acuerdo a las respuestas ofrecidas por los encuestados que 360 personas para un 90% de los encuestados respondieron que conocían el INFOTEP y de igual manera unas 284 personas para un 71% respondieron que habían utilizado los servicios del INFOTEP.

Según las respuestas obtenidas a través de la encuesta se encontró que para difundir información en la población de 16 años en adelante en San Juan de la Maguana, en este caso 172 personas para un 43% respondió que se habían enterado de la existencia de INFOTEP en San Juan de la Maguana por medio de un amigo, mientras que 72 personas para un 18% se enteró por medio de Brochure, otras 68 personas para un 17% se enteró por la radio, mientras que 40 personas para un 10% se enteró por medio de un perifoneo, otro numero de 28 personas para un 7% se enteró por volanteo y una minoría de 20 personas para un 5% se enteró por la prensa escrita.

En el caso de si han visitado la página Web del INFOTEP según los resultados obtenido en la encuesta 280 personas para un 70% respondió que no ha utilizado la página Web del INFOTEP, mientras que unas 120 personas para un 30% respondió que si la ha utilizado.

Cuando se les preguntó sobre la percepción que tiene la población de San Juan de la Maguana sobre los servicios ofrecidos por INFOTEP, según los resultados de la encuesta un total de 260 personas para un 65% contesto que los servicios son excelentes mientras que 100 personas para un 25% contestaron que los servicios son bueno y una minoría de 40 personas para un 10% dijo que estos servicios son regular.

Se indago sobre porque prefieren al INFOTEP para realizar los cursos técnicos y un total de 240 personas para un 60% dijo que por la calidad de los servicios mientras que unas 76 personas para un total de 19% respondió que por el prestigio otra cantidad de 44 personas para un 11% dijo que por la calidad de los facilitadores y por ultimo 40 personas para un 10% dijo que por la variedad de los cursos.

2.5.4. Observación

Fue realizada una observación directa a la recepción de la oficina satélite sur los días 13, 14 y 15 en horario de 8 am a 4 pm y se pudo notar que las personas que acudían a dicho centro no tenían conocimiento de la oferta que ofrece el INFOTEP aquí en San Juan de la Maguana, otro punto importante a destacar es que una gran parte de las personas quería curso en el área de informática y mecánica automotriz y electricidad mientras que los talleres de refrigeración y procesamiento de alimentos casi nadie solicitaba curso en esta ocupación.

También se observó que durante esos días no asistieron un número importante de personas a solicitar los servicios.

2.5.5. Diagnostico

Según los resultados de la encuesta (ver anexo 1) realizada a una muestra de la población de San Juan de la Maguana comprendida en la edad de 16 años en adelante se llegó al siguiente diagnóstico de que 40 personas para un 10% del total de los encuestados no conoce el INFOTEP por lo que se puede señalar que existe una debilidad en cuanto a dar a conocer esta oficina a la población de San Juan de la Maguana, un total de 360 personas para un 90% dijo que lo conocía, pero se verifico que de esos que lo conocen tenemos que unos 155

personas para un 43% lo conoce por medio de un amigo, otra cantidad de 65 personas para un 18% lo conoce por vía de los brochures, mientras que 61 personas para un 17% lo conoce por medio de la radio y una minoría de 25 y 20 personas respectivamente para un 7% y 5% lo conoce por volanteo y prensa escrita, por lo cual se evidencia que hay que fortalecer la publicidad por las vías de la radio, brochure, volanteo, perifoneo y prensa escrita porque la gran mayoría conoce el INFOTEP por medio de un amigo, lo cual indica que la publicidad mayor con la que cuenta la oficina satélite sur es de boca en boca.

Según los resultados obtenidos a través de la encuesta se aprecia que la marca INFOTEP esta fuerte porque cuando se indago sobre cual centro le llega a la mente para realizar un curso el INFOTEP obtuvo un 84% de preferencia del total de los encuestados pero existe un 16% que está disperso en los demás centros y se debe fortalecer aún más la marca INFOTEP aquí en San Juan de la Maguana para subir más el porcentaje obtenido.

Se debe poner un interés especial al tema de la calidad de los servicios puesto que solo un 60% del total de los encuestados respondió que prefiere los servicios del INFOTEP por la calidad, lo que deja a entender que se debe fortalecer este tema de la calidad y que los clientes puedan preferir el INFOTEP por su calidad y que esta se pueda observar en cada servicio ofrecido en esta oficina satélite sur.

Del total de 360 encuestado que conoce el INFOTEP solo un 65% considera los servicios ofrecido como excelente y un 25% lo considera bueno y una minoría de 10% lo considera regular, lo que indica que se necesita elevar el nivel de percepción de los servicios ofrecidos por esta oficina satélite sur para que un número mayor pueda percibir los servicios como excelente.

CAPITULO III: PROPUESTA DE MEJORA DE LA OFICINA SATELITE SUR DEL INFOTEP.

Todo trabajo científico tiene por objetivo aportar en la solución de alguna problemática existente o dar respuesta algún fenómeno nunca estudiado, en tal sentido en la presente investigación se evidencia como se pretende dar respuesta a una situación planteada, desde el punto de vista científico una vez analizada la situación.

En la oficina satélite sur del INFOTEP se está presentando un fenómeno poco usual y que no se observa en las demás dependencia del INFOTEP y por lo tanto esta investigación se realizó para entender como es tal fenómeno y de qué forma está incidiendo para que esta oficina no logre los objetivos planteado en el plan operativo anual.

En el presente capítulo se presentara una propuesta que aspira a dar respuesta a dicha problemática planteada en esta investigación y de esta manera ayudar al logro de los objetivos organizacionales planteado en el plan operativo 20014 del INFOTEP.

Una vez realizada una investigación se hace necesario establecer o enunciar propuestas que permitan de alguna forma dar solución a la problemática planteada y que la misma valla acorde a los problemas presentado y que con las diferentes estrategias seleccionadas se pueda solucionar la problemática planteada.

3.1. Campaña publicitaria para posicionar la oficina satélite sur en San Juan de la Maguana.

Se realizará una campaña publicitaria en la provincia de San Juan de la Maguana la cual permitirá un posicionamiento de esta oficina satélite sur de modo que por lo menos el 95% de la población comprendida en la edad de 16 años en adelante conozca el INFOTEP y los servicios que se ofrecen en esta oficina satélite.

Dicha campaña aportará al logro de los objetivos organizacionales y de manera especial al logro de las metas establecida para esta oficina.

Se estará considerando para dicha campaña publicitaria los medios de comunicación tales como periódicos locales, periódicos digitales, emisoras, canales de televisión local. Otro medio que se estará utilizando en la campaña son las vallas publicitarias.

Como medio de publicidad también se usara los perifoneo en toda la provincia, adicional a todo esto también será utilizado el volanteo en las diferentes calles de la provincia y en cada uno de los barrios y periferia de modo que toda la provincia pueda ser alcanzada por algún medio de publicidad establecido en esta campaña, la cual tendrá una duración de 3 meses de implementación como parte iniciar y luego se evaluara los resultados obtenidos de este esfuerzo y de acuerdo a los mismos se podrá estar prolongando a unos 5 meses de implementación.

3.1.1. Objetivos de la propuesta.

- Mejorar la percepción que tiene la población de San Juan de la Maguana con respecto a los servicios ofrecidos por el INFOTEP.

- Incrementar la matrícula de estudiante de la oficina satélite sur del INFOTEP
- Mejorar el servicio de capacitación de la oficina satélite sur.

3.1.2. Estrategias.

- Incrementar la calidad de los docentes de la oficina satélite sur del INFOTEP.
- Ofrecer el servicio de capacitación de la oficina satélite sur de acuerdo a la demanda.
- Realizar una campaña publicitaria para llegar a las personas de 16 años en adelante que aún no conocen ni han utilizado los servicios ofrecidos por la oficina satélite sur.
- Crear una base de datos para tener contacto con los estudiantes que desertan de los cursos.
- Tener una mayor cantidad de docentes en las diferentes áreas técnicas que ofrece el INFOTEP.

3.1.3. Tácticas.

De acuerdo a las estrategias planteadas a continuación se definirán cada una de las tácticas a utilizar para conseguir cumplir con los objetivos planteados.

Para la realización de la campaña publicitaria se trabajara un plan donde estará esquematizado cada una de las fases que se estarán llevando a cabo, definiendo cada uno de los momentos y el tiempo que conllevara la implementación de cada fase.

En un primer momento se estará investigando sobre los diferentes medios de comunicación y sobre el alcance de cada medio de comunicación elegido para ser utilizado en la campaña, además del costo que implicara la utilización de los

medios de comunicación, adicional a estos también se indagara sobre el costo que conlleva utilizar los diferentes medios de publicidad.

En una segunda etapa se implementara la puesta en marcha de la campaña publicitaria definiendo cada medio a utilizar y el tiempo que serán utilizados esos medios de comunicación.

También se definirán las personas responsables de la campaña publicitaria tanto en la oficina satélite sur como en la oficina nacional del INFOTEP.

En el desarrollo de la campaña publicitaria que será realizada para la oficina satélite sur, se estará eligiendo el mensaje central de la campaña el cual será un mensaje claro, sencillo y preciso para que este se fije en la mente de los potenciales clientes de esta oficina satélite, adicional a esto se estará definiendo cada uno de los anuncios que se usaran en la promoción de la oficina, estos anuncios serán tanto en la radio, televisión, vallas, volantes y perifoneo.

Es importante precisar cada uno de los anuncios y en que medio será transmitido, puesto que dependiendo el medio hay que adecuar el anuncio para poder cosechar el efecto deseado y lograr la mayor eficacia del anuncio.

Toda campaña publicitaria necesita ser monitoreada y controlada y esta no será la excepción, por lo tanto se estará midiendo el tiempo de implementación y ejecución y los resultados obtenidos en cada uno de los medios que se estén utilizando en la campaña.

Con relación a elevar la calidad de los docentes de la oficina satélite sur, se estará realizando un plan de actualización de docentes el cual se estará poniendo en ejecución desde el presente año 2014.

Serán definidas las competencias mínimas que se les requerirán al facilitador para impartir una determinada acción formativa, y a partir de esas competencias mínimas el facilitador deberá ir adquiriendo otras competencias a través de los años de ejercicio, las actualizaciones serán un máximo de dos años es decir que cada facilitador debe actualizarse en la rama que imparte una vez cada dos años, esto no quiere decir que en la parte tecnológica deba durar los dos años, puede el facilitador actualizarse cada vez que lo entienda pertinente, estas actualizaciones serán gestionadas por el facilitador y por el INFOTEP, en donde finalmente descansará una copia de cada actualización realizada por los facilitadores .

Las actualizaciones serán válidas a partir de 8 horas de docencia en el tema de especialización del docente o en la parte tecnológica.

Es importante señalar que una vez puesta en marcha esta iniciativa la misma quedará como norma dentro del INFOTEP, y ningún facilitador podrá impartir ninguna acción formativa sino cumple con lo indicado anteriormente.

El control de los expedientes lo tendrá el departamento administrativo de la regional sur del INFOTEP, debido a que este departamento es que realiza la función de recursos humanos en las regionales y oficinas satélites.

Para ofrecer el servicio de capacitación de acuerdo a la demanda se creará un registro mensual en donde se anotarán diariamente la solicitud de los diferentes cursos y a la hora de realizar la programación de dicho mes se tomará en cuenta de acuerdo a lo solicitado en ese mes.

Este registro será llenado y consolidado por la recepcionista de la oficina satélite sur y luego pasado a la unidad de admisión en donde se realizará la convocatoria y por último pasado al asesor responsable de ejecutar la acción formativa.

Otro punto importante es la creación de una base de datos en la cual se pueda tener las informaciones de todos los participantes de los diferentes cursos y la misma pueda dar aseso a todo lo relevante con el estudiante, de manera que se pueda identificar claramente cuanto empiezan y cuantos terminan en cada acción formativa, además que se pueda consultar en cualquier momento y se pueda saber a qué nivel va el curso y cuantos estudiantes tiene en la actualidad, para esto se necesitara ofrecer aseso y capacitación a los facilitadores en el sistema creado para la base de datos.

Para esta capacitación será necesario involucrar al departamento de tecnología de la gerencia regional sur.

Para tener una mayor cantidad de docentes en las diferentes áreas técnicas, en este punto se estará realizando el curso de facilitador de la formación profesional, dicho curso está dirigido a todos aquellos que desean ser facilitadores de la formación profesional y que están formados en alguna área técnica o posee un grado universitario, es importe señalar que esta capacitación tiene una duración de 130 horas instrucción, y una vez realizado el participante está en condición de facilitar los conocimientos adquiridos en alguna área del saber.

Para desarrollar este punto se estarán programando unos 3 cursos de facilitador de la formación profesional durante el año 2014 con lo cual se estará incrementando en 75 facilitadores más a la oficina satélite sur.

3.1.4. Cuadro de Mando Integral.

Tabla 12. Cuadro de Mando Integral

Objetivos	Estrategias	Tácticas	Tiempo	Responsables
Mejorar la percepción que tiene la población de San Juan de la Maguana con respecto a los servicios ofrecidos por el INFOTEP.	Realizar una campaña publicitaria para llegar a las personas de 16 años en adelante que aún no conocen ni han utilizado los servicios ofrecidos por la oficina satélite sur.	Utilizar los diferentes medios de comunicación para la puesta en ejecución de la campaña publicitaria. Se realizaran perifoneo. Se realizaran volanteo.	3 meses(desde Septiembre hasta Noviembre)	Gerencia de Mercadeo y el Encargado de la oficina satélite sur
Mejorar el servicio de capacitación de la oficina satélite sur.	Incrementar la calidad de los docentes de la oficina satélite sur del INFOTEP.	Realización de un plan de actualización de docentes	Durante todo el año	Encargado de la oficina satélite sur y la Gerencia de normas del INFOTEP
Incrementar la matrícula de estudiantes de la oficina satélite sur del INFOTEP	Realizar una campaña publicitaria para llegar a las personas de 16 años en adelante que aún no conocen ni han utilizado los servicios ofrecidos por la oficina satélite sur.	Utilizar los diferentes medios de comunicación para la puesta en ejecución de la campaña publicitaria	3 meses(desde Septiembre hasta Noviembre)	Gerencia de Mercadeo y el Encargado de la oficina satélite sur

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Recursos.

Para el desarrollo de cualquier idea o trabajo de investigación se hace necesario contemplar los recursos a utilizar, para poder viabilizar el proyecto.

En este punto se identificarán los recursos que se necesitarán para desarrollar cada uno de los objetivos planteados. Cuando se habla de recursos no solo se deben contemplar los recursos económicos como generalmente se acostumbra a pensar inmediatamente se habla de este término. La palabra recurso abarca mucho más que dinero, cuando se habla de la palabra recursos es necesario involucrar todo aquello que hará falta para la terminación de cualquier actividad a realizar y es por ello que en la presente investigación se deberá contemplar cada recurso que se pretenda utilizar para el desarrollo de la oportunidad de mejora que tiene la oficina satélite sur del INFOTEP.

Y se estableció como parte de la estrategia de posicionamiento de la oficina satélite sur es la realización de una campaña publicitaria esto quiere decir que se estarán utilizando diferentes recursos, que a continuación serán detallados con mucho más amplitud.

3.2.1. Recursos Humanos.

Para conseguir los objetivos planteados de la campaña publicitaria para la oficina satélite sur será necesario contar con un recurso humano disponible y con la capacidad necesaria para poder implementar la campaña publicitaria.

Será necesario designar a una persona de la gerencia de mercadeo de la oficina nacional para que se encargue del diseño de la campaña y de igual forma designar un asesor de la oficina satélite sur para que conjuntamente con la persona designada en la gerencia de mercadeo lleve a cabo la implementación de la campaña publicitaria.

Estas dos personas van a estar colaborando con la gerente de mercadeo y el gerente regional sur y el encargado de la oficina satélite sur en cuanto a la implementación de la campaña publicitaria y serán los responsable de la campaña en todo lo relacionado a su ejecución y recibirán el apoyo de los gerentes de mercadeo y gerente sur y el encargado de la oficina satélite sur.

En relación a las personas externas que estarán dando soporte con el desarrollo de la campaña publicitaria, será necesario contratar una compañía para el diseño de los diferentes anuncios publicitarios y la colocación en los diferentes medios de comunicación.

3.2.2. Recursos Tecnológicos.

Los recursos tecnológicos que serán utilizados para el desarrollo de la base de datos para llevar el registro de todas las informaciones necesarias para conocer el estatus de cualquier participante en cualquier momento del desarrollo o término de un curso, en este punto se necesitara un programa para que pueda servir de herramienta para la concesión de este objetivo.

Además del programa es necesario que el encargado de tecnología brinde el soporte a los diferentes facilitadores para que puedan alimentar la base de datos.

Sera necesario ampliar la capacidad del internet que tiene la oficina satélite sur para poder brindarle aseso a los facilitadores desde cualquier punto que estén y que cuando ellos entren al sistema el mismo pueda soportar la cantidad de usuarios.

3.2.3. Presupuesto.

Para el desarrollo de las diferentes actividades será necesitara recursos económicos los cuales serán detallados a continuación.

En el diseño de la campaña publicitaria se necesitara una suma de 150,000 mil pesos los cuales serán destinados al pago de la compañía que se encargara de realizar el diseño y la colocación en los diferentes medios de comunicación, en ese mismo orden serán pagados unos 350.000 mil pesos por los anuncios pasados en los diferentes medios de comunicación.

Serán realizados varios perifoneo durante los tres meses de duración de la campaña, para estos serán destinado unos 75,000 mil pesos, adicional a estos también se estarán regando volantes en diferentes puntos de la provincial y para el desarrollo de esta actividad serán destinado unos 25,000 mil pesos.

Para capacitar a los facilitadores en las diferentes actualizaciones requeridas en las diferentes modalidades, será necesario invertir unos 100,000 mil pesos.

Dentro de la propuesta se pretende crear una base de datos para almacenar las informaciones relevantes a cada acción formativa realizada y para esto se estarán destinando unos 75, 000 mil pesos. Adicional a estos se instruirá a los facilitadores y al personal técnico sobre el nuevo sistema y para ellos será necesario invertir 150, 000 mil pesos.

En total para el desarrollo de la campaña publicitaria serán invertidos unos RD\$ 925,000 mil pesos.

Tabla 13. Presupuesto

Actividad	Recursos en RD\$
Diseño de la campaña publicitaria	150000
Colocación en los diferentes medios	350000
Perifoneo	75000
Volante Mariposa	25000
Capacitación a Facilitadores	100000
Creación de base de datos	75000
Instruir personal en nuevo sistema	150000
Total	925000

Fuente: Elaboración propia.

En el capítulo anterior se presenta una solución a la situación de la oficina satélite sur del INFOTEP partiendo del diagnóstico realizado y donde se evidencio la necesidad de posicionar mejor esta oficina satélite sur.

Conociendo dicho diagnostico se presentó entonces la posible solución a la problemática la cual consiste en la realización de una campaña publicitaria que pretende llegar a todos aquellos potenciales estudiantes de la oficina satélite sur del INFOTEP, dando a conocer los objetivos de dicha campaña y de igual manera las estrategias que serán utilizadas para alcanzar los objetivos planteados además fueron expuestas las tácticas que serán la viabilidad de las estrategias.

Dentro de las estrategias expuestas en este capítulo se puede destacar la necesidad de mejorar el servicio ofrecido por esta oficina satélite sur, puesto que esta estrategia resulta muy importante para el posicionamiento de dicha oficina, debido a que si el servicio es de calidad los usuarios serán promotores de esta oficina en otros escenarios.

También fue expuesto en el capítulo anterior los diferentes recursos que se van a utilizar para el desarrollo de las diferentes actividades que se estarán ejecutando para la campaña publicitaria.

CONCLUSIONES

Con la campaña publicitaria ejecutada para posicionar la oficina satélite sur esta oficina pudo lograr su meta operativa para el año 2014 y dejar la base para el logro de los objetivos institucionales para el año 2015, en el desarrollo de esta investigación se comprobó que luego de desarrollada la campaña publicitaria la oficina satélite sur pudo atraer estudiantes en las áreas que anteriormente no tenía demanda.

Al presentar la campaña publicitaria y puesta en marcha fue de gran alivio para poder lograr los objetivos planteados para el año 2014 ya que para la mitad del año 2014 la situación que atravesaba la oficina satélite sur no era muy favorable en cuando a la métrica de los resultados obtenido hasta entonces. Pero una vez puesta en marcha dicha campaña publicitaria las métricas comenzaron a cambiar y al término de la campaña el panorama es favorable para esta oficina satélite, puesto que le es posible exhibir resultados de acuerdo a lo esperado en su plan de operativo anual.

Después de realizada esta investigación se puede concluir que realmente se necesitaba realizar alguna acción para impulsar o relanzar la oficina satélite sur del INFOTEP.

Un punto muy importante en todo proceso de mejora de algún producto o servicios en el cual se pretenda realizar algún cambio, y es la parte de tomar en cuenta las personas que intervienen en los procesos y en cómo se ofrecen los servicios puesto que primero es necesario enfocarse en las personas y hacerles ver lo importante que son dentro del logro de los objetivos.

RECOMENDACIONES

Es necesario que durante el 2015 se continúe con el seguimiento a las actividades publicitaria en los diferentes medios de comunicación.

Nombrar una persona en la oficina satélite sur para que juntamente con la gerencia de mercadeo del INFOTEP, den seguimiento a las acciones publicitaria de la oficina satélite sur.

Realizar encuesta de satisfacción de clientes en los diferentes cursos que se realizan en la oficina satélite sur.

Realizar charlas en los diferentes centros educativos del ministerio de educación para orientar a los jóvenes sobre la vocación a la modalidad técnico profesional.

Dar seguimiento a toda la ejecución de la oficina satélite sur del INFOTEP y monitorear las métricas mensualmente.

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, a. (2003). Fundamentos de marketing. México: Pearson educación.,
- Perez, i. (2011). La formación I técnico profesional y el empleo. La formación técnico profesional y el empleo, 3-4.
- Stanton, e. w. (2000). Fundamento de marketing.
- INFOTEP. (2010). 30 años de historia y triunfo. Revista integración, 34.
- Braslavsky, c. (5 de 03 de 2009). Revista iberoamericana de educación. Recuperado el 15 de 09 de 2014, de <http://www.rieoei.org/oeivirt/rie09a03.htm>
- Cornejo., m. z. (17 de 02 de 2010). Foro independiente de opinión. Recuperado el 14 de 09 de 2014, de <http://foroin.wordpress.com/>
- Definicion. (2008). Recuperado el 15 de 09 de 2014, de <http://definicion.de/estrategia/#ixzz3econiqpj>
- INFOTEP. (2010). Surgimiento del INFOTEP ley no. 116-80. INFOTEP 30 años de historia y triunfo, 24.
- INFOTEP. (1 de enero de 2014). INFOTEP. Recuperado el 30 de 09 de 2014, de <http://www.infotep.gov.do/art.php?id=6>
- INFOTEP. (01 de 01 de 2014). página oficial del INFOTEP. Recuperado el 30 de 09 de 2014, de <http://www.infotep.gov.do/art.php?id=1101>

ANEXO

Anexo 1

Buenos días, soy estudiante de la maestría Gerencia y Productividad de APEC, estoy haciendo un estudio para determinar el posicionamiento de la oficina satélite sur del INFOTEP, le agradezco su cooperación.

Preguntas:

1). ¿Cuál es el centro de capacitación técnica que primero le llega a la mente al momento de pensar en realizar un curso técnico?

- a) INCOTE b) Centro Cristiano c) INFOTEP d) Fundación
Tarbiat e) Sagrado Corazón de Jesús f) Otros especifique

2). ¿Cuál es el centro de capacitación que prefiere para realizar un curso técnico?

- a) INCOTE b) Centro Cristiano c) INFOTEP d) Fundación
Tarbiat e) Sagrado Corazón de Jesús f) Otros especifique_____

3). ¿Porque prefiere ese centro de capacitación?

- a) Calidad en la formación b) Prestigio c) Variedad en los cursos
d) Calidad de los facilitadores e) Otros especifique_____

4). ¿Conoce usted el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)?

- a) Si b) No_____ pase a la pregunta10

5). ¿Ha utilizado algunos de los servicios ofrecido por el INFOTEP?

- a) Si b) No_____ pase a la pregunta10

6). ¿Conoce usted los servicios c n que ofrece el INFOTEP aquí en San Juan de la Maguana?

- a) Si b) No____ pase a la pregunta10

7). ¿Por cuales medios se enteró de la existencia del INFOTEP en San Juan de la Maguana?

- a) Radio b) Prensa escrita c) Brochure d) Perifoneo
e) Volanteo f) un amigo g) otros especifique_____

8). ¿Cómo considera los servicios del INFOTEP?

- a).Excelente b) Bueno c) Regular d) malo

9). ¿Ha visitado la página web del INFOTEP?

- a) Si b) No

10). ¿Su edad está comprendida dentro del parámetro?

- a) 16 a 20 b) 21 a 25 c) 26 en adelante

11). Sexo.

- Masculino b) Femenino