



INFORME FINAL
ESTUDIO DE IMAGEN INSTITUCIONAL
DE INFOCAL

Presentado por:



Bolivia
Noviembre 2024

Contenido

REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN	4
ENCUESTA A LA POBLACIÓN	4
1. SEGMENTACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO	4
2. LOS QUE ESTUDIAN	4
2.1. LOS QUE ESTUDIAN EN LA UNIVERSIDAD	4
2.2. LOS QUE ESTUDIAN EN UN INSTITUTO TÉCNICO	5
2.3. LOS QUE TODAVÍA NO ESTÁN ESTUDIANDO	6
2.3.1. TODAVÍA NO ESTUDIAN - LOS QUE OPTARÁN POR UNA LICENCIATURA	6
2.3.2. TODAVÍA NO ESTUDIAN - OPTARÁN POR UNA CARRERA TÉCNICA	7
2.3.3. TODAVÍA NO ESTUDIAN – NO SE DECIDEN QUE ESTUDIAR.....	7
2.4. LOS QUE ACABARON DE ESTUDIAR.....	8
2.5. LOS QUE DEJARON DE ESTUDIAR	8
3. ANÁLISIS DEL MERCADO	9
4. LAS PERCEPCIONES SOBRE LA FORMACIÓN TÉCNICA	10
5. LAS PERCEPCIONES SOBRE INFOCAL.....	12
REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN	15
ENCUESTA INTERNA.....	15
6. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS ALUMNOS	15
7. CARACTERÍSTICAS EDUCATIVAS DE LOS ALUMNOS.....	15
8. IMAGEN INTERNA DE INFOCAL	16
9. ASOCIACIONES ESPONTÁNEAS	16
10. CALIFICACIONES	17
11. DEMANDAS	18
12. REDES SOCIALES Y CANALES DE PAGO	18
REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN	19
ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES	19
13. ANTECEDENTES	19
13.1. Lista de entrevistados.....	19
14. LOS HALLAZGOS	20
14.1. Pertenencia a las distintas cámaras	20
14.2. Planes de capacitación	20
14.3. Proveedores	20
14.4. Conocimiento de las actividades que realiza INFOCAL.....	21

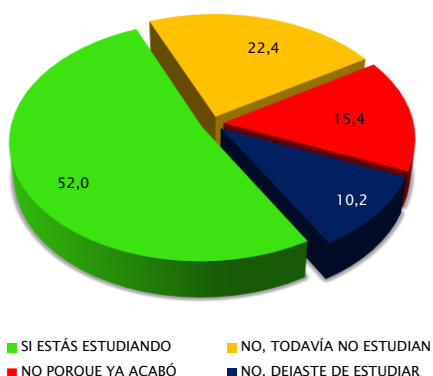
14.5.	INFOCAL y su misión de formar personal altamente capacitado.....	22
14.6.	La disminución de las empresas aportantes a INFOCAL.....	23
14.7.	Medidas cree que debería emprender infocal para revertir esta situación	24
14.8.	Requiere el sector empresarial paceño, un instituto de formación técnica	25
14.9.	Áreas de capacitación	26
14.10.	INFOCAL está atendiendo estas necesidades de capacitación.....	27
14.11.	Formación laboral y Emprendedurismo.....	27
14.12.	Cómo mejorar la vinculación con el sector empresarial.	28
	REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN	30
	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	30
15.	ANTECEDENTES	30
16.	LAS CARRERAS	30
16.1.	ENFERMERÍA:	30
16.2.	PARVULARIO:	32
16.3.	SECRETARIADO EJECUTIVO:.....	33
16.4.	MECÁNICA AUTOMOTRIZ:	35
16.5.	ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y COMERCIAL:	36
16.6.	MECÁNICA INDUSTRIAL:.....	37
16.7.	CONTADURÍA GENERAL:	38
16.8.	GASTRONOMÍA:.....	40
16.9.	SISTEMAS INFORMÁTICOS:.....	42
16.10.	EDUCACIÓN VIRTUAL Y PLATAFORMAS	44
16.11.	BECAS	44
16.12.	PUBLICIDAD.....	44
17.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	45
18.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46

REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN ENCUESTA A LA POBLACIÓN

Los hallazgos encontrados con la investigación a la población son los siguientes:

1. SEGMENTACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO

Se ha encontrado que un poco más de la mitad de la población estudiada, entre 17 a 30 años, se encuentra actualmente estudiando (52%); mientras que un 22% todavía no lo hace, con un 15% que ya acabaron de estudiar y un 10% que dejaron de estudiar.



1.1. Es importante destacar que la población estudiantil en la ciudad de El Alto alcanza a un 55%, mientras **que en la ciudad de La Paz alcanza un 49%.** Siendo **que,** los jóvenes entre 21 y 24 años, estudian en un 70% y en el polo opuesto, los mayores a 25 años lo hacen en un 35%.

1.2. Otros datos reveladores **nos indican que, un 62% de** los estudiantes migrantes rurales están estudiando; mientras que las personas que sólo llegaron hasta el bachillerato no lo hacen en un 34%.

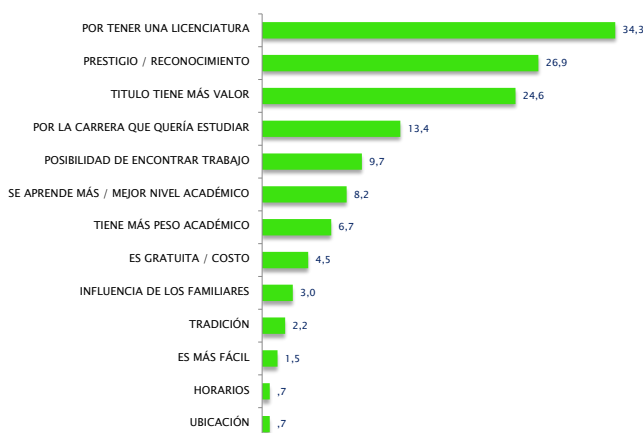
2. En términos absolutos, el 52% de jóvenes que están actualmente estudiando se compone de un 33% que lo hace en la universidad, 13% en un instituto tecnológico y un 4% **en alguna unidad educativa.** Esta categorización nos permitió segmentar el análisis y pormenorizar las conclusiones que se detallan a continuación.

2. LOS QUE ESTUDIAN

3. Del segmento que estudia en términos porcentuales, un 64% lo hace en la universidad, 26% en instituto y un 9% está aún **en alguna unidad educativa.** La investigación permitió establecer que, el 83% de las personas que tienen entre 25 y 30 años y que además estudian, lo hacen en la universidad, al igual que el 74% de aquellos que ya son profesionales o tienen maestría y **que** además continúan estudiando.

2.1. LOS QUE ESTUDIAN EN LA UNIVERSIDAD

4. Las razones para elegir una carrera con licenciatura y no una carrera técnica, están asociadas a tener una "licenciatura" como tal (34%), el prestigio que da ésta en relación a una carrera técnica (26%), el hecho de que el título académico de licenciatura tenga, según los entrevistados, más valor (24%), o simplemente por que esa era la carrera que quería estudiar (13%), entre varios otros motivos.



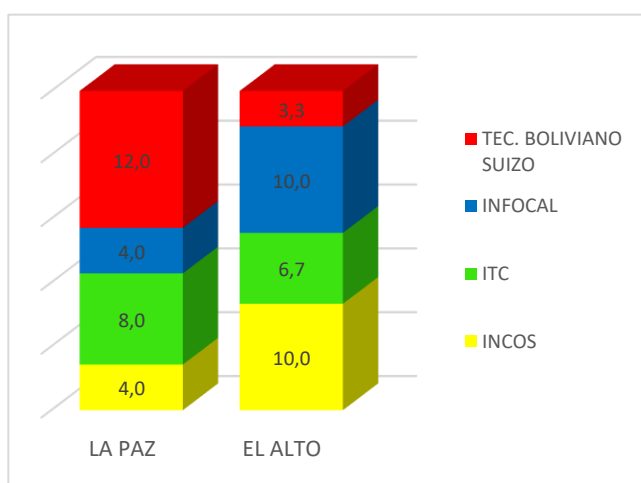
4.1. Se ha logrado detectar que, los estudiantes universitarios dentro del segmento de 17 a 20 años, argumentan que el prestigio de tener una licenciatura es la motivación más importante en un 46% de los casos, mientras

que, entre los que tienen entre 25 a 30 años, consideran que dicho título tiene más valor. Percepción similar a la del 53% de los empleados de tienda.

5. Las carreras de mayor demanda son: medicina y las relacionadas al área de la salud (14%); sistemas informáticos (9.6%); derecho (9.6%); comercial (8.9%); administración de empresas (8.1%); contaduría pública (7.4%); ingeniería civil (6.7%); entre varias otras.
 - 5.1. Las universidades más requeridas son la UMSA y la UPEA, con 25.9% y 23.7% respectivamente.
6. Un dato interesante de este segmento es que, un 49% manifestó haber pensado estudiar alguna carrera técnica, frente a un 43% que no lo haría y se ha encontrado a un 8% que lo podría pensar. Es preciso resaltar al 60% de los migrantes rurales, sí podrían estudiar adicionalmente una carrera técnica.
7. Los que no estudiarían una carrera técnica, argumentan que la licenciatura es más prestigiosa en un 43%, criterio que se extiende al 59% de los estudiantes paceños, que tienen este criterio reacto a la formación técnica, mientras que otro 43% de este segmento, opinan que no estudiaría una carrera porque no tienen tiempo.
8. Entre los que sí podrían estudiar adicionalmente una carrera técnica, optaría por las siguientes carreras: contaduría pública (12.8%); comercio internacional (11.5%); enfermería (10.3%); diseño gráfico (10.3%); sistemas (9.0%) y administración industrial y comercial (7.7%).
9. Por otro lado, en este segmento de estudiantes universitarios, un 72 % están dispuestos a estudiar algún curso adicional de capacitación, destacándose el 86% de los empleados de tienda y el 76% de los estudiantes paceños.
10. Se evidenció además que los que no están dispuestos a pasar un curso de capacitación, alcanzan a un 20% y sus motivos pasan fundamentalmente por la falta de tiempo (75%).
11. Los cursos más demandados en este segmento son idiomas (39%), informática (23%), diseño gráfico (13.1%), marketing (12%), contaduría (8%), gastronomía (7%), o vinculados al área de la salud (7%).

2.2. LOS QUE ESTUDIAN EN UN INSTITUTO TÉCNICO

12. Se ha encontrado que hay una dispersión muy alta en cuanto a la educación técnica, ya que 4 instituciones se disputa el primer lugar en el mercado, INCOS, ITC, INFOCAL y el Tecnológico Boliviano Suizo, cada una con el 7.3% de participación.



12.1. Es muy interesante observar que el Tecnológico Boliviano Suizo, ocupa el primer lugar en La Paz, con un 12% de participación e INFOCAL lo hace en la ciudad de El Alto con un 10%.

13. Las carreras más demandadas entre los estudiantes de institutos técnicos son: enfermería (12.7%); gastronomía (12.7%); belleza integral (10.9%); diseño gráfico, mecánica automotriz y secretariado ejecutivo todas ellas con el 5.5%.

14. Al interrogarles si se cambiarían de instituto, se ha encontrado que un 76% no lo harían, frente a un 21% que opinaba diferente.

15. Los que no lo harían, argumentan estar acabando de estudiar (21%); la buena enseñanza que reciben (21%); el aprecio por su instituto (16%) o la ubicación que tiene el mismo (14%).
 - 15.1. Por otra parte, las razones para cambiar de instituto están asociadas a la mala enseñanza (53%); los malos docentes (23%) o la falta de tiempo y los horarios (23%)
16. Entre los institutos por los que podrían optar, los que pretendieran cambiarse, se encuentran el Pedro Domingo Murillo (23%); la Escuela Nacional de Salud (15%) e INFOCAL (15%).
17. Por otro lado, se ha determinado que la media de costos de los institutos asciende a Bs. 337, llegado en la ciudad de La Paz a Bs. 374, y es posible observar que, entre los estudiantes que son además comerciantes, este costo asciende a Bs. 404. Mientras que, en el polo opuesto, los que son trabajadores por cuenta propia, tienen una media de gastos en educación técnica de Bs. 276.
 - 17.1. Un análisis segmentado de los costos nos permite apreciar que, el 30% de los estudiantes de este segmento, gastan menos de Bs. 200 y un 38% gastan entre 200 y 400 bolivianos; mientras que un 20% lo hacen entre Bs. 400 y Bs. 600, y un marginal 10% eroga más de Bs. 600.
18. Por otro lado, se ha logrado establecer que, a un 63% de los encuestados el costo les parece adecuado; frente a un 14% que opina que el costo les resulta caro y un 16% que opina que es barato o muy barato.
19. Finalmente, en este segmento se les pidió que evaluaran, en una escala de 1 a 10, las variables de calidad de la enseñanza, infraestructura y lo accesible del precio y se encontró que, en el primer caso, la calificación llega a 8.2, en el segundo a 7.3 y en el tercero a 7.4

2.3. LOS QUE TODAVÍA NO ESTÁN ESTUDIANDO

20. En este segmento, se ha observado que un 49% piensa estudiar una licenciatura, frente a un 31% que optará por una carrera técnica y un 11% afirmó que haría ambas; mientras que un 7% aún no se decidió.
 - 20.1. Es importante destacar a los jóvenes entre 21 y 24 años (44%), los varones (39%), y los que ya tienen cursos técnicos o universitarios (34%) presentan una mayor predisposición a optar por las carreras técnicas.

2.3.1. TODAVÍA NO ESTUDIAN- LOS QUE OPTARÁN POR UNA LICENCIATURA



21. Se ha evidenciado que las motivaciones para estudiar una licenciatura, están referidas al prestigio y reconocimiento (33%); la posibilidad de encontrar trabajo (22%); se tiene un mayor nivel académico (14%); el título tiene más valor (13%); por tener una licenciatura (13%); o porque es la carrera que quieren estudiar (11%), entre varios otros argumentos.

22. Las carreras más demandas son enfermería (25%); policía o militar (18%); medicina (18%); gastronomía (16%); administración de empresas (14%); ingeniería industrial (13%) o informática (11%), entre varios otros.

23. Cuando se interrogó sobre si piensan estudiar una carrera técnica adicionalmente, se encontró que sólo el 33% manifestó que sí, frente a un 51% que no lo haría y un 14% mantuvo una postura intermedia.

24. Las razones para no estudiar una carrera técnica adicional, se refieren al prestigio de la licenciatura (57%); la falta de tiempo (25%) o quiere estudiar una licenciatura (14%).
25. En el sub segmento que podría estudiar una carrera técnica, se encuentra aquellos que optarían por mecánica automotriz o industrial, diseño gráfico, comercio internacional o enfermería.
26. En este segmento poblacional se encontró además que un 56%, si estarían dispuestos a estudiar algún curso técnico, mientras que un 33% no está interesado y un adicional 9% tiene una posición dubitativa al respecto.
 - 26.1. Es posible apreciar que el 64% de las mujeres que todavía no están estudiando, junto al 69% de este segmento y el 59% de los no migrantes, están dispuestos a estudiar algún curso técnico.
27. La razón más importante para no hacer un curso de capacitación está asociada a la falta de tiempo, a criterio del 58% de los entrevistados; seguido por la falta de dinero (17%) o al de no encontrar, algún curso que le agrade (17%).
28. Los cursos más demandados son: idiomas(27%), informática (15%), gastronomía (13%), contaduría, marketing, diseño gráfico (10%)

2.3.2. TODAVÍA NO ESTUDIAN- OPTARÁN POR UNA CARRERA TÉCNICA

29. En el segmento de aquellos que no estudian aún, pero manifestaron que desearían una carrera técnica, se les consultó por qué una técnica y no una licenciatura; se encontró que un 30% de los jóvenes de este segmento, argumentaban que era más corta, mientras que otro tanto, manifestó que estudiaría o tiene la intención de estudiar ambas; mientras que un 15% adicional, opinó que le gusta esa carrera.
30. Las carreras más demandadas de este segmento son la mecánica automotriz (30%); diseño gráfico (15%); administración (15%), contaduría (7%), entre varias otras.
31. Otro dato interesante de las personas de este segmento, es que la motivación para el estudio de una carrera, está centrada en el trabajo que se realiza propiamente dicho (53%); mientras que un 15% lo asocia a la oferta laboral.
32. Los institutos más demandados para este segmento son INFOCAL (25%), Simón Bolívar (25%), CEA, INCOS e ITAB (8.3% respectivamente).
33. Lo más atrayente de los institutos demandados, es la calidad de la enseñanza (30%), los buenos docentes (7%), las carreras que tienen (7%) o el prestigio; aunque se ha encontrado que, un 15% no sabe o no pudo explicar exactamente sus motivaciones para elegir un determinado instituto.
34. La media de gasto previsto para su formación en un instituto llega a Bs 434; pero entre el segmento de los que hablan español nativo, asciende a unos Bs. 675; mientras que aquellos que sólo hablan español, alcanza a Bs. 327.
35. En este grupo, las personas que piensan estudiar algún curso de capacitación adicional, alcanzan un 69%; mientras aquellas que no están dispuestas a hacerlo, ascienden a un 30%.
36. Entre los cursos más demandados están, idiomas (33%); marketing (22%); peluquería (11%); sistemas (11%), gastronomía (11%) o cajero de banco (11%).

P29¿POR QUÉ UNA CARRERA TÉCNICA Y NO UNA LICENCIATURA?



2.3.3. TODAVÍA NO ESTUDIAN – NO SE DECIDEN QUE ESTUDIAR

38. Este segmento es ya bastante reducido, pero es posible apreciar que su dubitación se debe a que no tiene información sobre que estudiar (50%). Mientras que de aquellos, Un (62%) podría estudiar una

carrera técnica, entre las que se destacan turismo y hotelería, gastronomía o parvulario; aunque no saben con claridad en que instituto lo harían. (INFOCAL aparece en el listado con 16%) y tienen una media presupuestaria de Bs. 291

2.4. LOS QUE ACABARON DE ESTUDIAR

44. En este segmento, se destacan las personas que acabaron de estudiar enfermería (14.5%), ya sea como licenciatura o en grado técnico, contaduría (12%); medicina (8%); administración (8%); derecho (8%), o alguna ingeniería (4%).
45. Entre las instituciones académicas de las que egresaron resaltan la UMSA (21%) y la UPEA (11%), aunque también se destacan la UTB (9.7%), la Universidad Salesiana (6.5%), UNIFRANZ (4.8%) e INFOCAL (4.8%).
46. En este estrato, hay bastante polaridad sobre estudiar una carrera técnica adicionalmente, ya que, (46%) opina favorablemente y un (48%) opina lo contrario. Existiendo algunos matices interesantes,



ya que, el (51%) de los paceños no optaría por una carrera técnica adicional; mientras que un porcentaje similar de alteños, si lo haría.

47. En todo caso, la mayor objeción a este tipo de formación está vinculada al tiempo (50%).

48. Otro dato revelador, es que los ya egresados o profesionales, podrían optar por gastronomía (21%); contaduría (15%); administración (12%) o sistemas informáticos (9%).

49. Pero si, en cuanto a las carreras técnicas había polaridad, en relación a los cursos de formación no la hay, ya que, un 67% de los consultados de este segmento, si accedería a uno, destacándose los que hablan español y algún idioma nativo (81%).
50. Las razones más destacadas para no estudiar un curso de formación técnico, se refieren a la falta de tiempo (68%); la falta de dinero (12%) y el no requerir una formación técnica (12%).
51. Los cursos de capacitación más demandados en este segmento son: idiomas (43%); contaduría (17%); gastronomía (8%); sistemas (6%) y marketing, entre varios otros.

2.5. LOS QUE DEJARON DE ESTUDIAR

52. Este segmento que representa al 10% del universo, tienen como característica que, de ellos, el 48% aseveró que dejaron de formarse por falta de dinero, un (29%) adicional, señala que fue la falta de tiempo como principal razón, un 17% por motivos familiares y 12% por el cuidado a los hijos o a algún familiar, entre otros.

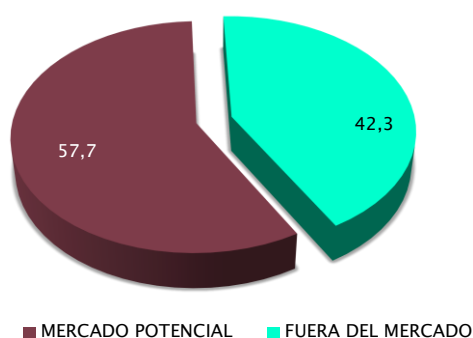
52.1. Cabe destacar que, se ha encontrado un 53% de las mujeres dentro de este segmento, que dejaron su educación por falta de dinero.

53. Por otro lado, se observa que el 67% de los encuestados de este grupo, manifiestan que están dispuestos a retomar sus estudios. Entre los que se destacan el 76% de jóvenes alteños y un 84% de mujeres.

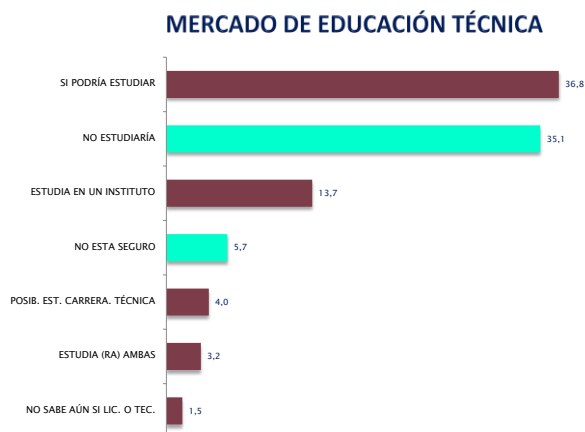
54. Los que no retomaran sus estudios, argumentan que no les es posible por la falta de ingresos en un 46% de los casos, y otro tanto, por falta de tiempo y adicionalmente por no tener apoyo familiar.
 55. En el otro extremo, los que si están decididos a culminar su formación alegan que desean terminar sus estudios (34%), tener más ingresos actualmente (26%); tener más tiempo (15%) o contar ahora con apoyo familiar (11%).
 56. Las carreras demandadas por este grupo son: arquitectura, comercio internacional, gastronomía y derecho, entre las más destacadas.
 57. Por su parte, las instituciones señaladas para retomar sus estudios son la UMSA (23%); UPEA (15%); INCOS, P.D. MURILLO (7%); UDABOL, UNIFRANZA (7%) y aparece INFOCAL con un 3.8% en el octavo lugar.
- 57.1. Por otro lado, el presupuesto medio para retomar los estudios asciende a Bs.1038.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

- a) Una vez analizados los segmentos del mercado, es posible establecer que el mercado potencial de la formación técnica alcanza al (57.7%) del universo estudiado; mientras que un (42.3%) quedaría excluido del mismo.
- b) Es posible apreciar en el mercado potencial que, un (64%) de los jóvenes que actualmente están estudiando, podrían optar alternativamente por una carrera técnica, al igual que el (68%) de los migrantes rurales, el 64% de los que residen en El Alto, el 66% de los que estudian y trabajan y el 62% de los que están entre los 17 y 20 años.



- c) Si bien el 57% aparece como mercado potencial, el mercado objetivo de la formación técnica llega a un 13% de los casos, cifra que alcanza a un (26%) entre los que estudian y trabajan.
- d) En el mercado de la formación técnica, las carreras más demandadas son la enfermería, que llega al (11%) de los casos, seguido por gastronomía (9%); mecánica automotriz (8%); comercio internacional (7.3%), contaduría general (7.3%); diseño gráfico (6.3%), sistemas (5.3%), belleza integral (5.0%) y administración industrial y comercial (5.0%), entre varias otras.



e) Por otro lado, se ha encontrado que las percepciones negativas hacia la formación técnica, están referidas a dos temas centrales. El hecho de que la licenciatura tiene mayor peso académico y la falta de tiempo (40.2%); aunque también, se mencionan la falta de interés por una carrera técnica (10%), por trabajo (9%), o el deseo de hacer una maestría (8%).

4. LAS PERCEPCIONES SOBRE LA FORMACIÓN TÉCNICA

58. Luego se pidió a todos los encuestados que calificaran la formación profesional en Bolivia. En una escala del 1 al 10, se obtuvo una media de 6.93, destacando los que trabajan en tiendas que llegan a un 7.33.

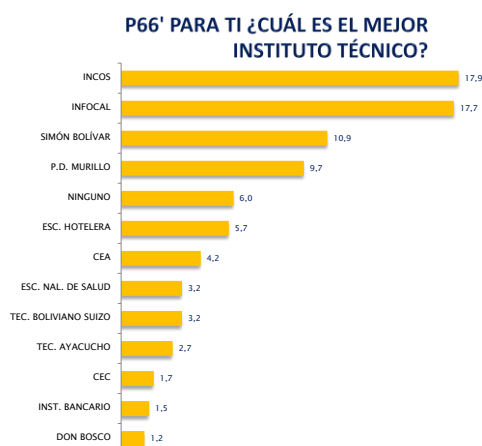
59. Seguidamente, se pidió que se calificara a la formación técnica. El resultado es una centésima superior, alcanzando el 6.94, y en esta variable, destacan las personas con actividad agrícola que llegan a estimarla en un 8, en dicha escala.

59.1. Comparativamente, los jóvenes entre 17 a 20 años, califican de mejor forma la formación técnica 7.30, que a la formación profesional 7.20.

59.2. Por otro lado, se ha encontrado que, al estimar las calificaciones por rangos, se puede apreciar que un (49%) de los casos, las calificaciones varían entre 7 y 8, sobre 10. Al analizar esta variable por ocupación, encontramos que los profesionales independientes califican la formación técnica en un rango de 5 a 6 en un 56% de los casos, mientras que los empleados de tienda lo hacen entre 7 y 8 en un 55%.

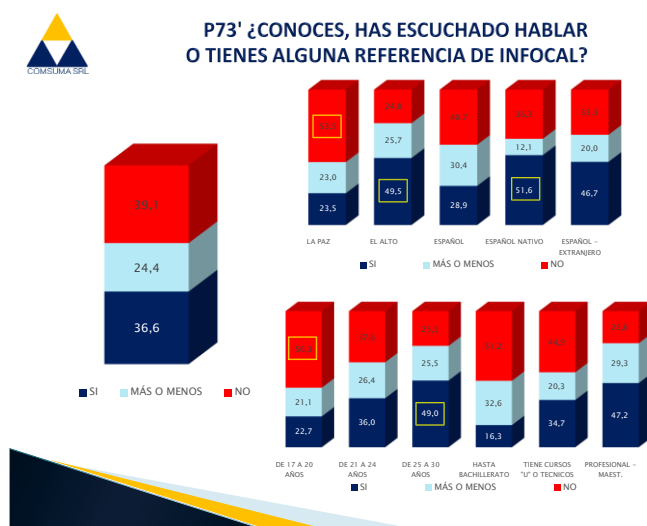


60. Las razones para signar las calificaciones muy malas, es decir, inferiores a 4, se basan en que, las consideran de muy mala calidad educativa; malos docentes, informales y desorganizadas. Las razones por las cuales califican de “regular”, es decir entre 5 y 6 sobre 10, argumentan que su nivel es inferior al universitario; no hay mercado laboral y tienen malos docentes. Por su parte, las calificaciones que van entre 7 y 8, opinan que hay una buena enseñanza, o que por lo menos, es práctico estudiar una carrera técnica; mientras los que le asignan calificaciones muy altas, entre 9 y 10, argumentan que su enseñanza es buena, es práctica y que es accesible.
61. Las mayores virtudes se refieren a los horarios (31%); el fácil acceso (21%); la formación práctica (19%); el ser económicas (17%); los convenios con empresas e instituciones (15%) y el corto tiempo de estudio (13%).
62. Por otra parte, los mayores defectos se encuentran en que no dan licenciatura (36%); su costo (29%); la falta de publicidad (29%); que no son completas (29%); la mala infraestructura (29%); los malos docentes (26%); no hay oportunidades de trabajo (24%), entre varias otras.
63. Las razones por las que los encuestados suponen que las personas optan por la formación técnica, se refieren a que son carreras más cortas (50%); son más fáciles (24%); son más baratas (23%) o por no poder ingresar a las universidades públicas (12%).
64. Por el contrario, el no optar por las carreras técnicas, está asociado a que no tienen prestigio (27%); el ser inferiores a la licenciatura (26%); tienen menos peso académico (24%); la formación universitaria es más completa (17%) o no hay oportunidades de trabajo.
65. El posicionamiento de los institutos técnicos, muestra a INCOS en el primer lugar con (31%), INFOCAL en segundo lugar con un (29%); Pedro Domingo Murillo tercero con un (12%); Simón Bolívar con (11%) en el cuarto lugar y a Don Bosco en quinto con un porcentaje similar.
- 65.1. Es posible destacar el posicionamiento de INFOCAL entre los trabajadores por cuenta propia llega a un 50% de los casos, los que hablan español e idioma extranjero a un 40%; mientras que INCOS está muy posicionado entre los transportistas 60%.
66. Los mejores institutos son INCOS (17.9%); INFOCAL (17.7%); Simón Bolívar (10.9%); Pedro Domingo Murillo (9.6%) y la Escuela Hotelera (5.7%).
67. Las razones más importantes de las calificaciones a los institutos técnicos están relacionadas con las buenas referencias que cuentan (43%) y al nivel académico (40%).
- 67.1. En el caso de INCOS, las buenas referencias llegan a un 52.8%, al igual que el nivel académico; mientras que en INFOCAL, el nivel académico es una poco inferior, alcanzando el 49% y las buenas referencias llegan a un 45%.
68. En el polo opuesto, un importante (28%) de las encuestados, manifestó que ninguno es el peor instituto y un adicional (23%) no sabía cual era el peor, apareciendo CEA como el más reprobado en un (10%) de los casos, seguido por el Tecnológico Ayacucho con (4.7%) e INFOCAL en el quinto lugar con un 4.5%.
69. Cuando se consultó porque era el peor, un 55% de las personas manifestaron no tener información sobre esto, mientras que los malos docentes (16%), el bajo nivel educativo (12%), no ser conocidos (7%) o la mala reputación (7%), son las causas generales para estar en esta categoría el peor instituto.



- 69.1. Analizando cada uno de las instituciones encontramos que en el caso de INFOCAL los malos docentes (27%), su mala reputación (22%), su bajo nivel educativo y malos equipos (16%) son las percepciones para considerarlo como el peor instituto.
70. Aunque las percepciones de los jóvenes participantes del estudio apuntan a que, tanto la formación universitaria como la técnica te dan posibilidades de trabajo, en un 61% de los casos opinó que, ambos te dan oportunidades laborales, mientras que un 25% opina que es la universitaria la que brinda mayores opciones de encontrar trabajo, frente a un 11% que asegura que, por el contrario, es la formación técnica.
71. En otro orden de cosas, la modalidad de estudio más conveniente para los encuestados es la presencial con un holgado 77% de los casos, un 20% asegura que tanto al presencial como la virtual son opciones convenientes, llegando al 24% de los casos entre los que tienen 25 a 30 años.
72. Los mejores medios para recibir información sobre la formación técnica están vinculados a Facebook (57%), WhatsApp (40%), Tik Tok (26%), Instagram (12%), y televisión (9%). Cabe destacar que las personas que ya terminaron sus estudios, prefieren el Facebook en un 69% de los casos.

5. LAS PERCEPCIONES SOBRE INFOCAL

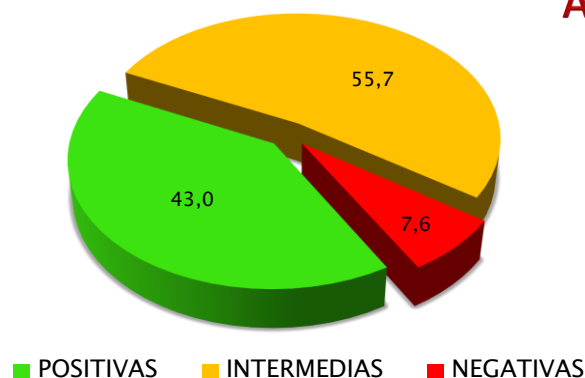


otro tanto de los que tienen entre 25 y 30 años, si tienen referencias sobre la institución, mientras que en el polo opuesto, el 53% de los paceños, el 56 de los que tienen entre 17 y 20 años, el 54% de aquellos que todavía no están estudiando y el 49% de los que sólo estudian, no tienen referencias de INFOCAL.

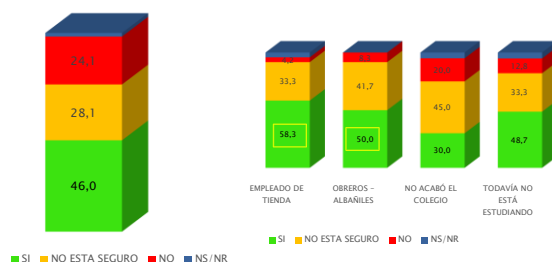
74. Entre las personas que si tienen referencias, se encontró que lo primero que piensan (asociación espontánea) es que es un instituto de formación (31%), que tiene prestigio (15%), que tiene varias carreras (12%), en una buena enseñanza (19%), entre varios otros.
- 74.1. Una visión agrupada muestra que 55% de las opiniones de INFOCAL son neutras, mientras que 43% de ellas son positivas y un 7.6% negativas.
- 74.2. Puede apreciarse en el análisis de las variables independientes que en el segmento de obreros y albañiles en un 63% tienen percepciones positivas, mientras que en entre los que dejaron de estudiar, las opiniones intermedias alcanzan el 69%.

P74'LO PRIMERO QUE PIENSAS DE INFOCAL

AGRUPADO



75. Seguidamente se preguntó que había escuchado sobre INFOCAL y se encontró que las referencias externas se asocian a que tiene varios cursos y carreras (18%), que es un buen instituto (13%), que tiene buena enseñanza (12%), que tiene prestigio (9%), o que tiene buenos docentes (8%).
- 75.1. Al agrupar las percepciones, encontramos que las positivas ascienden a un 51% y las neutras o intermedias, alcanzan a un 41%. Pero las negativas casi se duplican, llegando a un 14%.
- 75.2. Las percepciones positivas están acentuadas entre los migrantes rurales (70%) los que tienen entre 21 y 24 años (54%), empleados de oficina (63%) y los de tienda (63%), pero las negativas entre los trabajadores por cuenta propias (33%) y también entre los migrantes rurales (29%).
76. Las virtudes no están muy posicionadas ya que 16% asegura que no tienen información sobre ello y un adicional 11% no sabía cuales eran éstas. Lo destacable son el buen nivel académico (16%), los buenos horarios (8.9%), y los buenos docentes (8%). Es de resaltar que, entre los encuestados que tienen entre 17 y 20 años, el buen nivel académico alcanza al 26%.
77. En lo que concierne a los defectos, un 53% de las personas consultadas no tenía conocimiento de éstos, mientras que un 8% asegura que era caro, 5.7% que tenía malos docentes y 4.9% que impartía mala enseñanza.
78. Cuando se interrogó sobre si INFOCAL era una buena opción educativa, se observó que un 56% manifestó que si lo era, y un 31% no estaba seguro y, en el polo opuesto, 4.1% que opina que no, habiéndose detectado a un 8% que manifestó que no podía opinar sobre el tema.
79. Las razones para considerar una buena opción educativa, se basan en el prestigio (33%) y la buena enseñanza (17%), mientras que los que la consideran como una mala opción argumentan que su nivel educativo es deficiente (30%), tardan mucho en entregar los títulos (20%) o que tiene mala reputación. En el medio se encuentran aquellos que no están seguro de que sea una buena opción educativa, quienes argumentan que no tiene mucha publicidad.
80. La posibilidad de inscribirse o cambiarse a INFOCAL muestra a un importante 46% de encuestados que conocen la institución, que si lo harían, frente a un 24% que opina de forma contraria y aparece un 28% que no está seguro sobre el tema.
- 80.1. Es importante destacar que hay un 58% de empleados de tienda y un 50% obreros y albañiles que si se inscribirían o cambiarían a INFOCAL.

**P80' ¿SI PUDIERAS HACERLO
TE INSCRIBIRÍAS O CAMBIARÍAS A INFOCAL?**

81. Las razones para cambiarse tienen que ver con el prestigio (28%), y la buena enseñanza (12%); para no hacerlo está asociado a que prefieren una licenciatura (14%), no tiene tiempo (11%) o que está cómodo con su instituto (11), mientras que los que no están seguros argumentan que INFOCAL no tiene mucha publicidad (20%), no tiene tiempo (11%) o no conoce lo suficiente a la institución (11%).

82. Cuando se preguntó

sobre si en INFOCAL había la carrera que querían se encontró que un 46% aseguró que si había, y un adicional 38 manifestó que no estaba seguro frente a un 15% que afirmó que la institución no dictaba dicha carrera.

82.1. En esta variable se ha encontrado que el 54% de los alteños, el 68% de los empleados de oficina y el 75% de los empleados de manifiestan que si hay la carrera que ellos requieren.

83. Las personas que asegura que si existe la carrera que quieren manifiestan que ésta es enfermería (23%), mecánica automotriz (14%), gastronomía (12%), sistemas (11%), o contaduría (19%).

83.1. Los que no están seguros se refieren a las carreras de sistemas (19%), gastronomía (14%), mecánica automotriz (12%), enfermería (11%), o contaduría general (11%).

83.2. En el otro extremo, los que afirman que no existe la carrera que desearían mencionan a medicina (18%), contaduría general (9%), administración industrial (6%), gastronomía (6%) o comercio exterior (6%)

84. Por otro lado, se consultó a todas las personas encuestadas si sabían cuánto costaba los cursos en INFOCAL y se encontró que un muy significativo 69% aseguró que no conocía este dato, mientras que 16% si sabía y un adicional 14% tenía alguna referencia ambigua.

84.1. En esta variable los menos informados son los profesionales independientes (83%) y aquellos que todavía no están estudiando (79%).

85. Luego se les informaba del costo de la matrícula y a continuación se les preguntaba si consideraban que esta era cara, barata o estaba acorde, y un 75% de los encuestados manifestó que estaba bien ese monto.

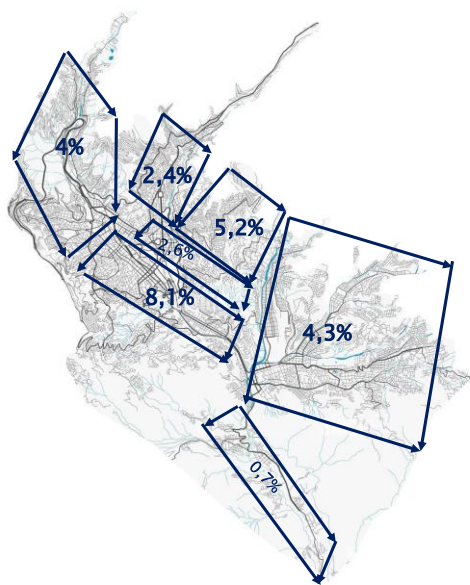
86. Para finalizar se encontró que un 64% d ellos encuestados estaba predispuesto a recibir información sobre INFOCAL, frente a un 19% que no estaba interesado y un colateral 16% que no estaba seguro de aquello.

REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN ENCUESTA INTERNA

Los principales hallazgos del estudio son los siguientes:

6. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS ALUMNOS

Se ha logrado establecer que el (43%) de los estudiantes de INFOCAL son varones, el 56% mujeres, con una media de 23.4 años y en un 68% de los casos residen en El Alto, mientras que un 24% lo hacen en la ciudad de La Paz.



De los estudiantes residentes en La Paz (en valores absolutos), el 4.3% viven en la zona sur, un adicional (2.6%) lo hacen en la zona central, que incluye, Miraflores y Sopocachi. Un (8.1%) vive en la ladera este, desde la Av. Buenos Aires hasta la Ceja; 4% residen en Achachicala, Pura Pura, hasta La Portada; 2.4% en Villa Fátima y sus alrededores, (5.2%) en Villa Copacabana y San Antonio, y un (0.7%) en Achocalla.

Por otra parte, en la ciudad de El Alto, las zonas con mayor presencia son la Norte (Ballivián – Alto Lima) con un (17%) del alumnado, seguido por la sur, Senkata, Ventilla con el (11%); la zona central que va desde Villa Bolívar D hasta Romero Pampa, alberga a más del 18% de los alumnos, mientras que Satélite y sus

alrededores alcanzan a un 5.5%.

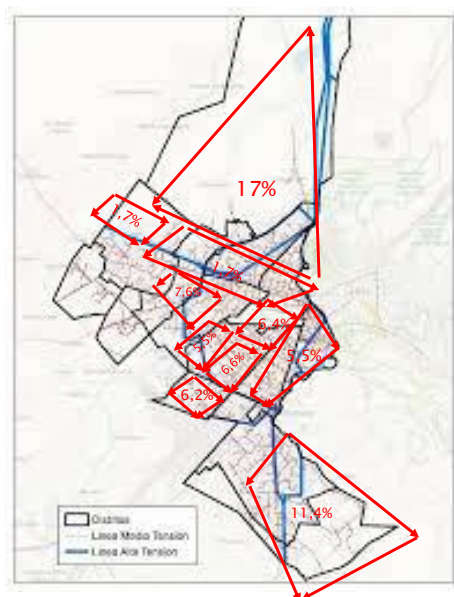
Otro dato interesante es que, un (23%) de los alumnos que tienen un idioma originario hablado en el hogar y un (18%) son migrantes, de los cuales (13%) son rurales.

Complementariamente, se ha detectado que un importante 63% de los alumnos manifiestan tener otra actividad al margen del estudio en INFOCAL, que en su gran mayoría, se refiere a trabajo en distintos rubros.

7. CARACTERÍSTICAS EDUCATIVAS DE LOS ALUMNOS

Se ha logrado evidenciar que, en la ciudad de El Alto, las carreras con más estudiantes son enfermería, contaduría, gastronomía, sistemas y parvulario; mientras que, en La Paz, las predominantes son enfermería, contaduría, gastronomía y sistemas.

Las unidades educativas que más aportan alumnos en La Paz son: Holanda, Don Bosco, Liceo La Paz, Chasquipampa, Bolivia, Enrique Liderman, entre varios otros; mientras que en El Alto lo hacen: Primero de mayo, 6 de junio, América Panorámica, Brasil, Eduardo Abaroa e Illimani.



13. Otro hallazgo importante del estudio se refiere a la presencia de estudiantes egresado de unidades educativas públicas, que llega al (86%); mientras que, de las unidades educativas privados alcanza a un (7%) y los de convenio a un (5%).

8. IMAGEN INTERNA DE INFOCAL

14. Los medios más frecuentes por los cuales los alumnos se enteraron de INFOCAL son las redes sociales (31%), las referencias de conocidos (23%); publicidad impresa (22%) y amigos o compañeros de colegio (17%).

14.1. Es importante destacar que, en La Paz, las redes sociales alcanzan a un 44%, las referencias de conocidos a un 40% entre los migrantes urbanos, al igual que el 36% de los estudiantes de convenio.

15. Las motivaciones para ingresar a INFOCAL están asociadas a que existía la carrera que quería (21%), el deseo de superación (19%), el buen nivel académico (16%), las referencias y el prestigio de la institución (9%) y los consejos de familiares (8%).

16. El nivel de satisfacción en haber elegido INFOCAL alcanza a un 7.4 en una escala del 1 al 10, y la elección de carrera, a un 8.5.

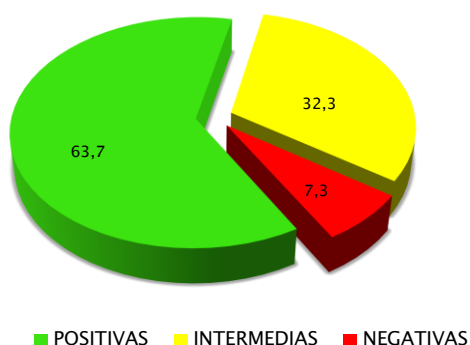
17. Se ha encontrado que los estudiantes consultados, cursaron programas de formación y capacitación en un (20%) de los casos, resaltando los migrantes rurales que llegan a un 36%.

17.1. Con una media de 2.12, el 41% de los alumnos cursó 1 y el 30% lo hizo en 2 ocasiones.

17.2. Los programas más demandados son primeros auxilios en un (11%), computadoras e Inyectables con el (7%) y costos y mecánica básica en un 6%.

9. ASOCIACIONES ESPONTÁNEAS

18. El 63% de las percepciones de los estudiantes, en relación a INFOCAL, son positivas. Siendo



las opiniones más frecuentes que, es una *“buena institución”*, que tiene *“prestigio”*, que tiene *“buena enseñanza”* o *“buenos docentes”*. Por otro lado, se ha encontrado un (32%) de percepciones intermedias o neutras, como que, *“es un instituto”*, *“estudiar”*, *“tener título”*. Adicionalmente también, se encontraron percepciones negativas como

“decae la institución” o *“es mala institución”*.

- 18.1. Es importante destacar que las percepciones positivas se acentúan en las unidades educativas de convenio (80%) y en los estudiantes mayores a los 30 años (75%).
19. Las mayores virtudes se refieren al nivel académico (25%), los docentes (11%), el prestigio (8%) o el buen trato (7%),
20. Mientras que los defectos están referidos a la falta de infraestructura (15%), malos materiales e insumos (7%), malos equipos (7%) y la limpieza (7%).

21. La imagen de las carreras son un tanto mejores que la de INFOCAL en general, alcanzando un 65% de las percepciones positivas, también se evidencia un mayor porcentaje de percepciones neutras (37%) y una menor cantidad de negativas (2.6).
22. Las mayores virtudes de las carreras son la buena enseñanza, el ayudar a las personas, las prácticas, las oportunidades de trabajo y los buenos docentes.
23. Por otra parte, los defectos hacen referencia a la falta de materiales, falta de computadoras, malos docentes, falta de prácticas, aunque un importante 15%, menciona que no encuentra defectos.

10. CALIFICACIONES

24. El promedio general de calificación de INFOCAL, medido en 29 variables, es de 6.5 en una escala de 1 al 10. Como puede apreciarse en la siguiente tabla:

VARIABLE	Total
LA DURACIÓN DE LA CARRERA	8,1
LA CALIDAD DOCENTE	7,7
LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA	7,6
LA MALLA CURRICULAR	7,3
EL NIVEL DE PRESTIGIO Y/O RECONOCIMIENTO DE LA CERTIFICACIÓN DE INFOCAL	7,2
LA COMUNICACIÓN ALUMNO - DOCENTE	7,1
LA LIMPIEZA EN INFOCAL	6,9
LA ATENCIÓN EN CAJAS	6,8
LOS INSTRUMENTOS DE ENSEÑANZA	6,8
LA CALIDAD DE LAS PRÁCTICAS LABORALES	6,8
LA PUBLICIDAD DE INFOCAL	6,7
EL ACCESO A PRÁCTICAS LABORALES	6,6
LA PROBABILIDAD DE CONSEGUIR TRABAJO	6,6
LA DOCUMENTACIÓN ENTREGADA AL ALUMNO	6,6
LA COMODIDAD DE LAS AULAS	6,5
LA ATENCIÓN AL ALUMNO	6,5
LA CAPACIDAD DE LAS INSTALACIONES	6,5
LA CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN	6,5
EL MOBILIARIO	6,3
EL PÁGINA WEB	6,2
LOS SERVICIOS ESTUDIANTILES	6,2
LOS CANALES DE PAGO	6,2
EL EQUIPAMIENTO	6,1
EL PLATAFORMAS VIRTUALES DE CLASES (TEAMS)	6,1
EL EQUIPAMIENTO DE TALLERES	6,0
EL PLATAFORMA EDUCATIVA (SAGA)	6,0
EL EQUIPAMIENTO DE LABORATORIOS	5,9
LA AGILIDAD EN LOS TRÁMITES	5,8
EL SERVICIOS DE INTERNET	4,0
PROMEDIO	6,5

En este sentido, aparece como el factor más valorado la duración de la carrera, la calidad de los docentes, la metodología de enseñanza, la malla curricular, el prestigio institucional, y la comunicación alumno docente, con ponderaciones superiores a 7 puntos.

En el otro extremo, los servicios de internet, la agilidad de los trámites, el equipamiento de laboratorios, la plataforma SAGA, el equipamiento de talleres y las plataformas virtuales son las menos valoradas, con calificaciones por debajo de 6.1.

53. Por otro lado, se pidió que se calificara los costos de los trámites de titulación, con base a una escala Likert de 5 puntos; se encontró que, un importante (41%) manifestó que no conocía aún los tramites de titulación y los costos. Del restante 59%, un 26% aseguró que estaban bien; pero un 31% afirmó que eran caros (17%) o muy caros (14%).
54. Seguidamente se les consultó sobre el precio de la matrícula y un significativo 62% opinó que estaba bien; aunque un 32%, aseguro que es cara (23%) o muy cara (9%).

11. DEMANDAS

55. Las principales demandas de los estudiantes hacen referencia al equipamiento, al mejoramiento de los laboratorios, de la infraestructura, los docentes, los talleres y prácticas, dotación de más infraestructura, mayor comprensión con los estudiantes y mejora en los procesos de titulación.
56. Las mejoras en las carreras están vinculadas al equipamiento (21%); las prácticas (13%); los laboratorios (10%); los docentes (9%); la infraestructura (7%) y dotar de mayor información al estudiante (7%), entre varios otros.



12. REDES SOCIALES Y CANALES DE PAGO

57. Las redes sociales más seguidas por los estudiantes son, por orden de importancia: WhatsApp (82%); Facebook (78%); Tik Tok (69%); YouTube (46%); Instagram (22.5%); Telegram (21%) y en mucha menor medida Snapchat (13%) y “X” (7.7%).
58. Según los estudiantes, los medios más apropiados para efectuar el pago son al contado (55%); QR (49%) y mucho más atrás, aparecen el depósito bancario (22%) y la tarjeta (15%).

REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES

13. ANTECEDENTES

Una parte de la investigación tenía como objetivo rescatar las percepciones de un grupo de empresarios, sobre como veían ellos la formación técnica, las necesidades de formación que tenían sus empresas y sectores empresariales, y la percepción sobre INFOCAL. En este contexto es importante aclarar la importancia de la utilización de instrumentos cualitativos, como la entrevista a informantes claves, ya que, son una de las formas de recolección de datos más usadas para la determinación de necesidades, investigación, monitoreo, y evaluación.

Esta técnica era indispensable para el proyecto porque "...la investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes ... "(Hernández Sampieri). Este enfoque cualitativo aportó a la investigación, la herramienta necesaria para comprender la perspectiva de los empresarios acerca de los objetivos investigativos mencionados, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, y en la forma en que los empresarios perciben esta realidad.

13.1. Lista de entrevistados

La siguiente tabla muestra el listado de los entrevistados, las fechas en las que se realizó la misma, y el cargo que ocupa la personas que brindó la información:

NO	EMPRESA	FECHA	NOMBRE DEL EJECUTIVO	CARGO EN LA EMPRESA
1	FERROVIARIA ANDINA	28/10/2024	MELANY CORONEL	JEFE DE RRHH
2	SOBOCE	1/11/2024	DALMA DELGADO BERNAL	JEFE DE RRHH
3	VIEJO ROBLE	4/11/2024	SHIRLEY REA	ENCARGADA COMERCIAL
4	GLENCOR	4/11/2024	ÁNGELA POMA	ENCARGADA ADMINISTRATIVA
5	CAFÉ KHOFISUYO	5/11/2024	JAVIER MALDONADO	GERENTE PROPIETARIO
6	BELMED (WELLA)	6/11/2024	ENRIQUE CLAVIJO	JEFE DE RRHH
7	SMARCARGO LOGISTIC	8/11/2024	MILENKA CORANI	ADMINISTRADORA
8	RESTAURANTE LA CAPITAL	11/11/2024	ERNESTO OLIVARES	GERENTE PROPIETARIO
9	OTIS BOLIVIA	12/11/2024	CARLOS	GERENTE GRAL.
10	CLÍNICA CIES	12/11/2024	BETY QUISPE	JEFA DE ENFERMERIA
11	LA CASCADA	13/11/2024	ÁLVARO LLANOS	JEFE DE RRHH

14. LOS HALLAZGOS

Luego de haber sistematizado las entrevistas efectuadas se han reportado los siguientes hallazgos

14.1. Pertenencia a las distintas cámaras

Del conjunto de entrevistados visitados se ha encontrado que sólo 2 no pertenece a alguna cámara empresarial, que son Smart Logic y CIES, este último es una ONG. En su mayoría los participantes, perteneces a la Cámara de Comercio o a la Asociación gastronómica.

14.2. Planes de capacitación

Un segmento importante de ejecutivos de empresas visitadas manifiesta tener planes permanentes de capacitación, aunque no muy consolidados:

“La verdad que es a requerimiento, digamos que ellos necesitan capacitarse en alguna aplicación en específico, entonces se hace ahí la gestión como para contratar alguna empresa que se acomode a eso” (Glencore)

“Capacitaciones anuales específicamente en las áreas que intervienen, es decir, capacitaciones en ventas, en mantenimiento, de producción, inducciones y demás.” (Belmed)

“Sí, contamos más que todo de capacitación a los pasantes, las personas que hacen prácticas laborales en nuestro restaurante.” (La Capital)

Existe además otra tendencia que evidencia que las instituciones que están en proceso de planificación:

“Estamos pesando incluir capacitación para baristas que lo hemos hecho en un inicio con un técnico internacional de Colombia, solo específico para café” (Café Khofisuyo)

Por otro lado, algunas empresas (Smart Logic) por el momento no tienen o solamente cuentan con el apoyo de INFOCAL (el Viejo Roble).

14.3. Proveedores

Se ha encontrado que algunas empresas cuentan con planes de capacitación más organizados, y tienen también sus proveedores (Ferroviaria Andina, SOBOCE), y recurren a:

“Por lo general las capacitaciones están dirigidas al área operativa, podría ser IBNORCA, el CDC, y algún otro instituto, ya sea INFOCAL o que tengan dentro de sus cursos materia operativa” (Ferroviaria Andina)

“Tenemos distintos tipos de capacitación. Son tres pilares: técnicos, transversales y también los gerenciales. Si hablamos de proveedores nacionales, Infocal está dentro de eso, también esta Buenas Prácticas, también tenemos a Prociso como un proveedor, tenemos a Vértigo como proveedor de temas transversales” (Soboce)

Existe otro grupo que no tienen proveedores establecidos en lo referente a capacitación:

“Es dependiendo, no es que tengamos uno, es de acuerdo a la herramienta que ellos necesitan y ahí empezamos a buscar los proveedores que están mejor evaluados en el mercado, no es que tengamos alguno en específico.”(Glencore)

Las empresas que no tienen establecido un plan de capacitación tienen la tendencia de auto capacitarse dependiendo de sus necesidades:

“Las capacitaciones se las realiza internamente, nos tratamos de actualizar, muchas capacitaciones desde la forma correcta de sentarse, de alzar las cajas, capacitación con la fuerza de ventas, con las promotoras, repositores” (Belmeed)

“No tengo. Son técnicos certificados por una Asociación Internacional del Café. Si está disponible lo agarro y lo traigo a Bolivia.” (Café Khofisuyo)

O por el contrario recurren a las prácticas formales de los procesos de planificación institucional.

“Nosotros a inicio de año, cada año nosotros hacemos un POA. Y ahí nosotros ponemos en qué quisiéramos que nos capaciten. Entonces, o sea, no tenemos uno específico” (Cies)

14.4. Conocimiento de las actividades que realiza INFOCAL

Entre los ejecutivos consultados se ha encontrado que varios de ellos tienen conocimiento de primera mano sobre INFOCAL, ya sea porque realizaron sus estudios o por contacto directo:

“Bueno, hemos manejado mucho, sobre todo en la empresa previa donde trabajaba, hemos trabajado bastante sobre el tema técnico, para nosotros como industria nos interesa que la parte operativa técnica también tenga cursos de capacitación específicos en las actividades que se realizan ...” (Soboce)

“Hace años estudié allá, de alguna manera vi que ha crecido bastante, antes solo estaba en El Alto, tengo conocimiento que ellos capacitan y forman a personal en el área técnica, que son especialistas en el tema de enfermería, mecánica automotriz, y técnico superior para empresas industriales” (Smart Logic)

“Su historia conozco. Trabajábamos antes, cuando trabajaba el ingeniero Castillo, hemos trabajado con Metrología, se ha hecho curso de Metrología, pero estoy hablando del año 80, 86, por esa época” (La Cascada)

Otro segmento tiene un conocimiento relativo de INFOCAL:

“Infocal entiendo que es una fundación que está destinada a formar entiendo profesionales a nivel técnico. En algún momento también hemos visitado sus oficinas como para ver qué cursos tal vez se podían acomodar a la necesidades la empresa...”(Glencore)

“Tengo un conocimiento no muy profundo porque INFOCAL también era parte de la Cámara en cierto momento. Y sabíamos que yo soy el presidente ahí y hemos apoyado en alguna forma la parte económica para que ellos...”(OTIS)

“Las básicas, que tiene cursos de capacitación en varias áreas creo, no sé mucho.” (el Viejo Roble).

14.5. INFOCAL y su misión de formar personal altamente capacitado

En esta variable, se ha encontrado que un grupo de percepciones apunta a que sí está cumpliendo con el objetivo, sin embargo, existen algunos matices importantes a ser tomados en cuenta, por un lado, la vinculación con los mandos medios de las empresas:

“Considero que sí ...Lo que sí considero que le falta es que tenga más relacionamiento con el sector, no solamente empresarial, sino con el sector que hace el trabajo en las empresas, por ejemplo, mandos medios...”, “... pero el sector medio, que serían los gerentes técnicos y demás, no se ven representados ahí. INFOCAL repercute más que todo en el trabajo del segmento medio de la empresa” (La Capital)

Por otro lado, existe la percepción de que no hay un seguimiento estricto sobre los estudiantes que hacen sus prácticas:

“Creo que sí, sí y en partes no. Creo que le falta un poco de supervisión a su parte estudiantil, o sea, un poco más de seguimiento. Porque algún rato nosotros trabajamos con otro instituto donde había seguimiento de sus docentes ...”, “En cambio ellos veo que no, o sea, los dejan como que, ya, los lanzan y ya, No hay seguimiento solamente por parte nuestra.” (Cies)

Otro conjunto de opiniones se refiere a la inestabilidad institucional de INFOCAL, aspecto que, según los entrevistados, afecta su rendimiento institucional:

“Últimamente nosotros no hemos hecho (capacitaciones), no hemos tomado INFOCAL porque era cambio de gente, tenía mucha rotación INFOCAL, no sabíamos con quién hablar, entonces no hemos tomado en cuenta” (La Cascada)

Por otro lado, hay quejas específicas sobre los horarios, ya que en algunos casos éstos pueden chocar con los horarios empresariales:

“Otro punto problemático es que, si en alguna oportunidad nuestro personal estaba interesado en ir, las capacitaciones y los cursos que tenían, no eran acordes con los horarios de nuestro personal, ya que nosotros trabajamos en horario continuo y las capacitaciones eran solo en la mañana ...”, “...todas las empresas y fabricas donde más pueden aprovechar en sus tiempos libres y son turnos nocturnos, cursos que quizás se cubran en una semana...”, (Belmed)

Otro segmento importante opina que INFOCAL no cubren las necesidades de formación empresarial:

“...pero nuestro rubro es bastante específico, entonces ahí a nosotros en lo personal no nos ayuda...” (Glencore)

Junto a ellos existen también quejas relacionadas al distanciamiento de INFOCAL, con el sector empresarial:

“...antes generalmente mandaban los cupones para descuento, para capacitaciones y demás y se ha ido perdiendo todo eso, ya no se envían mensualmente esos cupones ...” (Belmed).

En otro segmento se encontró que las empresas tienen muy poca información sobre las actividades de INFOCAL,

“No conocía que pertenecía a esa asociación de empresarios privados, no sé cuál será el nivel, no podría responderle eso” (Smart Logic)

“Yo sólo he tenido sus pasantes, no he tenido profesionales de ellos graduados que han trabajado conmigo. Desconozco, no sé” (Café Khofisuyo)

Desde otra perspectiva, también se ha encontrado segmentos que están interesados en las actividades de INFOCAL:

“...estamos muy interesados en los paquetes que nos puedan proporcionar de capacitación para la empresa en sus diferentes áreas...” (Smart Logic)

14.6. La disminución de las empresas aportantes a INFOCAL

En esta variable, se han encontrado tres tendencias claramente demarcadas, por un lado, la percepción de la situación económica compleja que atraviesa el país que repercute en el sector empresarial y que ello impacta en los aportes que se dan a INFOCAL.

“El tema de la baja tasa de empleabilidad, la situación económica también no está generando inclusive atraer nuevos talentos.” (Ferroviaria Andina).

“Bueno, el país está viviendo una crisis ... así que para cualquier empresa es un monto importante de inversión, así que al vivir el país la situación que está viviendo económicamente y políticamente es bastante complicado asumir un compromiso”, (La Capital)

“Bueno, el aspecto económico en el país es el problema. Ahora estamos atravesando, desde la pandemia. Desde la pandemia ha causado una serie de efectos económicos muy duros para las empresas privadas” (Otis)

Otra tendencia muy clara es la desinformación del empresariado, tanto de las actividades, servicios y beneficios que ofrece INFOCAL, vinculada a la comunicación con los empresarios.

“La primera es la desinformación de qué carreras tiene INFOCAL para brindar a las empresas, yo creo que debe ser uno de los factores, porque a veces no conocemos realmente a qué áreas están dirigidas las carreras” (El Viejo Roble)

“Quizás la falta de comunicación y desarrollo de negociación con estas empresas, capacitar en horarios específicos, nocturnos o de acuerdo al requerimiento de cada empresa” (Belmed)

“Yo creo que es el mal manejo que tiene Administrativo INFOCAL, en la poca comunicación con nosotros, con todos los empresarios, no sé si los demás, ¿no? Con nosotros sí han perdido totalmente el rumbo. Antes nos mandaban cheques para que, 50-50, ahora ya no nos mandan ni los cheques...” (La Cascada)

Vinculado a ello están las necesidades específicas de las empresas que no son cubiertas por INFOCAL:

“Entiendo que tal vez ahí costo beneficio, yo evaluaría ahí un costo beneficio porque la empresa está pagando el 1 % del total de su planilla a Infocal...” (Glencore)

“...pero muchas veces el personal que forma parte de la empresa necesita algo más específico de herramientas que le ayuden a desarrollar su trabajo ...la verdad es que el nivel técnico que ofrecen es distinto a lo que una empresa busca” (Glencore)

“...a mi cafetería, ofreciendo sus servicios de pasantía. Lo que yo tengo experiencia con los pasantes las empresas buscan para mañana, y ellos no pueden en las mañanas, no hay cierta flexibilidad en los horarios ...”, (Café Khofisuyo)

14.7. Medidas cree que debería emprender infocal para revertir esta situación

El criterio de los empresarios se decanta por cinco alternativas claramente diferenciadas, primeramente, las alianzas estratégicas con los distintos sectores:

“Bueno, yo creo que lo que estamos haciendo y justamente recientemente hemos firmado un convenio con INFOCAL La Paz, es eso, hacer alianzas estratégicas ...”, (Soboce)

“ ... (podrían decirnos) ustedes pueden solicitar los cursos que sean necesarios, tener estas alianzas estratégicas que permitan un ganar – ganar, que ofrezcan un valor agregado a la empresa dando un descuento en ciertas características de ciertos cursos...”, (Soboce)

“Tal vez en algún momento podemos ver el tema de las alianzas de pasantías, algún programa de pasantías que INFOCAL pueda ofrecer a las empresas”, (Ferrovisria Andina).

Vinculado a las alianzas estratégicas, aparece el criterio de mejorar el posicionamiento de INFOCAL en el entorno empresarial.

“Bueno, lo que yo veo ahí es que tendrían que otra vez, bueno, ganarse la confianza. La confianza en que sí va a resultar esta empresa” (Cies).

“Creo que ya lo está haciendo, al escuchar a las empresas que aportan, ... y mejorar en base a estas entrevistas, lo que nosotros les podemos decir para que mejoren y creo que necesita como una lavada de cara, mejoras, reestructuración.” (Belmed)

El otro criterio se refiere a la comunicación que debe desarrollar INFOCAL hacia el sector empresarial:

“Lo que te decía hace rato, informar a las empresas de que carreras tiene de acuerdo a las necesidades que las empresas tengan” (El Viejo Roble)

“Deberían tener reuniones con cada una de las empresas y ver cuál es la situación que está afectando este tema.” (Smart Logic)

“Bueno, lo que creo que es más importante ahorita es un poco más de divulgar su actividad...Entonces INFOCAL debe hacer prevalecer su historia. Porque ha sido una entidad líder en el mercado” (Otis)

Finalmente, en esta variable, se aprecia el criterio de la necesidad de adaptación de INFOCAL, a las necesidades específicas del empresariado, tanto en lo referente a los horarios y la vinculación permanente para detectar dichas necesidades.

“...pero tal vez apertura un área de específico que les ayude a mejorar, implementar tal vez el tema de la Inteligencia Artificial está siendo bastante utilizado, y la verdad es que las empresas necesitamos implementar esto como para minimizar tiempos y optimizar ahí las horas del recurso humano. Entonces tal vez ahí si pudieran dirigir su atención en la capacitación tal vez ahí las herramientas de estas IA podrían parecer un poco más atractivos...” (Glencore)

“Flexibilidad de horarios para los estudiantes. En muchos de los casos, los pasantes se han quedado a trabajar conmigo, y el único perjudicado es el estudiante. Deberían flexibilizar, si la empresa puede en la mañana que las clases sean en la tarde (Café Khofisuyo).

“La relación que tiene que haber entre empresa e INFOCAL (debe ser) permanente, deberían tener una persona que esté permanentemente viendo, con recursos humanos ... ver el programa de capacitaciones, que yo le muestre el programa, y si realmente tienen esos cursos ... Pero nosotros no tenemos conocimiento de eso” (La Cascada)

“...pero como empresa sería bueno que nosotros hagamos un feedback, ¿no? Que sepamos qué cursos tienen, en qué fechas están, si podemos emplear, si hay que pagar, qué hay que pagar, hacer los convenios de la mejor forma posible” (La Cascada)

Por último, hay la percepción de que es preciso mejorar el nivel académico de INFOCAL:

“Primero, un replanteamiento de su currícula estudiantil. Por la experiencia que tengo recibiendo ya más de un año pasantes de INFOCAL aquí en la empresa, vemos que les falta un contacto con la vida real ...”, “...por ejemplo, los muchachos no saben ir a comprar un mercado, que eso es básico para una persona que está estudiando gastronomía. (La Capital)

14.8. Requiere el sector empresarial paceño, un instituto de formación técnica

En este punto existe casi un consenso sobre la necesidad y demanda del sector empresarial de una entidad de formación técnica.

“Si, en La Paz por lo menos hay buena cantidad de empresas medianas, pequeñas y que hay emprendimientos, y que si se necesita las carreras técnicas como base principal.” (Smart Logic)

“Sí, es necesario. La capacitación de los trabajadores es importante. Sobre todo, para beneficio de ellos y también de las empresas que los utilizan. Es muy importante la capacitación”. (Otis)

Pero se encontró un matiz muy importante y potencialmente muy beneficioso:

“Sí ...Lo que sí manifiesto que les faltaría es mayor penetración en el grupo empresarial. Todo el mundo sabe que existe INFOCAL, pero no todo el mundo toma los servicios de los egresados de INFOCAL, tener una base de datos de egresados de INFOCAL”, “Cuando uno requiere personal hace una búsqueda general, pero si tuviésemos acceso a una base de datos, como una red social, donde las empresas pudiesen colocar sus requerimientos de valor humano en la base de datos de INFOCAL, ayudaría para que el proceso de primer empleo, segundo empleo, sea mucho más rápido que el actual. Perfecto” (La Capital).

Otros empresarios matizan esta necesidad, ya que, a su criterio, depende de las particularidades de cada sector.

“Tal vez como apoyo porque todos los trabajadores ya tienen su nivel de licenciatura ...como le digo estas herramientas del Office la verdad es que si, el tema del Power Bi es una herramienta que se está usando bastante hoy en día” (Glencore)

14.9. Áreas de capacitación

Obviamente cada sector tiene sus demandas específicas, pero existen algunas tendencias importantes, por un lado, las necesidades en el sector industrial y ferroviario.

“El tema de técnicos superiores para áreas operativas, tema de mecánica automotriz, mecánica industrial, mecánica eléctrica, eso es lo que más se solicita dentro de lo que es la ferroviaria.” (Ferroviaria Andina)

“Metal mecánica. Hay muchas empresas que trabajan con personal, ya bastante antiguo que ve soluciones principalmente para dar continuidad a las maquinas que tenemos, muy antiguas que siguen funcionando, pero se necesita que siempre pueda darle soluciones.” (Belmed)

“Bueno, en mi rubro son la parte electrónica, la parte mecánica, la parte mecatrónica, que son los rubros en los cuales trabaja mi empresa.” (Otis)

“La parte técnica. La parte técnica en lo que es producción, manejo de equipos,” (La Cascada)

Junto a ellos, está la parte informática y el mejoramiento del manejo de paquetes y sus actualizaciones:

“...nosotros nos manejamos con volúmenes altos de información entonces la verdad es que ahí el Power Bi se adecua basten bien. Ahora otras herramientas de técnica no sé tal vez en el tema de informática ayudaría también” (Glencore)

“Un técnico medio en manejo de Excel, Word, pero a nivel técnico, no un curso de actualización, sino técnico medio o superior” (Belmed)

“...manejo de Excel, Excel avanzado, Excel intermedio, Excel básico...” (La Cascada)

Otro sector es el gastronómico y aquellos que tienen contacto directo con los clientes:

“En mi empresa la más crítica es atención al cliente, es la parte fundamental de nuestra empresa, es la que está en directo contacto con el cliente. Y si tenemos gente que no está capacitada para atender al cliente” (Café Khofisuyo)

“O sea, por ejemplo, para el personal estable que ya tenemos, lo que sí nos ayudaría bastante es cursos sobre atención al cliente y primeros auxilios, que es muy necesario en este tipo de empresas. Las respuestas en el caso de incendios, evacuaciones. Que si bien, por exigencia del Ministerio del Trabajo, tenemos que tener los cursos, pero ¿quién nos imparte los cursos?, ¿La Cruz Roja, bomberos?, ... Cómo, por ejemplo, que un cliente se esté atorando aquí en la sala, lo veamos poniéndose azul y no sepamos cómo reaccionar ...Entonces, un curso detallado, por ejemplo, de cómo responder a circunstancias de riesgo o peligro en una empresa, es importante.” (La Capital)

Y finalmente los sectores vinculados a salud:

“Por ejemplo, en nosotros, en la parte de las licenciadas, sería bueno actualizarse en los nuevos medicamentos y en los auxiliares lo mismo. Porque no es lo mismo que se hacía antes que ahora” (Cies)

14.10. INFOCAL está atendiendo estas necesidades de capacitación

En este punto puede apreciarse que las opiniones son muy dispersas, aunque en la mayor parte de los casos, se observa que una deficiencia en la prestación de los servicios de INFOCAL, hacia el sector empresarial.

“No, la verdad es que no hemos encontrado algo que se acomode” (Glencore).

Y esta tendencia se repite en empresas como Café Khofisuyo, Belmed, La Cascada. Por otro lado, se observa que existe una demanda de mejoramiento de los servicios de formación y la difusión:

“A los muchachos les falta más calle. Ellos son técnicos. Creo que les sobra conocimiento académico. Les falta más empirismo, más calle” (La Capital)

“Ofrece los servicios, tal vez. Como repito, lo que está faltando es un poco más de difusión, ¿no es cierto? Hacer conocer y tener también infraestructuras en varios lugares, porque ahora el costo del transporte es muy caro para los estudiantes.” (Otis)

Pero también existen sectores que se sienten más satisfechos con los servicios:

“Si, de acuerdo a la malla que nos han enviado y la oferta de cursos que nos han enviado, si tiene cursos bastante interesantes, y en algún momento nos hicieron la oferta de que ellos podrían movilizarse a los distritos donde tenemos presencia.” (Ferroviaria Andina)

14.11. Formación laboral y Emprendedurismo

La mayoría de los consultados apoyan ambas opciones:

“Yo creo que a ambas cosas. Porque la visión que ahora tienen los jóvenes es justamente ir más al emprendimiento. Y tienen ideas muy interesantes. Es por ello que reitero mi sugerencia de continuar con este tipo de convenios porque así las empresas pueden auspiciar el tipo de emprendimiento ...” (Soboce)

“...el trabajar en otra empresa te da una experiencia donde ya tú puedes emprender un nuevo negocio.” (Smart Logic)

“...pienso que ambas cosas van de la mano. Cuando una persona joven se capacita inmediatamente empieza a descubrir nuevos mundos. Eso lo he visto acá en mi empresa... Cuando empiezan a aprender, en ellos mismos surge el emprendedurismo producto del conocimiento. (Otis)

“Pienso que a los dos. A los dos puede ir también. No está mal que les den lo que es la parte técnica, eso es lo primordial primero, Pero sí está bien que les den la parte también para que puedan emprender algo” (Cies).

Y el criterio de que solo sea formación laboral, recae principalmente en formar mejores profesionales:

“Creo que desarrollo técnico-laboral, emprendedurismo, yo diría que no.” (La Capital Restaurante)

“Yo creo que más que todo tendremos buenos profesionales, de nada sirve que nos enfoquemos en que sean empresarios o que abran nuevos negocios, si ni siquiera pueden gestionar su propia cocina, le preguntas que insumos tienes y dicen no sé,

tienes un kárdex, tienes algo establecido que puede ayudar a la empresa y no tienen nada.” (Café Khofisuyo)

“Yo diría la orientación laboral más que emprendurismo porque es que actualmente no sé, la verdad es que en nuestro país las empresas cuando están emprendiendo no tienen el apoyo ni siquiera del Estado en el tema impositivo, entonces es complicado que se pueda consolidar (Glencore)

14.12. Cómo mejorar la vinculación con el sector empresarial.

Los entrevistados apuntan firmemente a una falta de información y comunicación:

“...queremos saber es con qué contamos. Yo te puedo decir necesito esto, esto y esto, pero si no lo tienen. Por eso lo importante es que nos informen de qué carreras nos pueden brindar.” (Viejo Roble)

“utilizar lo que en este momento todos utilizamos, redes sociales, trabajo de motivación y de mostrar cuál es su portafolio que tiene. Pero no con el afán de buscar nuevos inscritos, porque esa es la comunicación que tiene INFOCAL. Solamente hace campañas en épocas de que quiere buscar nuevos alumnos. Pero las campañas hacia el sector productivo no las tiene. Posiblemente la hagan internamente con la Federación de Empresarios, de las cuales desconozco” (La Capital)

“...Pero el trabajo que puede hacer en redes sociales, mostrando cuáles son las ventajas de contratar un egresado de Infocal versus lo que tenga la competencia, sería muy importante. También muy importante sería poder incentivar a que los empresarios podamos contratar gente” (La Capital)

“Lo que está faltando es más comunicación. Creo que ese es el tema fundamental a mi criterio. Más comunicación.” (Otis)

Una percepción importante es que requiere un acercamiento y retroalimentación para concluir en convenios con el sector empresarial:

“Empezar a escuchar más y no quedarse en eso, hacer cambios paulatinos. Empezar a generar acercamientos con las empresas, que se vea que INFOCAL está decidido a cambiar y a mejorar las alternativas de educación que tiene.” (Belmed Ltda.)

“ir en las reuniones de las Cámaras, ahí el contacto de las empresas y los convenios son muy importantes.” (Soboce)

“Es muy importante estas reuniones y convenios, que haya una persona que le haga seguimiento, porque a veces se firma un convenio y ahí se queda en papeles, responsables con un plan para cada empresa y ver qué se está cumpliendo y qué no.” (Smart Logic)

Mejorar el relacionamiento por parte de Infocal, también debe implicar mejorar su formación a sus alumnos:

“En el área que me compete a mí, hay que reestructurar otra vez todo, no es solo hacer recetas, puedes saber hacer un chairo a la perfección pero la gestión de sus insumos, la manera en que están cuidando sus ingredientes, cuidando al cliente,

*cuidando a la empresa, el hecho de higiene, lo más básico no está establecido.”
(Café Khofisuyo)*

*“Profesionales que tengan experiencia más que todo, no teórica, práctica. O sea, estamos atrasados en lo que es capacitación y nosotros tenemos que buscar afuera. Ustedes deberían ser los que nos provean y esas cosas. Y los cursos nos cuestan un montón de plata, que seguramente costaría la mitad si fuera INFOCAL.”
(La Cascada)*

Aportar en la inserción laboral de la mujer:

“Tenemos un programa de lo que es FerroMujer, lo que buscamos es la inserción laboral de mujeres al área operativa. Eso sería un plus que podría tener INFOCAL, no solamente en nuestro rubro, sino con más industrias y empresas.” (Industria Ferroviaria)

REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

15. ANTECEDENTES

El criterio para el análisis de la competencia o benchmarking fue establecer un conjunto de instituciones que, a primera vista, eran la competencia más cercana a INFOCAL. Sin embargo, dicho listado fue complementado con los resultados de la encuesta externa, ya que, institutos como INCOS, el Tecnológico Boliviano Suizo o Mejillones, tenían presencia en los resultados. En este sentido, el listado final incluyó 14 institutos, como se detalla a continuación:

1. INCOS
2. ITC
3. INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"
4. TEC. BOLIVIANO SUIZO
5. INSTITUTO TÉCNICO "ATENEA"
6. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE EXCELENCIA ITE
7. ESCUELA HOTELERA
8. INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"
9. INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"
10. INSTITUTO TÉCNICO "C.E.C. S.R.L."
11. INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"
12. P.D. MURILLO
13. INSTITUTO BALAGUER
14. INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES

16. LAS CARRERAS

Al margen de las 9 carreras de INFOCAL, en el estudio de recopilación documental y visitas a institutos, se han encontrado otras 30 carreras distintas, siendo relevantes las siguientes:

CARRERA	Nº DE INSTITUTOS QUE LAS DICTAN
DISEÑO GRÁFICO	5
IDIOMA INGLÉS	3
MERCADOTECNIA	3
ADMINISTRACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES	2
COMERCIO INTERNACIONAL Y ADMINISTRACIÓN ADUANERA	2

En cuanto al análisis de la competencia por cada carrera, se ha encontrado los siguientes elementos:

16.1. ENFERMERÍA:

La competencia directa de la carrera de **enfermería**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos:

- ITE
- INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"
- INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
ITC	Mañana y noche

INSTITUTO	HORARIOS
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Mañana, tarde y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	COSTOS ENFERMERÍA
ITE	450 POR MÓDULO (1º AÑO 6 MODULOS / 2º AÑO 5 MODULOS + PRÁCTICA)
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	NO HAY MATRÍCULA / 200 MES
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	NO HAY MATRÍCULA / 380 MES

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **enfermería** en los distintos institutos son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
ITC	Formulario de inscripción ▪ Boleta de calificaciones ▪ Carta de compromiso debidamente llenado (Descargar de la página www.itclp.com) ▪ Fotocopia de Carnet de Identidad (vigente) ▪ 2 Fotos tamaño carnet, fondo blanco en traje formal.
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Fotocopia de cédula de identidad. Fotocopia de título de bachiller. Fotocopia de certificado de nacimiento.
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Fotocopia del título de bachiller Fotocopia del certificado de nacimiento. Fotocopia de cédula de identidad

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
ITC	Superior
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Técnico básico /medio / superior
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Medio / superior

16.2. PARVULARIO:

La competencia directa de la carrera de **parvulario**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos:

- TEC. BOLIVIANO SUIZO
- INST. BALAGUER

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
TEC. BOLIVIANO SUIZO	Mañana y noche
INST. BALAGUER	Mañana, tarde y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUCIÓN	COSTOS PARVULARIO
TEC. BOLIVIANO SUIZO	450 MENSUAL (5 CUOTAS EL SEMESTRE)
INST. BALAGUER	MATRÍCULA DE 500 + 450 MENSUAL - SEMESTRE

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **parvulario** en los distintos institutos son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
TEC. BOLIVIANO SUIZO	Certificado de nacimiento Título de bachiller Certificado de nacimiento 4 Fotocopias fondo verde
INST. BALAGUER	Fotocopia de carnet de Identidad, Fotocopia de certificado de nacimiento y Fotocopia de título de bachiller 2 fotos 4x4 fondo Azul Correo electrónico Comprobante de depósito de la cuota de inscripción

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
TEC. BOLIVIANO SUIZO	SUPERIOR
INST. BALAGUER	MEDIO

16.3. SECRETARIADO EJECUTIVO:

La competencia directa de la carrera de **secretariado ejecutivo**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos:

- INCOS (FISCAL)
- ITC (FISCAL)
- INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"
- INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."
- INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
INCOS	Mañana y noche
ITC	Mañana y noche
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	Mañana y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	SECRETARIADO EJECUTIVO
INCOS (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 400 + DERECHO A EXAMEN 150
ITC (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 300 + MENSUALIDAD 150
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	NO HAY MATRÍCULA / 150 MES
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	MATRÍCULA 210/ MENSUALIDADES 1º AÑO 210/ 2º AÑO 190/ 3º AÑO 180
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	MATRÍCULA 610 / POR PROMOCIÓN HASTA DIC. 410 / MENSUALIDAD 410

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **secretariado ejecutivo** en los distintos institutos son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
INCOS	Cédula de identidad (vigente, original y fotocopia) Depósito bancario (original y fotocopia)
ITC	Formulario de inscripción ▪ Boleta de calificaciones ▪ Carta de compromiso debidamente llenado (Descargar de la página www.itclp.com) ▪ Fotocopia de Carnet de Identidad (Vigente) ▪ 2 fotos tamaño carnet, fondo blanco en traje formal.
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Fotocopia de cédula de identidad. Fotocopia de título de bachiller. Fotocopia de certificado de nacimiento.
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Fotocopia simple de carnet, Certificado de nacimiento Diploma de título de bachiller
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	Fotocopia del título de bachiller, 2 fotos 4x4, fondo blanco

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
INCOS	MEDIO / SUPERIOR
ITC	SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	TÉCNICO BÁSICO /MEDIO / SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L"	SUPERIOR
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	SUPERIOR

16.4. MECÁNICA AUTOMOTRIZ:

La competencia directa de la carrera de **mecánica automotriz**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos:

- INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"
- P.D. MURILLO
- INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"	Mañana, tarde y noche
P.D. MURILLO	Mañana
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Mañana y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	MECÁNICA AUTOMOTRIZ
INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"	PRIMERA MENSUALIDAD 300 + 480 MENSUAL
P.D. MURILLO	NO HAY MATRÍCULA, PERO SI EXAMEN DE FÍSICA, QUÍMICA Y MATEMÁTICAS / 150 MES
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	50 BS. ADMISIÓN + 190 CADA SEMESTRE

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **mecánica automotriz** en los distintos institutos son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"	Fotocopia de cédula de identidad. Fotocopia de título de bachiller. Fotocopia de certificado de nacimiento. Seguro contra accidentes.
P.D. MURILLO	Diploma de bachiller título, otorgado por la Universidad o Dirección Departamental de educación de La Paz Certificado de nacimiento. Fotocopia de cédula de identidad Depósito de Bs. 150
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Fotocopia de carnet de identidad, Fotocopia de título de bachiller 1 foto 3x3 fondo celeste

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"	SUPERIOR
P.D. MURILLO	SUPERIOR
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	MEDIO / SUPERIOR

16.5. ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y COMERCIAL:

La competencia directa de la carrera de **administración Industrial y comercial**, en el listado de los 14 institutos observados, es el instituto CEC, que tiene la carrera de **Administración General**:

- INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Mañana, tarde y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	ADMINISTRACIÓN GENERAL
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	MATRÍCULA 210/ MENSUALIDADES 1º AÑO 210/ 2º AÑO 200/ 3º AÑO 180

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **administración general** en el instituto son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Fotocopia simple de carnet, Certificado de nacimiento Diploma de bachiller título

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	SUPERIOR

16.6. MECÁNICA INDUSTRIAL:

La competencia directa de la carrera de **mecánica industrial**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos siguientes:

- P.D. MURILLO
- INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
P.D. MURILLO	Mañana
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Mañana y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	MECÁNICA AUTOMOTRIZ
P.D. MURILLO	NO HAY MATRÍCULA, PERO SI EXAMEN DE FÍSICA, QUÍMICA Y MATEMÁTICAS / 150 MES
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	50 BS. ADMISIÓN + 190 CADA SEMESTRE

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **mecánica automotriz** en el instituto son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
P.D. MURILLO	Diploma de bachiller título, otorgado por la Universidad o Dirección Departamental de educación de La Paz Certificado de nacimiento. Fotocopia de cédula de identidad Depósito de Bs. 150
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Fotocopia de carnet de identidad, Fotocopia de título de bachiller 1 foto 3x3 fondo celeste

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
P.D. MURILLO	SUPERIOR
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	MEDIO / SUPERIOR

16.7. CONTADURÍA GENERAL:

La competencia directa de la carrera de **contaduría general**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos siguientes:

- INCOS
- ITC
- TEC. BOLIVIANO SUIZO
- INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"
- INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"
- INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."
- INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
INCOS	Mañana y noche
ITC	Mañana y noche
TEC. BOLIVIANO SUIZO	Mañana y noche
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	Mañana y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	CONTADURÍA GENERAL
INCOS (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 400 + DERECHO A EXAMEN 150
ITC (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 300 + MENSUALIDAD 150
TEC. BOLIVIANO SUIZO	350 MENSUAL (10 CUOTAS ANUAL)
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	NO HAY MATRÍCULA / 150 MES
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	NO HAY MATRÍCULA / 380 MES
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	MATRÍCULA 210/ MENSUALIDADES 1º AÑO 210 / 2º AÑO 200 / 3º AÑO 180
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	MATRÍCULA 610 / POR PROMOCIÓN HASTA DIC. 410 / MENSUALIDAD 410

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **contaduría general** en el instituto son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
INCOS	Cédula de identidad (vigente, original y fotocopia) Depósito bancario (original y fotocopia)
ITC	Formulario de inscripción ▪ Boleta de calificaciones ▪ Carta de compromiso debidamente llenado (Descargar de la página www.itclp.com) ▪ Fotocopia de Carnet de Identidad (vigente) ▪ 2 Fotos tamaño carnet, fondo blanco en traje formal.

INSTITUTO	REQUISITOS
TEC. BOLIVIANO SUIZO	Certificado de nacimiento Título de bachiller Certificado de nacimiento 4 fotocopias fondo verde
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Fotocopia de cédula de identidad. Fotocopia de título de bachiller. Fotocopia de certificado de nacimiento.
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Fotocopia del título de bachiller Fotocopia del certificado de nacimiento. Fotocopia de cédula de identidad
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Fotocopia simple de carnet Certificado de nacimiento Diploma de bachiller título
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	Fotocopia del título de bachiller 2 fotos 4x4 fondo blanco

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
INCOS	MEDIO / SUPERIOR
ITC	SUPERIOR
TEC. BOLIVIANO SUIZO	SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	TÉCNICO BÁSICO /MEDIO / SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	MEDIO / SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	SUPERIOR
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	SUPERIOR

16.8. GASTRONOMÍA:

La competencia directa de la carrera de **gastronomía**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos siguientes:

- ITC (FISCAL)
- ESC. HOTELERA
- INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
ITC	Mañana y noche
ESC. HOTELERA	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Mañana y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	GASTRONOMÍA
ITC (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 300 + MENSUALIDAD 150
ESC. HOTELERA	\$US 160 (1113 BS.) NO HAY MATRÍCULA / INCLUYE MATERIALES
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	50 BS. ADMISION + 250 CADA AÑO

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **gastronomía** en el instituto son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
ITC	Formulario de inscripción ▪ Boleta de calificaciones ▪ Carta de compromiso debidamente llenado (Descargar de la página www.itclp.com) ▪ Fotocopia de carnet de Identidad (vigente) ▪ 2 Fotos tamaño carnet, fondo blanco en traje formal.
ESC. HOTELERA	Fotocopia de carnet de identidad, Fotocopia de título de bachiller Legalización de carnet de identidad del SEGIP Fotocopia de certificado de nacimiento 2 fotos 4x4 fondo rojo Fotocopia simple de factura de agua Pago adelantado de una mensualidad Extranjero: Presentar visa de estudiante Acceso tecnológico a internet y disponibilidad de clases virtuales Folder amarillo
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Fotocopia de carnet de identidad, Fotocopia de título de bachiller 1 foto 3x3 fondo celeste

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
ITC	SUPERIOR
ESC. HOTELERA	TÉCNICO BÁSICO /MEDIO / SUPERIOR
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	MEDIO / SUPERIOR

16.9. SISTEMAS INFORMÁTICOS:

La competencia directa de la carrera de **sistemas informáticos**, en el listado de los 14 institutos observados, son los institutos siguientes:

- INCOS
- ITC
- TEC. BOLIVIANO SUIZO
- INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"
- INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"
- INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."
- P.D. MURILLO
- INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES

Horarios:

Los distintos horarios son los siguientes:

INSTITUTO	HORARIOS
INCOS	Mañana y noche
ITC	Mañana y noche
TEC. BOLIVIANO SUIZO	Mañana y noche
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Mañana, tarde y noche
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Mañana, tarde y noche
P.D. MURILLO	Mañana
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Mañana y noche

Costos:

Los costos registrados son los siguientes:

INSTITUTO	SISTEMAS INFORMÁTICOS
INCOS (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 400 + DERECHO A EXAMEN 150
ITC (FISCAL)	MATRÍCULA ANUA 300 + MENSUALIDAD 150
TEC. BOLIVIANO SUIZO	360 MENSUAL (5 CUOTAS EL SEMESTRE)
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	NO HAY MATRÍCULA / 150 MES
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	NO HAY MATRÍCULA / 380 MES
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	MATRÍCULA 210/ MENSUALIDADES 1º AÑO 210 / 2º AÑO 190 / 3º AÑO 180
P.D. MURILLO	NO HAY MATRÍCULA, PERO SI EXAMEN DE FÍSICA, QUÍMICA Y MATEMÁTICAS / 150 MES
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	50 BS. ADMISIÓN + 250 CADA AÑO

Requisitos:

Los requisitos para la carrera de **sistemas informáticos** en el instituto son los siguientes:

INSTITUTO	REQUISITOS
INCOS	Cédula de identidad (vigente, original y fotocopia) Depósito bancario (original y fotocopia)
ITC	Formulario de inscripción ▪ Boleta de calificaciones ▪ Carta de compromiso debidamente llenado (Descargar de la página www.itclp.com) ▪ Fotocopia de carnet de identidad (vigente) ▪ 2 Fotos tamaño carnet, fondo blanco en traje formal.

INSTITUTO	REQUISITOS
TEC. BOLIVIANO SUIZO	Certificado de nacimiento Título de bachiller Certificado de nacimiento 4 fotocopias fondo verde
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	Fotocopia de cédula de identidad. Fotocopia de título de bachiller. Fotocopia de certificado de nacimiento.
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	Fotocopia del título de bachiller Fotocopia del certificado de nacimiento. Fotocopia de cédula de identidad
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	Fotocopia simple de carnet Certificado de nacimiento Diploma de bachiller título
P.D. MURILLO	Diploma de bachiller título, otorgado por la Universidad o Dirección Departamental de educación de La Paz Certificado de nacimiento. Fotocopia de cédula de identidad Depósito de Bs. 150
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	Fotocopia de carnet de identidad Fotocopia de título de bachiller 1 foto 3x3 fondo celeste

Nivel académico:

Los distintos niveles académicos ofertados por los institutos de la competencia son los siguientes:

INSTITUTO	NIVEL ACADÉMICO
INCOS	MEDIO / SUPERIOR
ITC	SUPERIOR
TEC. BOLIVIANO SUIZO	SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"	TÉCNICO BÁSICO /MEDIO / SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	MEDIO / SUPERIOR
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."	SUPERIOR
P.D. MURILLO	SUPERIOR
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	MEDIO / SUPERIOR

16.10. EDUCACIÓN VIRTUAL Y PLATAFORMAS

El estudio permitió identificar que 4 de las 14 entidades estudiadas, si prestan actualmente servicio de formación virtual. Son los siguientes:

- INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"
- INSTITUTO TÉCNICO "ATENEA"
- INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"
- INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L"
- P.D. MURILLO

En la siguiente table se puede observar el listado de las instituciones, y las plataformas que utilizan:

INSTITUTO	EDUCACIÓN VIRTUAL O SEMIPRESENCIAL	PLATAFOIRMAS EDUCATIVAS
INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLÍVAR"	SI,	MOODLE, MICROSOFT 365
INSTITUTO TÉCNICO "ATENEA"	SI, SEMIPRESENCIAL	MOODLE, UVA
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"	SI	MICROSOFT TEAM
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L"	SI	MICROSOFT TEAM

16.11. BECAS

Otro de los hallazgos del estudio, se refiere a la dotación de becas educativas y en este sentido, los siguientes institutos, si tiene dicha modalidad:

- INSTITUTO TECNOLÓGICO BOLIVIANO SUIZO
- INSTITUTO TÉCNICO "ATENEA"
- INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"
- INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES

En la siguiente tabla podemos apreciar las modalidades de este beneficio.

INSTITUTO	OPCIÓN DE BECAS O FINANCIAMIENTO
INSTITUTO TECNOLÓGICO BOLIVIANO SUIZO	SI, LUEGO DE LA INSCRIPCIÓN
INSTITUTO TÉCNICO "ATENEA"	SI CON EL 95% DE CALIFICACIÓN
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"	SI, PERO SÓLO BECAS AL EXTRANJERO POR CONVENIO, LUEGO DE CONCLUIR
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES	SI, CON CONVENIOS

16.12. PUBLICIDAD

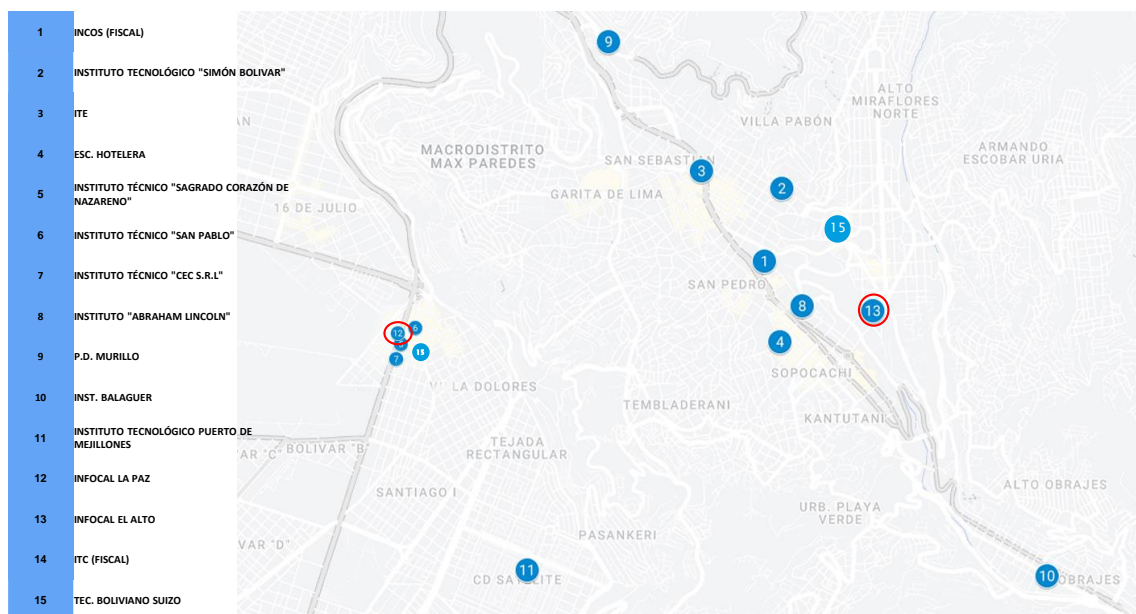
El análisis de la publicidad n os muestra que algunos medios, siguen realizando publicidad por radio y Tv, mientras la mayoría han desarrollado sus páginas web y usan Facebook (a excepción de ITC), y también trabajan en Tik Tok, aunque en ese aspecto INFOCAL lleva una gran ventaja en cuanto a seguidores, como lo muestra la gráfica siguiente:

INSTITUTO	PUBLICIDAD		REDES				SEGUIDORES (miles)
	RADIO	TV	WEB	FACEBOOK	FACEBOOK PUBLICIDAD	TIKTOK	
INCOS							4,0
ITC							0,9
INSTITUTO TECNOLÓGICO "SIMÓN BOLIVAR"							33,2
TEC. BOLIVIANO SUIZO							20,7
INSTITUTO TÉCNICO "ATENEA"							3,8
ITE							6,5
ESC. HOTELERA							3,8
INSTITUTO TÉCNICO "SAGRADO CORAZÓN DE NAZARENO"							2,3
INSTITUTO TÉCNICO "SAN PABLO"							0,5
INSTITUTO TÉCNICO "CEC S.R.L."							1,3
INSTITUTO "ABRAHAM LINCOLN"							0,3
P.D. MURILLO							9,8
INST. BALAGUER							0,8
INSTITUTO TECNOLÓGICO PUERTO DE MEJILLONES							4,7

INFOCAL
66,2 K

17. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Para finalizar el trabajo de análisis de la competencia, se ha establecido la ubicación geográfica de los institutos estudiados con base al mapa siguiente:



Como puede observarse, existe una importante concentración de unidades educativas cerca de la Ceja de El Alto, lo que genera una competencia significativa para INFOCAL, en dicha ciudad.

18. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES