

FOLLOW YOUR
ALTER EGO

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE

Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Artes
Escuela de Comunicación Publicitaria

“Estrategia Digital para impulsar las Carreras Técnicas de Arte en República Dominicana ”

Sustentante:

Gabriela Valerio 18-0243

Proyecto Final de Grado para optar por el título de
Licenciado(a) en Comunicación Publicitaria, Mención Publicidad

Asesora:

Alicia Puello

Santo Domingo, D.N.
República Dominicana

24/ 11 / 2020

Firma asesor titular:_____Calificación:_____

Fecha:_____

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la sustentates(s)

AGRADECIMIENTOS

Primeramente quiero agradecerle a Dios, por permitirme cursar y terminar mi carrera universitaria con buen pie y excelente preparación. A mi hermana Maria Fernanda que siempre estuvo apoyándome y dándome soporte desde el día uno , a mi madre Yuberkys que me motivó a estudiar la carrera y nunca dejar de perseguir mis sueños y a mi papá Fernando por sus consejos y ayuda a lo largo de mi carrera y siempre recordándome que cada experiencia es una enseñanza para la vida.

GRACIAS!

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.1 ANTECEDENTES	3
1.1.1 ANTECEDENTES EN AMÉRICA LATINA	5
1.1.2 ANTECEDENTES EN REPÚBLICA DOMINICANA	6
1.1.3 LÍNEA DEL TIEMPO	10
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	11
1.3 METOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.3.1 OBJETIVOS	13
1.3.2 OBJETIVO GENERAL	13
1.3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.3.4 DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN	14
1.3.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	14
1.3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA	16
1.3.7 RECOLECTA DE DATOS	16
1.4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.4.1 FASE CUANTITATIVA	17
ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES	31
1.4.4 FASE CUALITATIVA	39
1.4.5 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	39

1.5 CONCLUSIONES	41
1.6 RECOMENDACIONES	42
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	42
1.7 PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	44
1.7.1 BRIEF	44
1.8 ANÁLISIS DEL ENTORNO	47
1.8.1 ANÁLISIS FODA	47
1.8.2 PEST	49
2.1 SEGMENTACIÓN / BUYER PERSONA	50
2.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	51
2.2.1 OBJETIVO GENERAL	51
2.2.1 OBJETIVOS Específicos	51
COMPETENCIA	52
ANÁLISIS FODA	53
ESCUELA DE CHAVÓN	53
2.3 ESTRATEGIA	55
BIG IDEA	55
CONCEPTO	55
2.4 FASES DE EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA	57
2.5 MAPA DE CONTENIDO	61
2.5.1 PROMESA DE MARCA	61
2.5.2 ANÁLISIS SEM	61
PROGRAMACIÓN DE CALENDARIO	63
2.6 PROGRAMACIÓN INSTAGRAM ADS	65
2.7 PROGRAMACIÓN CONTENIDO INSTAGRAM	66

KEY VISUALS	68
2.8 KEY VISUALS	70
2.9 PRESUPUESTO	90
2.10 ESTATUS LEGAL DE LA PROPUESTA	91
2.11 BILIOGRAFÍA	94
2.12 WEBGRAFÍA	95
2.13 ANEXOS	96
2.13.1 ENCUESTA SOBRE CARRERAS TÉCNICAS EN SANTO DOMINGO	96
2.13.2 ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES	100

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación titulada **“Falta de motivación de los estudiantes a realizar carreras técnicas”**, está motivada por la tendencia de los jóvenes dominicanos a escoger, como primera opción, una carrera universitaria y no considerar realizar una carrera técnica. Varios factores pueden incidir y uno de los más importantes es el desconocimiento, tanto de las alternativas para la educación técnica, así como de las oportunidades que pudiera aprovechar un egresado de una carrera técnica. Uno de los principales objetivos de esta investigación es corroborar si realmente existe un prejuicio negativo sobre las carreras técnicas o desinformación de la misma.

Los métodos utilizados fueron de investigación tipo exploratoria, enfocada en cualitativa y cuantitativa para la recolección de datos, con un tipo de estudio no aplicado y prospectivo, y un diseño no experimental.

La población y muestra fue de jóvenes que actualmente realizan carreras (tanto universitarias como técnicas) y jóvenes egresados de carreras técnicas residentes en Santo Domingo, en edades entre 18-25 años de clase A, B y C. Se realizó una encuesta para conocer cuál es el conocimiento que tienen los jóvenes dominicanos sobre carreras técnicas, y recopilar sus opiniones sobre estas.

Según los resultados obtenidos en la presente investigación, es evidente que no existe motivación por parte de los estudiantes a realizar carreras técnicas. En sentido general, los estudiantes perciben tener mayores oportunidades haciendo una carrera profesional que una a nivel técnico. Esto comprueba la hipótesis de nuestra investigación.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El siguiente proyecto nace porque existe una falta de comunicación motivadora por parte de Universidades e Institutos Técnicos para atraer a los estudiantes dominicanos que se gradúan de bachillerato para que estos sigan carreras de alta demanda en el mercado, ya los estudiantes piensan que las mismas carecen de suficiente prestigio social.

Por lo que se plantea el reto de buscar mecanismo de comunicación que oriente a los estudiantes a optar por carreras técnicas como primera opción y demostrarles el gran peso de estas en el mercado laboral.

1.1 ANTECEDENTES

La educación es indispensable para enseñar a comprender, a interpretar, a utilizar los distintos lenguajes de que se vale la información y la comunicación. Todo ello a nivel social o colectivo pero también a un nivel más personal porque todo el mundo entiende que, a pesar de los numerosos cambios y mutaciones de todo tipo, la educación sigue siendo una de las mejores herramientas de movilidad socio laboral. **Cobos-Sanchiz (2016).**

El aprendizaje es un proceso continuo y complejo que ocurre a lo largo de la vida, especialmente en un mundo en el que el cambio tecnológico y la transformación productiva demandan habilidades cambiantes. Por lo tanto, la formación profesional fuera del entorno académico-escolar adquiere un rol de gran trascendencia como fuente de actualización y profundización de las habilidades para el empleo. Muchos países latinoamericanos tienen ofertas de capacitación para trabajadores para que fortalezcan sus conocimientos y habilidades profesionales y técnicos.

“La formación profesional debe tener también el objetivo de desarrollar la capacidad de organizar emprendimientos propios, microempresas y cooperativas. Muchos jóvenes y sus familias sobreviven gracias a actividades económicas informales; ayudar a transformarlas en microempresas puede ser un aporte importante para la mejora de sus problemas económicos, sociales y psicológicos.” **Gagliardi, Raúl (2008).**

La formación profesional, es indispensable señalar que la educación académica debe ser vista fundamentalmente también cómo formación para el trabajo. No se trata, naturalmente, de reducir la educación a la formación para el trabajo, sino de asegurarse de que la perspectiva del trabajo esté siempre presente, y no solo en los colegios técnicos o en los esquemas de aprendizaje dual en los que se combinan las clases en el aula y la enseñanza guiada por personal calificado en las empresas. Sería difícil concebir mayor injusticia a las nuevas generaciones que hacerlas pasar por 10, 11 o 12 años de educación académica, solo para que descubran, al concluirla, que no tienen los instrumentos necesarios para conseguir un buen trabajo y ganarse la vida dignamente con ese trabajo. **OIT. Cinterfor (2017)**

1.1.1 ANTECEDENTES EN AMÉRICA LATINA

Países como Brasil, Chile y Ecuador han buscado expandir la matrícula en programas técnicos, a través de mecanismos para fomentar la oferta y la demanda de estos. Además, para darles a los jóvenes mayor información sobre las diferentes ofertas educativas y sus resultados laborales, y así promover la matrícula en programas técnicos.

Brasil es uno de los países que más ha impulsado la expansión de la educación técnica. En este país, se creó el PRONATEC con el propósito de aumentar el acceso de jóvenes y trabajadores a institutos de educación técnica y vocacional en el nivel secundario y superior.

Una reciente encuesta en Panamá encontró que nueve de cada diez estudiantes de secundaria, y ocho de diez de sus familiares afirman tener poca o ninguna información sobre carreras técnicas.

“La dificultad de estructuración de la formación técnica en Bolivia puede explicarse por el sistema productivo desarticulado, pues el 70% del empleo es informal y precario y no se valora la cualificación. Así, los bajos índices de desempleo no reflejan la calidad de trabajo y de vida de los ciudadanos, pues el 29,7% de empleos son precarios y el 54,7% es de extrema precariedad, y de este último dato el 36% de empleos corresponde a mujeres. A esto se añade que estas pequeñas empresas y/o familiares no reclutan a su personal bajo los criterios académicos técnico-profesionales, sino por conocimiento y proximidad, llamado capital social.” **Mario Yapu (2015).**

1.1.2 ANTECEDENTES EN REPÚBLICA DOMINICANA

En la República Dominicana, los informes de Formación Profesional, están relacionados con el desarrollo agrícola, industrial y de servicios.

El desarrollo de las nuevas ofertas de formación para el trabajo se inició con posterioridad a los cambios impulsados en los países del Cono Sur; en 1980 se creó el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOTEP). Las carreras técnicas implican el desarrollo de un programa de formación completo, cuya duración depende del área ocupacional y oscila entre 400 y 1,600 horas/instrucción. Se ofrecen en dos modalidades; la Formación Continua en Centros (FCC) y Formación por Itinerario. La primera está “dirigida a jóvenes con edades comprendidas entre 14 y 30 años, 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 periodo relativamente largo”. **(Omar Amargós, 2009)**

En el escenario nacional y a la altura de finales de los años 70, se hacía sensible la falta de un organismo que cumpliera en República Dominicana objetivos similares a los perseguidos por las IFPs creadas en la región.

Desde los decenios de los 40 y 50, venían funcionando el Instituto Técnico Salesiano, la Escuela Nacional de Artes y Oficios, en Santo Domingo, y el Instituto Politécnico Loyola, en San Cristóbal, los cuales habían realizado un largo y excelente trabajo, ejecutando programas de formación técnica. **(INFOTEP, 2011)**

Desde 1983, CHAVÓN ha graduado a más de 2,000 estudiantes de las Carreras Técnicas. Muchos de los jóvenes egresados, han llegado a ocupar cargos destacados en las áreas de artes visuales y diseño en los Estados Unidos, América Latina y Europa, así como también en la República Dominicana. La lista de graduados de CHAVÓN es extensa, y sus logros en los campos de la moda, el diseño gráfico, las bellas artes, la ilustración y el diseño de interiores son impresionantes, tanto por su calidad como por su cantidad.

Con un sólido historial de inserción laboral y una red mundial de antiguos alumnos, los egresados de CHAVÓN La Escuela de Diseño son líderes en las industrias a la que pertenecen, y trabajan para marcas internacionales en todo el mundo.

En un artículo publicado por El Día, escrito por José Armando Tavárez en el 2018, dice que:

“En nuestro país existe una cultura que pone más valor a la educación superior de cuatro años que la formación técnica profesional”. “Muchas personas consideran que la educación técnica es para los pobres y para aquellos que son incapaces de hacer una carrera universitaria”.

El Instituto Tecnológico de Las Américas (ITLA) es una institución técnica de estudios superiores, fundada en el año 2000 por el Estado dominicano. Única especializada en educación tecnológica en la República Dominicana. Ha sido ganadora de diversos reconocimientos por el prestigio y calidad de sus servicios, entre ellos el Premio Nacional a la Calidad que otorga el Ministerio de Administración Pública del país, convirtiéndose en la primera institución académica en recibir el galardón.

ITLA orienta su vocación a transformar la vida de la juventud dominicana mediante una formación académica que les capacite para utilizar la tecnología como catalizador del desarrollo social y humano de los ciudadanos

El periódico Listín Diario publicó un artículo el 1 de junio del 2009, titulado: **“El mercado prefiere carreras técnicas”** que decía lo siguiente:

Cuando los estudiantes terminan sus estudios en el bachillerato se dirigen hacia un próximo paso: seleccionar la carrera u oficio que van a estudiar. Escogen una profesión que satisfaga sus necesidades personales y que les brinde seguridad económica una vez la ejerzan, pero, ¿tendrán en cuenta cuáles son las carreras más solicitadas por las empresas a la hora de reclutar personal?

Es una pregunta que muchos ignoran a la hora de seleccionar su oficio laboral y al momento de enfrentarse al mercado de trabajo actual tropiezan con el hecho de que las empresas no demandan sus carreras para los puestos más importantes.

Ingrid Martínez, presidenta de Unique Management Solutions, explica que las posiciones vacantes que más le solicitan las empresas a la firma son las posiciones de niveles gerenciales medios, los representantes de ventas y los técnicos. Afirmar que: “Las carreras que las organizaciones buscan para ejercer estos puestos son: administración de empresas con especialización en logística o finanzas, ingenieros industriales y electricistas, y los mecánicos y técnicos en refrigeración”

En 2015, la matrícula en educación técnica ascendió a 5,026 estudiantes, según el Informe General sobre Estadísticas de Educación del Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT).

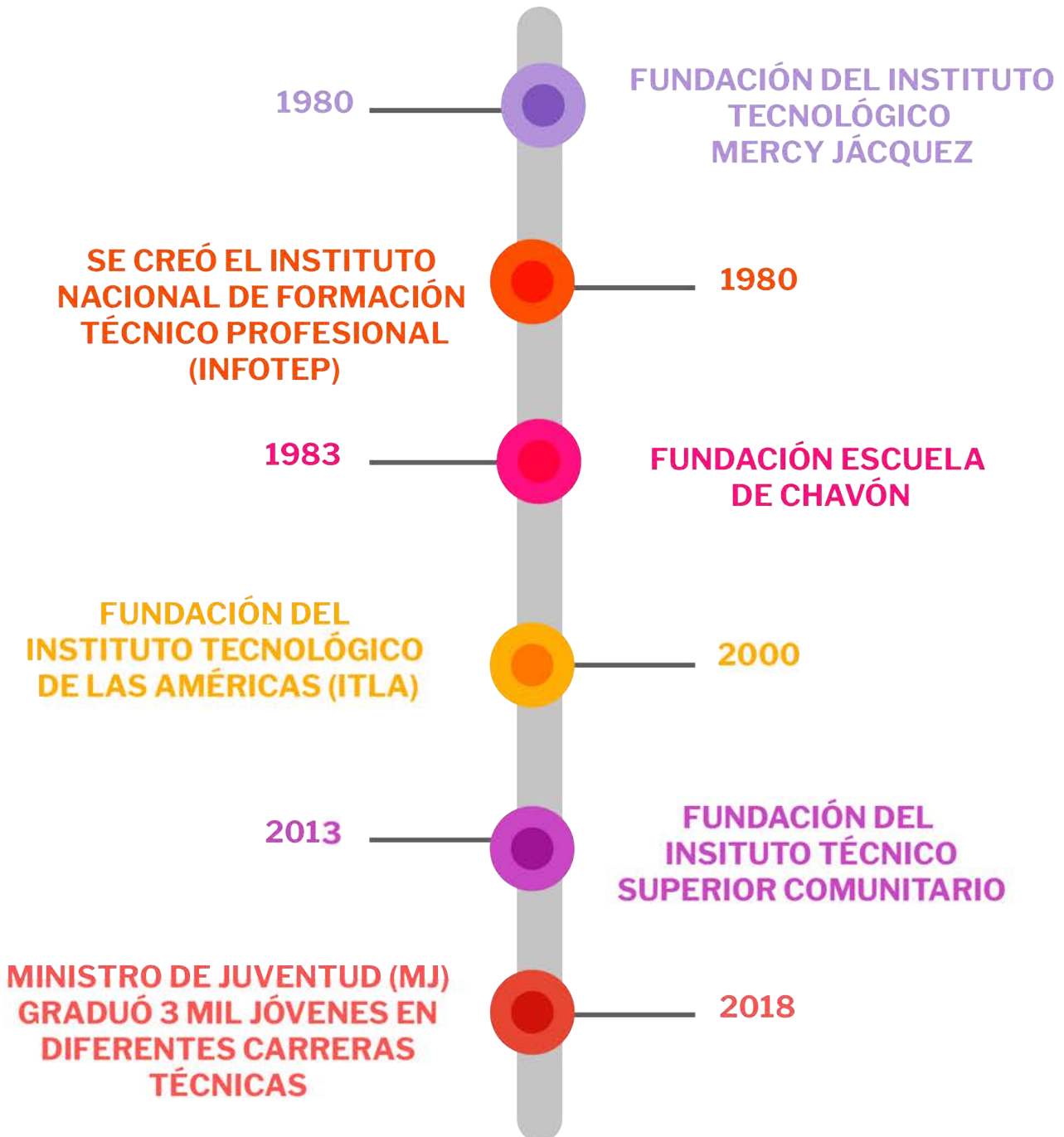
La entidad, Instituto Superior Comunitario (ITSC), fundada en el 2013 tiene una oferta curricular de 27 carreras y en los primeros dos periodos académicos matriculó a 1,850 estudiantes en las diferentes áreas de formación que ofrece.

Mientras que el Instituto Técnico Superior Mercy Jacquez fundado el 22 de septiembre de 1980, especializado en diseño de moda y decoración de interiores, ha ingresado al mercado de la moda a más de tres mil profesionales en un periodo de 30 años.

El índice de empleabilidad de los que hacen carreras técnicas alcanza el 83.2% según estudios realizados por el instituto de formación técnico profesional (Infotep).

Leadris Antonio egresado en el 2014 del Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (Infotep) dice: “La formación técnica es fundamental, te proporciona conocimiento para trabajar y sirve como puente para iniciar cualquier carrera a nivel de grado”.

1.1.3 LÍNEA DEL TIEMPO



1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Uno de los motivos principales para realizar esta investigación, es que muchos jóvenes dominicanos a la hora de escoger una carrera optan como primera opción por una carrera universitaria, debido a que existe el desconocimiento o falta de motivación a realizar una carrera técnica, ya que están consideradas que van dirigidas para personas que no tienen los recursos para pagar una carrera universitaria.

Uno de los principales objetivos de esta investigación es corroborar si realmente existe un prejuicio negativo sobre las carreras técnicas o desinformación de la misma.

Esto permitirá mediante los resultados obtenidos, demostrarle a los estudiantes, que las carreras técnicas son una oportunidad excelente para insertarse en el mercado laboral rápidamente y auxiliar el desarrollo del país.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVOS

1.3.2 OBJETIVO GENERAL

Determinar si existe interés de los estudiantes graduados de secundaria de optar por carreras técnicas.

1.3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender cómo se da el proceso de selección de carreras post bachillerato.
- Determinar si existe interés o no de carreras técnicas y cuáles son estas.
- Averiguar cuál es la demanda existente por personal técnico en la industria dominicana.
- Indagar cuál es la percepción de los bachilleres sobre las carreras técnicas.

1.3.4 DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se realizará una investigación tipo exploratoria, experimental y no experimental, enfocada en cualitativa como cuantitativa para la recolección de datos.

1.3.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se realizarán entrevistas cualitativas a egresados de carreras técnicas de diferentes institutos que imparten este tipo de carrera, para comprender el punto de vista de los entrevistados y cómo fue el proceso de selección de esa carrera. Y se realizará encuestas cuantitativas a estudiantes universitarios, no universitarios y egresados de carreras universitarias, la misma previamente elaboradas en Google Forms para dar a conocer la opinión o valoración de los encuestados sobre el tema a investigar.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

Jóvenes que actualmente realizan una carrera, ya sea técnica o universitaria y jóvenes egresados de carreras técnicas residentes en Santo Domingo.

Se realizará una muestra estratificada donde serán jóvenes de 18-25 años residentes en Santo Domingo de clase A y B. Así como encuestas online, para dar a conocer las diferentes opiniones o valoraciones sobre el tema a investigar.

1.3.7 RECOLECTA DE DATOS

Se realizarán tres (3) entrevistas vía Zoom con una duración de 20-30 minutos cada una con una cantidad de 10 preguntas aproximadamente, y por otro lado, las encuestas serán elaboradas en Google Forms.

1.4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 FASE CUANTITATIVA

GRÁFICO #1: GÉNERO

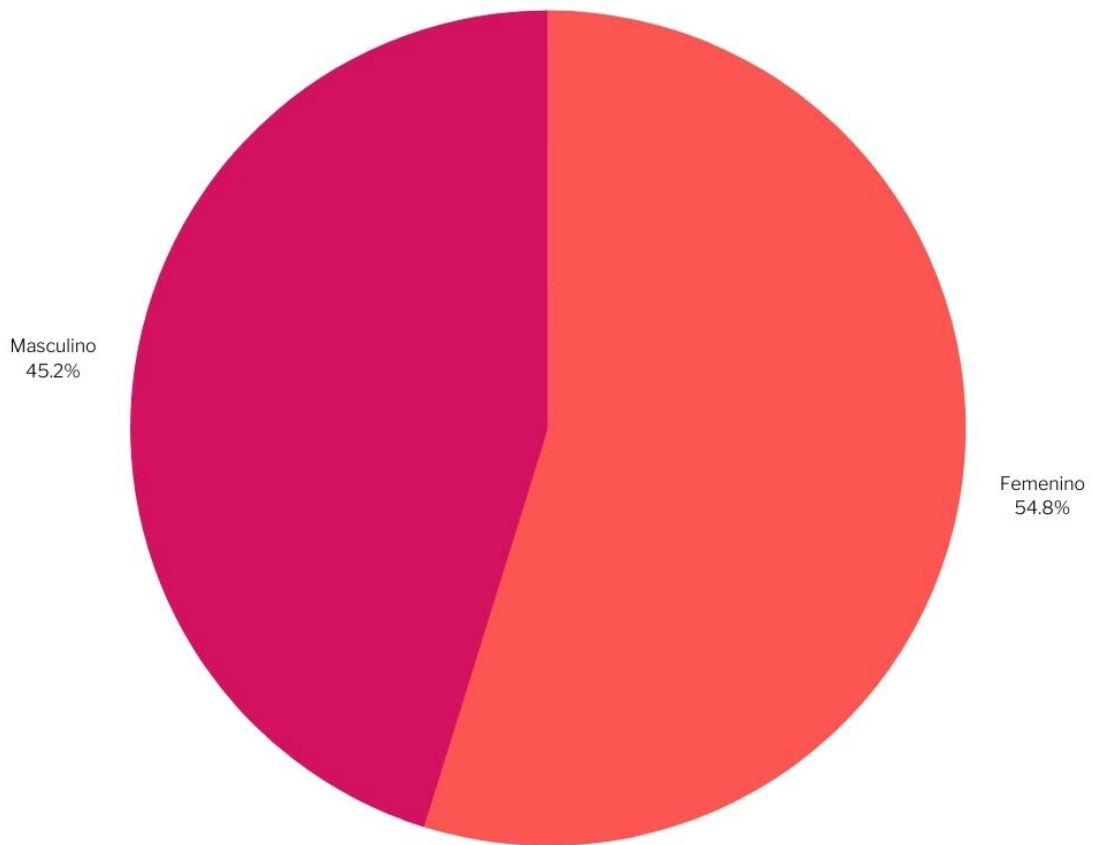


GRÁFICO #2:
OCUPACIÓN

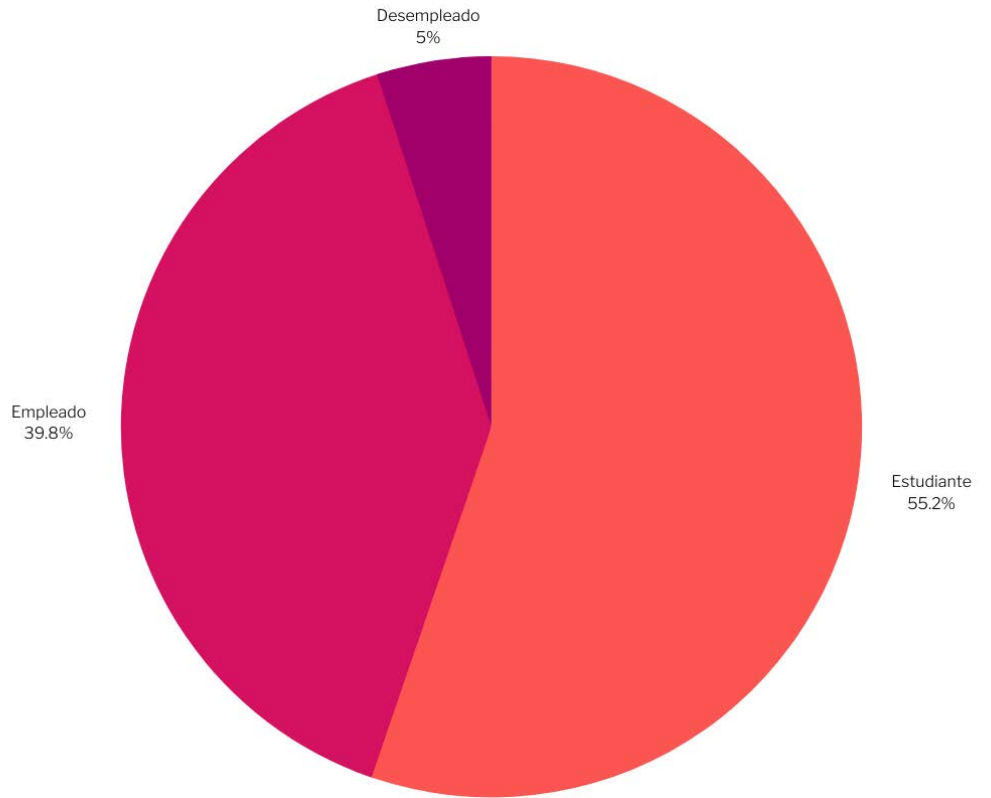


GRÁFICO #3:
RANGO DE EDAD

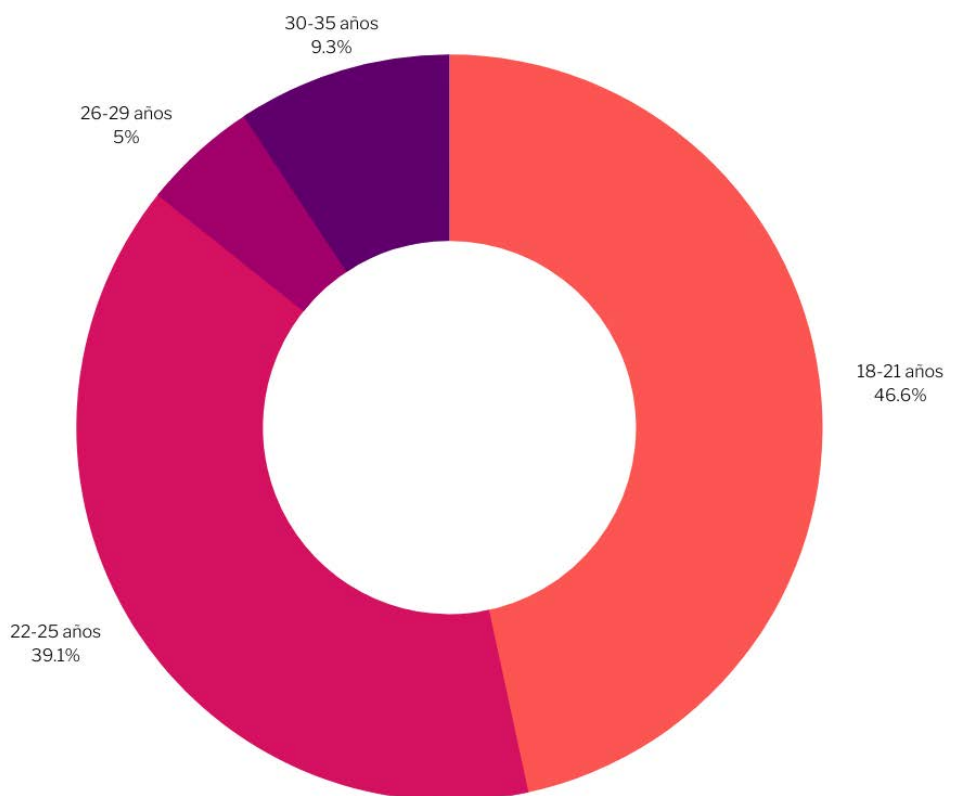
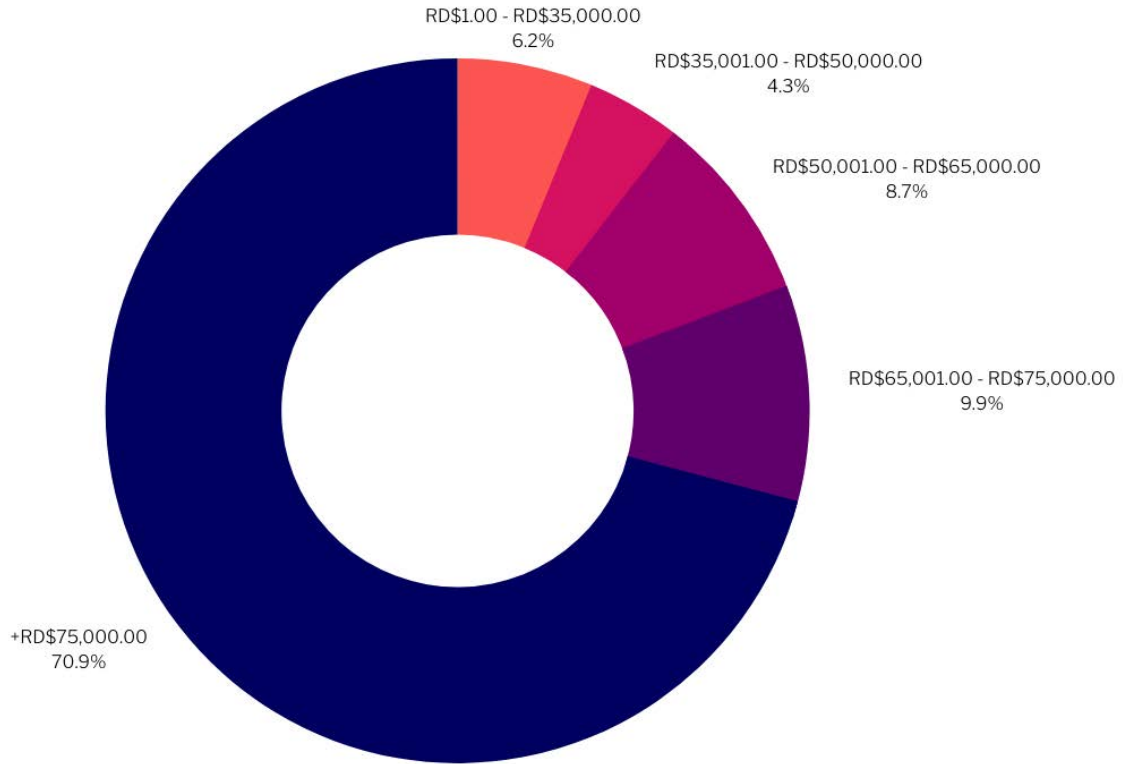


GRÁFICO #4:
NIVEL DE INGRESOS EN EL HOGAR



INTERPRETACIÓN

En la primera gráfica, relacionada con la investigación de Carreras Técnicas realizada en Google Forms, encontramos que el 54.8% de los encuestados son de género femenino y el 45.2% es de género masculino. En la ocupación se determinó que el 55.3% son estudiantes, el 39.8% se encuentra empleado y el 5.9% desempleado (**Ver Gráfico #2**). En el rango de edad se determinó que el nivel más alto de edad se encuentra entre 18-21 años con un porcentaje de 46.6%. En el rango entre 22-25 años tenemos un 39.1% , mientras que en el rango de edad 26-29 años un 5% . En el rango de edad entre 30-35 años se obtuvo un porcentaje de 9.3% . En la cuarta gráfica, la cual corresponde a nivel de ingresos, se refleja que el mayor porcentaje es de un 70.8% de +RD\$75,000 mensuales.

GRÁFICO #5:

¿Consideras importante estudiar una carrera profesional?

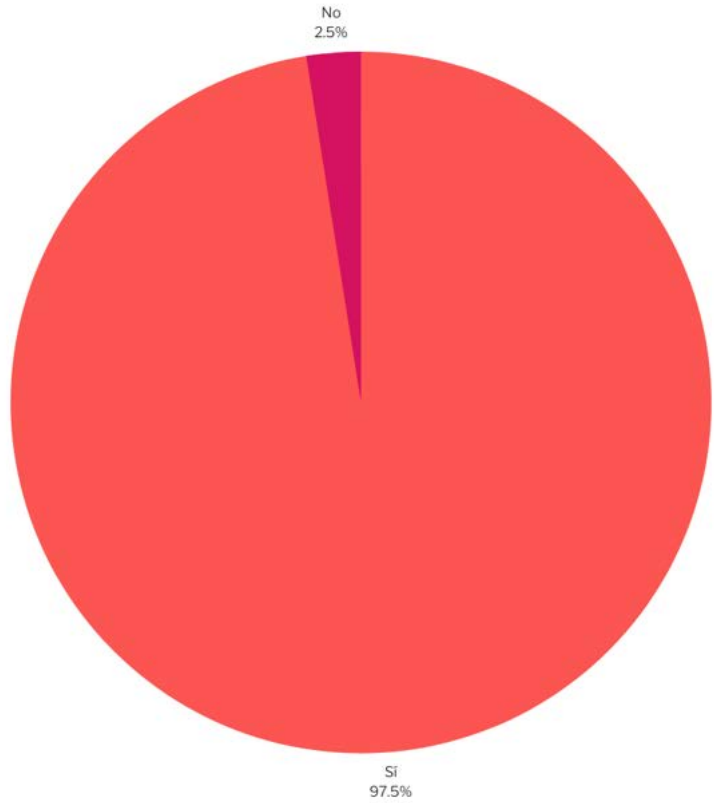


GRÁFICO #6:

Actualmente, ¿Te encuentras estudiando alguna carrera?

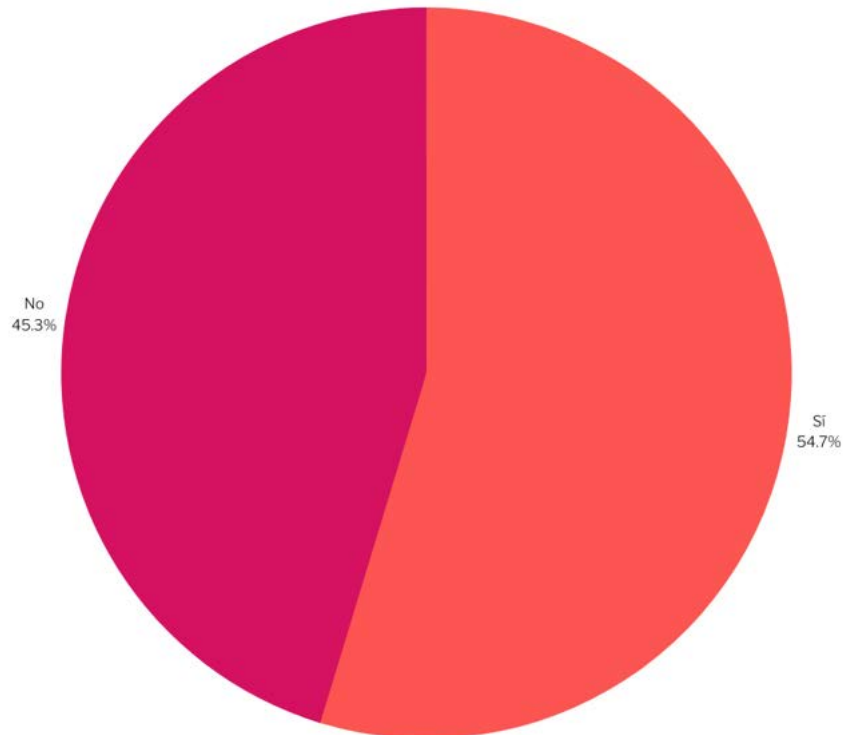
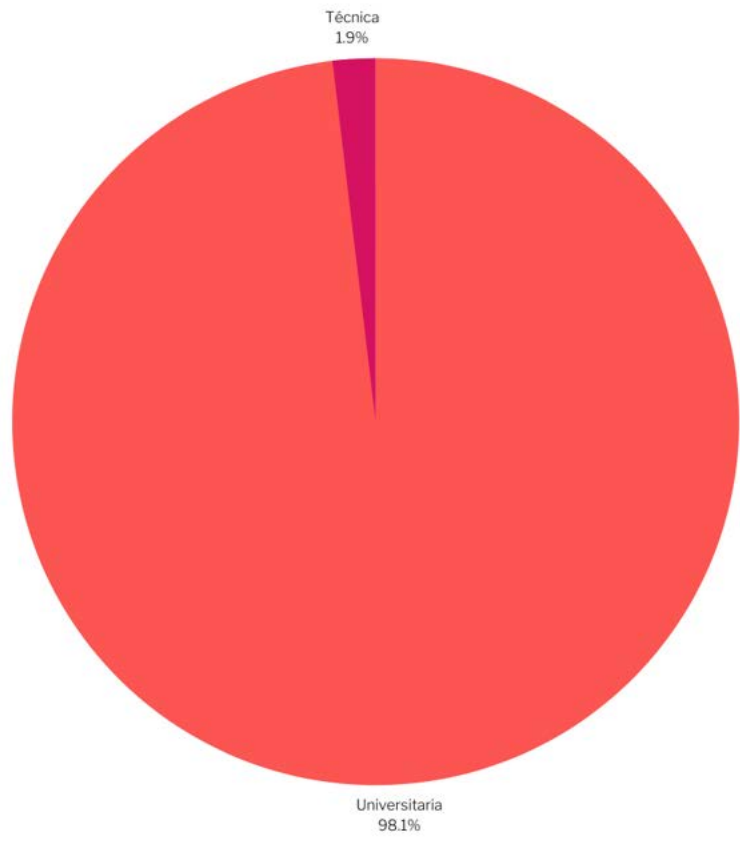


GRÁFICO #7:
¿Qué tipo de carrera?



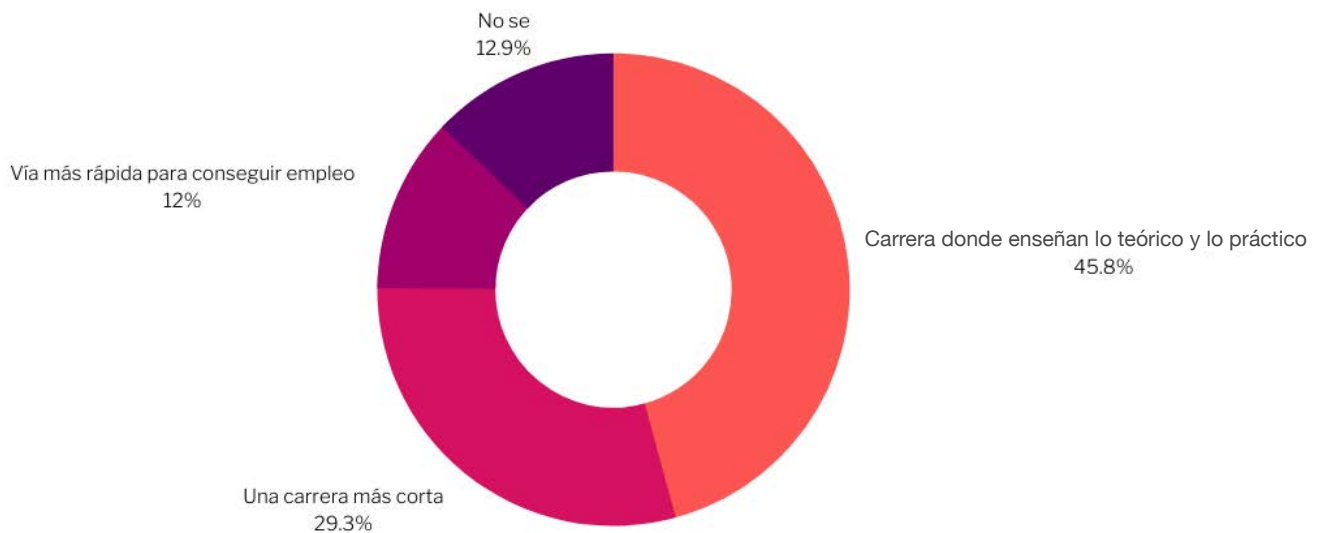
INTERPRETACIÓN

Vamos a referirnos a las siguientes gráficas, en la quinta podemos observar que el 87.5% considera importante estudiar una carrera profesional, mientras que el 2.5% no lo considera importante.

En la sexta gráfica podemos ver que el 54.7 % se encuentra estudiando una carrera ya sea universitaria o técnica y el 45.3% no se encuentra estudiando ningún tipo de carrera.

Por último, la séptima gráfica, la carrera con más alto porcentaje fue la universitaria obteniendo un 98.1% y con un 1.9% las técnicas.

Por los resultados anteriores, podemos concluir que, los encuestados consideran importante una carrera profesional, para su formación y obtener un título. No obstante, el tipo de carrera más acertada fue la universitaria, por lo tanto las técnicas no son consideradas.

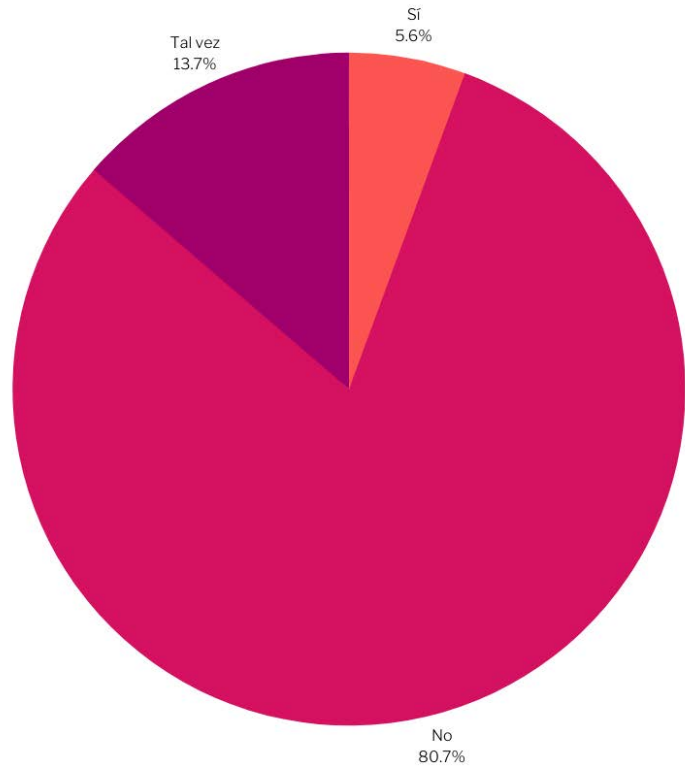
GRÁFICO #8:**Para ti, ¿Qué es una carrera técnica?****INTERPRETACIÓN**

A los encuestados se les preguntó cuál era el juicio que tenían sobre una carrera técnica, las respuestas más frecuentes fue que es una carrera donde enseñan lo teórico y lo práctico con un 45.8 %, luego un 29.3% de las personas encuestadas consideran que son carreras más cortas, mientras que un 12% de personas consideran que es una vía rápida de conseguir empleo. Un 12.9% respondieron no saber. **(Ver gráfico #8)**

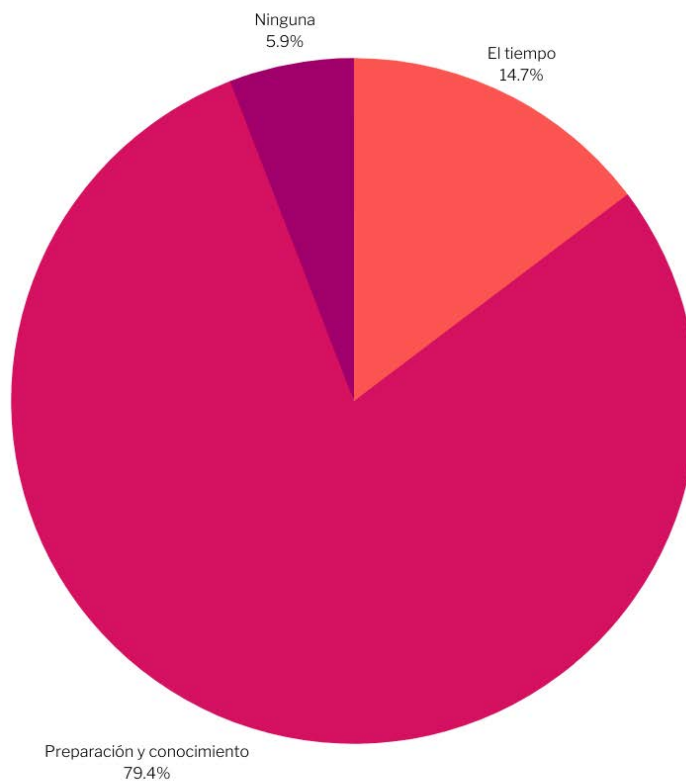
Aquí podemos ver cuál es el conocimiento que tienen los encuestados sobre carreras técnicas por lo que pudiéramos concluir que la mayoría si sabe sobre carreras técnicas, y es mínimo el % de las personas que no tienen el conocimiento de estas.

GRÁFICO #9:

Para ti, ¿Las carreras técnicas están valoradas igual que las universitarias?

**GRÁFICO #10:**

¿Cuáles crees que son las diferencias entre un profesional técnico y un profesional universitario?



INTERPRETACIÓN

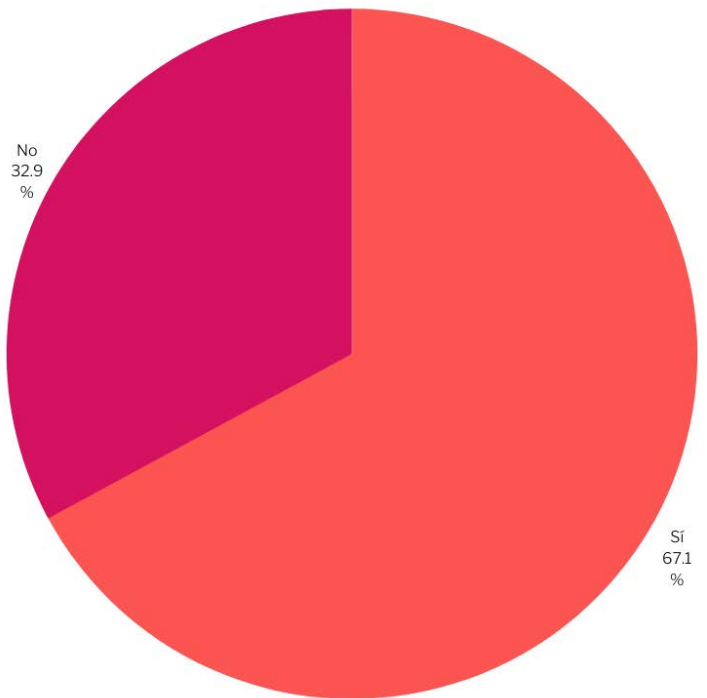
En el noveno gráfico podemos notar que la mayoría con un 80.7% dice que las carreras técnicas no están valoradas iguales que las carreras universitarias, mientras que el 13.7% dice que tal vez estén valoradas igual y el 5.6% dice que definitivamente están valoradas por igual.

En el décimo gráfico, se les preguntó a los encuestados cuál sería la diferencia entre un profesional técnico y un profesional universitario, y como se puede apreciar resultó ser la preparación y conocimiento con un 79.4%. Un 14.7% considera que el tiempo es un factor diferenciador, ya que las carreras técnicas tienen una duración de dos (2) años y las universitarias aproximadamente de tres (3) a siete (7) años.

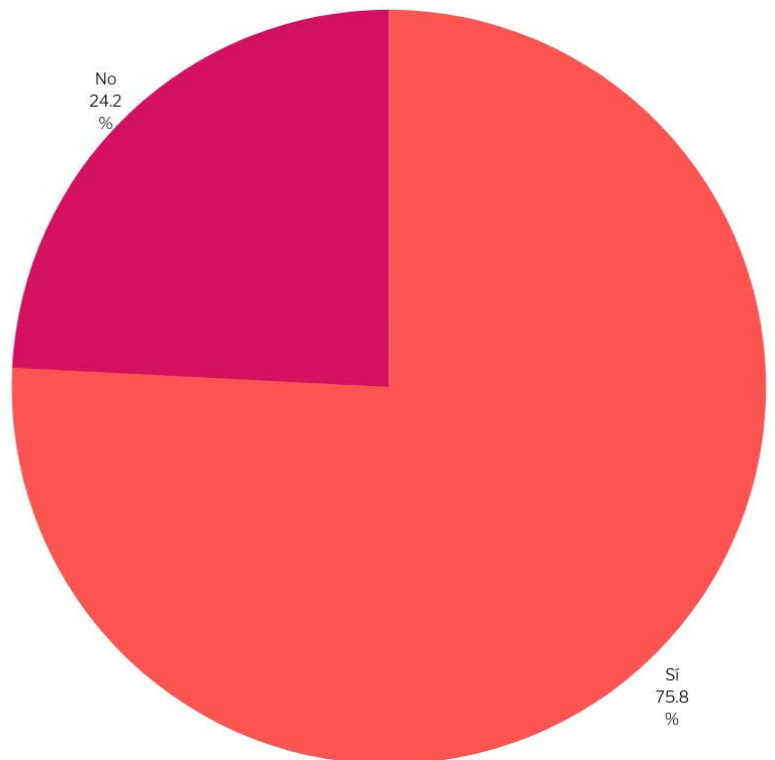
Aquí se refleja que las personas encuestadas opinan que las carreras técnicas no están igual valoradas que una carrera profesional. En la siguiente pregunta de la encuesta se pregunta que cual vendría siendo la diferencia entre un profesional técnico y universitario, muchos coincidieron que tenía que ver la preparación y conocimiento dándole ventaja al profesional universitario, especifican que un profesional universitario se puede desarrollar mucho más y un profesional técnico vendría desarrollándose en un solo ámbito y sólo ejerciendo la práctica. Igualmente los encuestados respondieron que existe una gran diferencia que tendrían las dos y es la duración ya que una carrera técnica tiene la duración de dos años y una universitaria de tres a siete años. Mientras que un 5.9% consideran que no hay ninguna diferencia ya que un profesional técnico y universitario son valorados de la misma manera.

GRÁFICO #11:

¿Crees que las carreras técnicas tienen alta demanda laboral?

**GRÁFICO #12:**

¿Consideras que las oportunidades son mayores para un egresado de una carrera universitaria que una carrera técnica?



INTERPRETACIÓN

En el undécimo gráfico, se le preguntó a los encuestados que si las carreras técnicas tienen alta demanda laboral donde un 67.1 % respondieron afirmativamente mientras y un 32.9% respondió que no. En el duodécimo gráfico, un 75.8 % de los encuestados respondieron que las oportunidades son mayores para un egresado de una carrera universitaria que una técnica y un 24.2% personas consideran que no es así.

Cómo podemos ver un 67.1% sí creen que las carreras técnicas tienen una alta demanda laboral en el país, pero por igual un 32.9% dice que que no creen que tenga alta demanda laboral. En cuanto a lo que consideran sobre las oportunidades son mayores para un egresado de una carrera universitaria que una técnica, donde muchos dicen que influyen cosas como el título, status, conocimientos, oportunidades, etc.

GRÁFICO #13:

¿Cuáles institutos conoces que ofrezcan carreras técnicas?

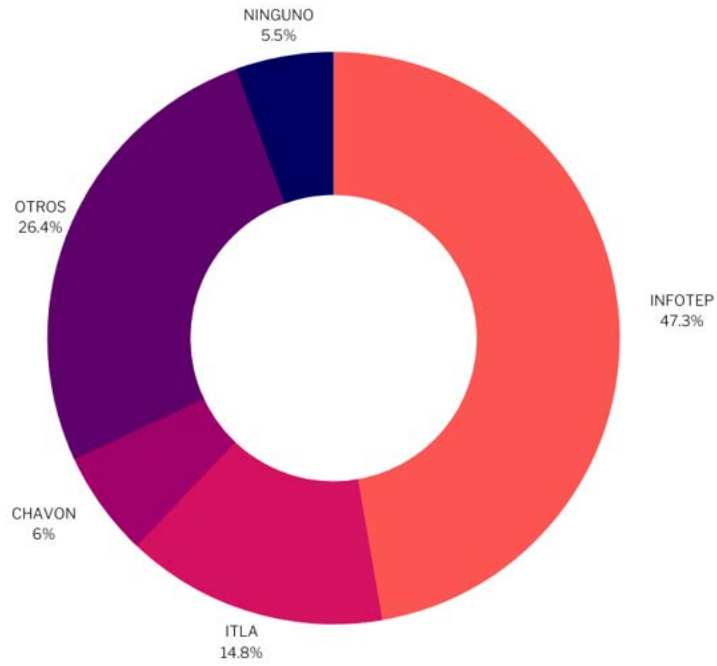
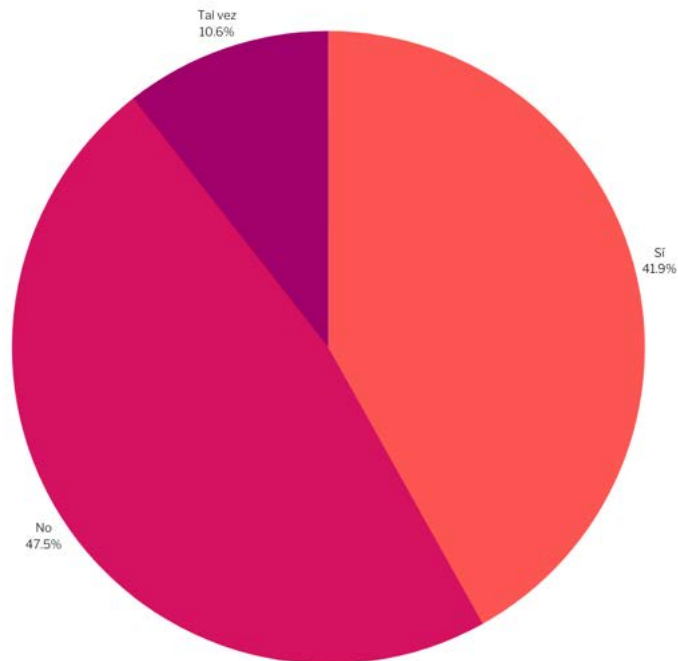


GRÁFICO #14:

¿Optarías por realizar una carrera técnica?



INTERPRETACIÓN

Como se refleja en el decimotercero gráfico, se preguntó en la encuesta que si tenían conocimiento sobre los Institutos que ofrecen carreras técnicas donde el más conocido resultó ser Infotep con un 47.3%, Itla con 14.8%, Chavón con 6%, Otros 26.4% y Ninguno con 5.5%. En el decimocuarto gráfico se les preguntó que si optarían por hacer una carrera técnica y un porcentaje de 47.5% de los encuestados respondieron que no, mientras que un 41.9% dijeron que sí y 10.6% dijeron que tal vez optarían por la misma.

Como se refleja, Infotep es el instituto más conocido por los entrevistados ya que es el que tiene más demanda a nivel de formación profesional técnica. Como se refleja en el segundo gráfico donde se les preguntó a los entrevistados si harían una carrera técnica, la mayor respuesta que obtuvimos es un no, donde las personas dicen que “preferirían hacer una universitaria porque tiene mayor preparación”, “simplemente porque no tienen el interés”, “que si la harían pero no en este país”, “porque la valoración en el mercado de una carrera técnica es baja”. Mientras que el 41.9% de personas dijeron que sí estaban abiertos a expandir sus conocimientos y así insertarse en el mercado laboral mucho más rápido.

ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

GRÁFICO #1:

¿Cuáles de estas redes sociales utilizas con mas frecuencia?

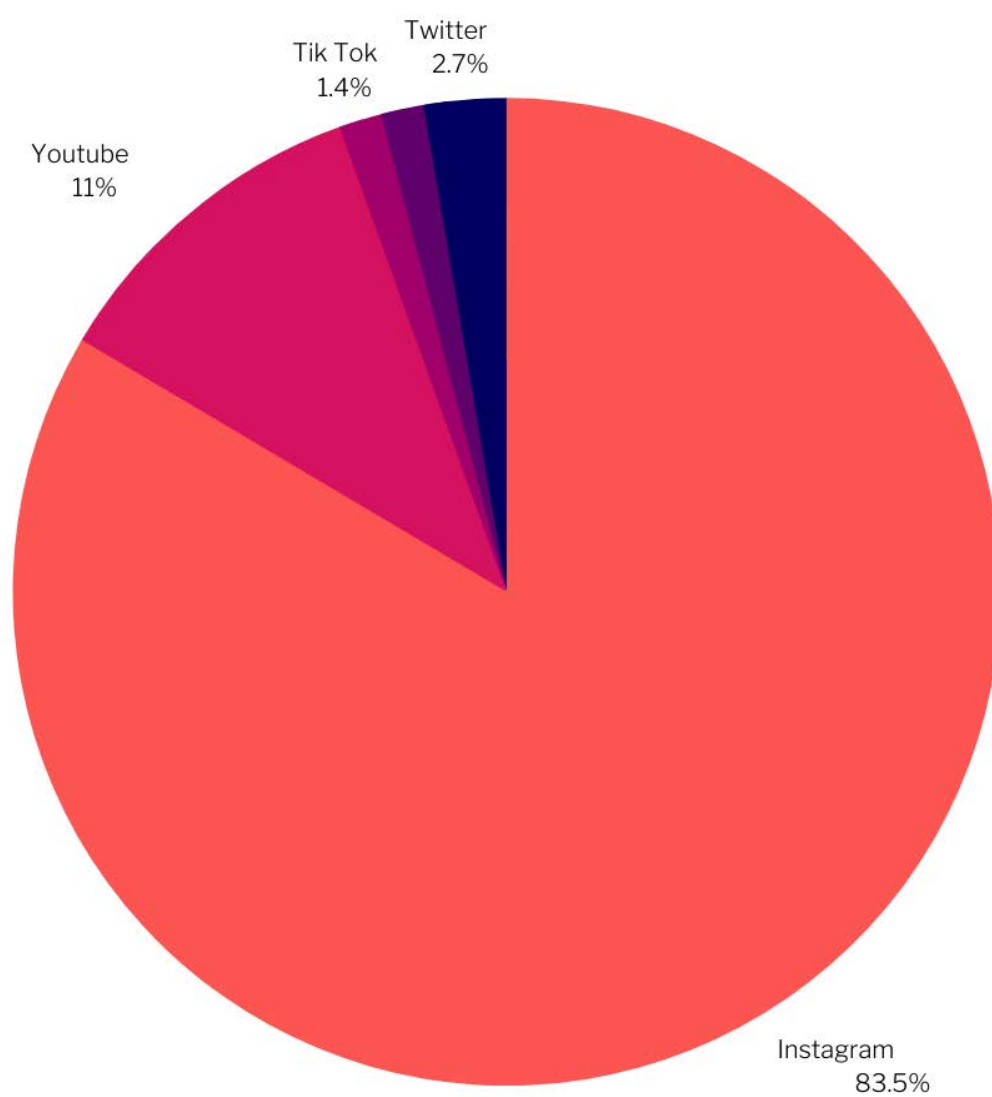
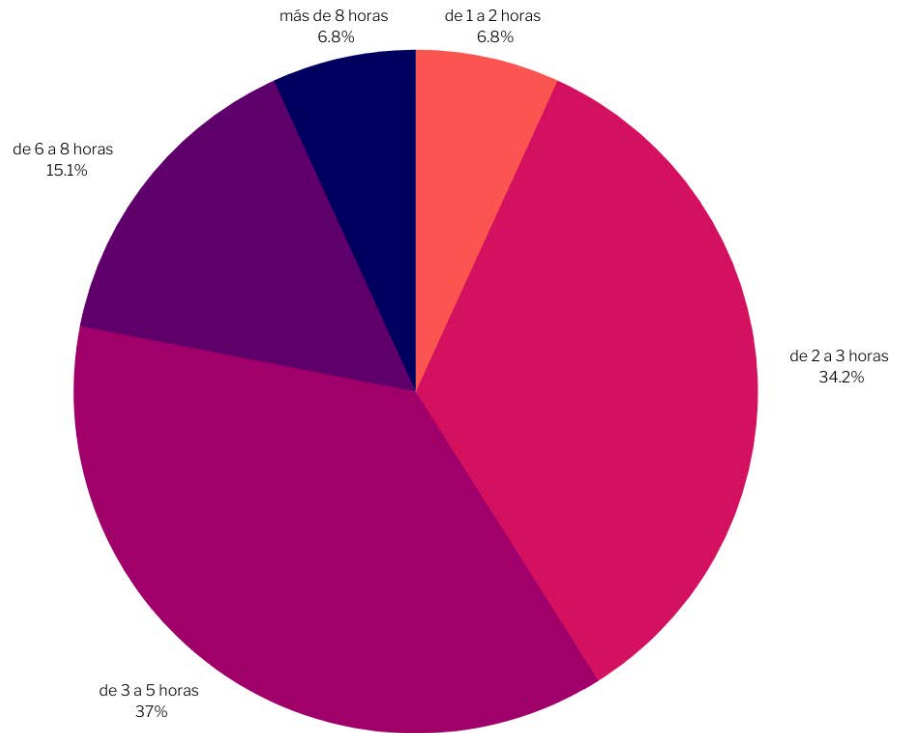


GRÁFICO #2:

¿Cuánto tiempo al día te conectas a esa red social?

**GRÁFICO #3:**

¿En qué horario utilizas con más frecuencia internet?

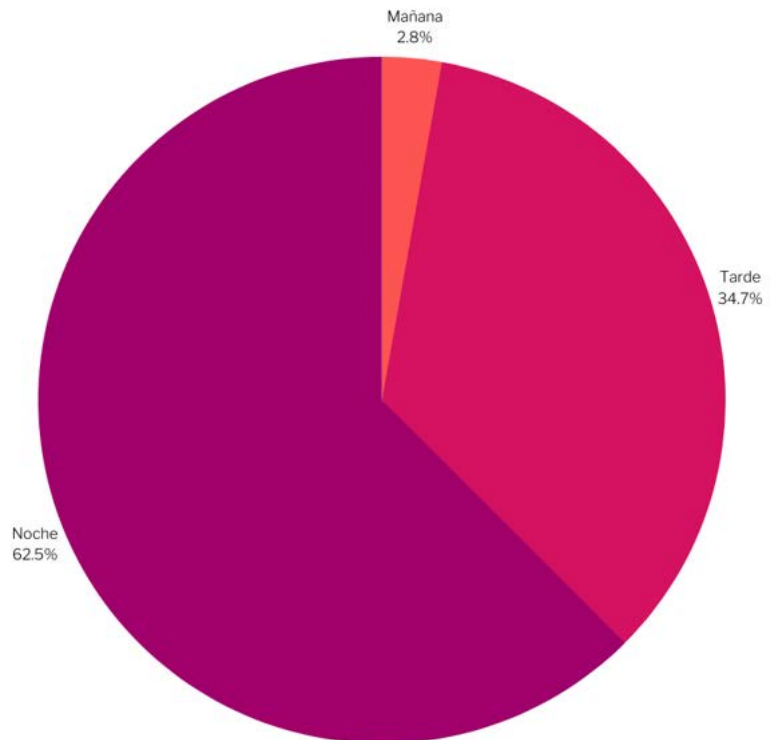
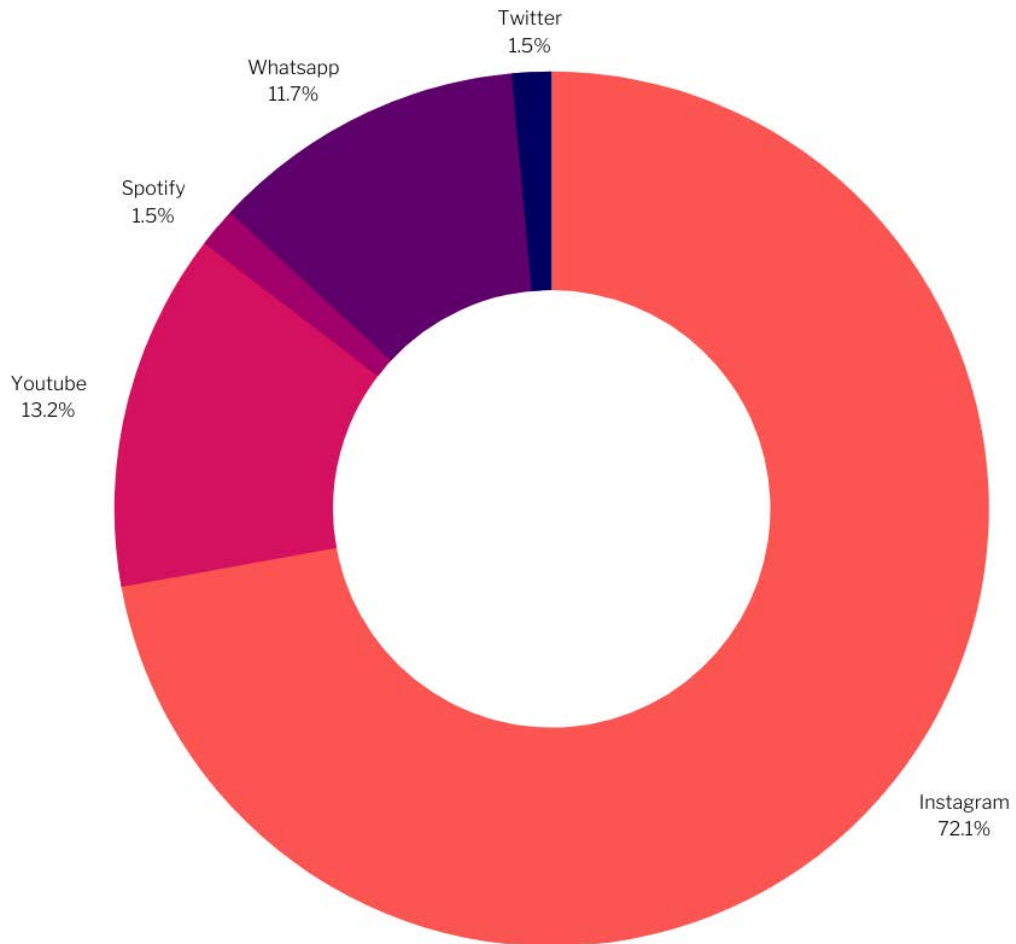


GRÁFICO #4:

¿Si tuviera que elegir una sola red social , ¿Cuál utilizarías con mayor probabilidad?



INTERPRETACIÓN

A los encuestados se les preguntó que cuál era la red social que utilizaban con más frecuencia, como podemos ver, la respuesta más acertada fue Instagram con un 83.5%, luego Youtube con un 11%, Twitter con un 2.7%, Tik Tok con un 1.4% y Spotify con un 1.4% y Facebook y Snapchat obteniendo un 0%. **(Ver gráfica #1)**

En la segunda gráfica se refleja el tiempo que duran en una red social, y las respuestas obtenidas fueron de 3 a 5 horas con un 37%, de 2 a 3 horas con un 34.2%, de 6 a 8 horas con un 15.1%, de 1 a 2 horas con un 6.8% y más de 8 horas con un 6.8% por igual.

Cómo se observa en la tercera gráfica en qué horario utilizan con más frecuencia el internet donde el más acertado fue en la noche con un 62.5%, en la tarde con un 34.7% y en la mañana con un 2.8% .

A los encuestados se les preguntó si tuvieran que elegir una sola red social, cuál sería, y un porcentaje de 72.1% de los encuestados respondió Instagram, mientras que un 13.2% Youtube, luego un 11.7% WhatsApp y un 1.5% respondió Twitter o Spotify con un 1.5% por igual. **(Ver gráfica #4)**

Con los resultados obtenidos de los siguientes gráficos podemos deducir que la red que más utilizan los encuestados es Instagram dedicándole un tiempo ya sea de 2 a 3 horas o de 3 a 5 horas en horario de la tarde o noche.

GRÁFICO #5:
¿Sabés qué es un influencer?

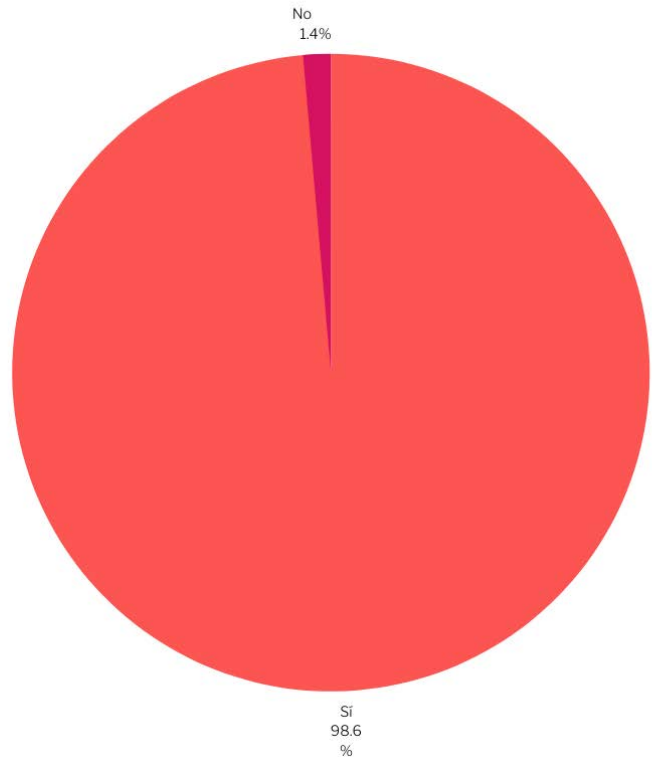


GRÁFICO #6:
¿Por qué sigues influencers?

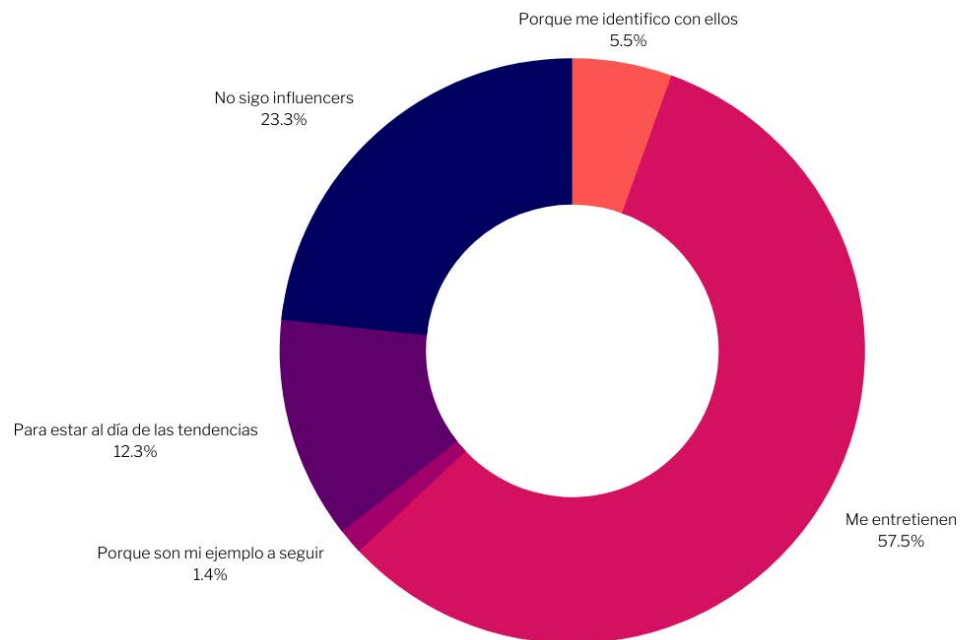
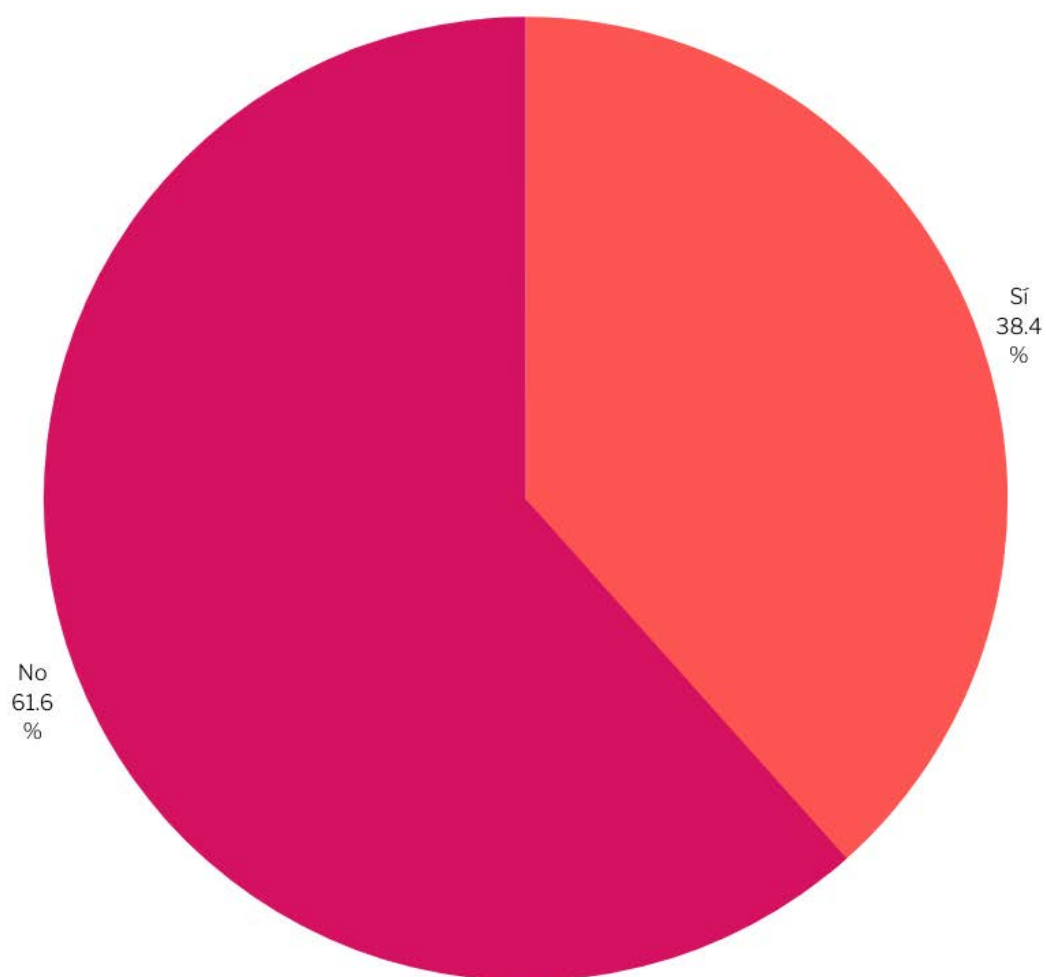


GRÁFICO #7:

¿La recomendación/promoción de un influencer te ha llevado a comprar algún producto o servicio?



INTERPRETACIÓN

En la quinta gráfica, como podemos ver un 98.6% de los encuestados sí tienen conocimiento de lo que es un influencer mientras que el 1.4% respondió que no.

En la sexta gráfica se les preguntó a los encuestados que por que seguían a los influencers, la respuesta más acertada con un 57.7% fue porque entretienen, mientras que un 23.3% dijo que no sigue a influencers, no obstante, un 12.3% dice que para estar al día con las tendencias, un 5.5% porque se identifica y 12.3% porque es un ejemplo a seguir.

Se refleja que un 61.6% de los encuestados dice que la recomendación o promoción de algún influencer no lo ha llevado a comprar algún producto o servicio mientras que el 38.4% sí ha sido influenciado. **(Ver gráfica #7)**

Luego de estas gráficas, se refleja que la mayoría de los encuestados tiene el conocimiento de lo que es un influencer y la mayoría lo sigue porque le entretiene o para estar al día con las tendencias o algunos no siguen a ningún influencer. Y podemos concluir que un gran porcentaje no se sienten influenciados por estos.

1.4.4 FASE CUALITATIVA

En total fueron tres (3) entrevistados, todos egresados de Carreras Técnicas de diferentes Institutos los cuales fueron Itla, Infotep y Chavón. Cada una de las entrevistas tuvieron una duración de 20-30 minutos. Se les hicieron preguntas como cuál fue el procedimiento para elegir la carrera, si se encuentra laborando actualmente, y si su primera opción fue optar por una carrera universitaria y no una técnica, etc.

1.4.5 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Cada uno de los entrevistados, aunque estudiaron diversas carreras técnicas y no fueron los mismos institutos, cada uno de ellos manifestó y es que optarían nuevamente por una carrera técnica en lugar de una universitaria, ya que dicen que tiene múltiples ventajas, como la duración, lo rápido que es incorporarse en el ámbito laboral y que te abre múltiples puertas aunque sea difícil de creer.

Actualmente, todos se encuentran laborando en su área, y una pregunta muy puntual fue si se le dificultó al momento de emplearse y la respuesta fue no, rápidamente se incorporaron en el mercado laboral, trabajando directamente en sus áreas y bien remunerados.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.5 CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos tomando en cuenta las preguntas formuladas en el planteamiento, los principales hallazgos revelaron lo siguiente.

Un factor que influye a los estudiantes de término en su decisión de hacer carreras profesionales es que te brinden oportunidades, incorporación rápida en el mercado laboral, y excelente preparación para poder destacarse a nivel profesional, por lo que existe baja motivación por parte de estos para optar por carreras técnicas. En sentido general, los estudiantes perciben tener mayores oportunidades haciendo una carrera profesional que una a nivel técnico.

Los resultados revelan que los jóvenes no optarían por realizar carreras técnicas, ya que consideran que una carrera universitaria tiene un mayor prestigio, preparación y mejores resultados a largo plazo.

Finalmente, se comprueba la hipótesis de que existe la falta de motivación por parte de los estudiantes dominicanos de hacer carreras técnicas, ya que priorizan realizar una carrera universitaria, debido a la preparación y oportunidades, y que son mejores estimados y remunerados en el ámbito laboral.

1.6 RECOMENDACIONES

Luego de llevar a cabo el estudio, obtener los resultados y sacar conclusiones, se recomienda lo siguiente:

Se propone elaborar una estrategia de comunicación para dar asistencia a los estudiantes de término del bachillerato, sobre posibles carreras a cursar que cumplan con sus metas profesionales.

Se sugiere elevar el conocimiento de las carreras técnicas de arte y de institutos que imparten estas, y sus posibilidades en el mercado laboral.

PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

1.7 PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

1.7.1 BRIEF

ANTECEDENTES

La Escuela de Chavón es un centro de impacto mundial, pionero en la enseñanza del arte y diseño en El Caribe. Qué ofrece una experiencia académica a estudiantes de toda América Latina, El Caribe y la comunidad internacional de arte, moda, cine y diseño.

PROBLEMA SOCIAL

Los jóvenes de República Dominicana se encuentran desmotivados a realizar carreras técnicas.

OPORTUNIDAD

Resaltar las carreras técnicas de la Escuela de Chavón y su gran liderazgo en la industria del arte.

TARGET

Son jóvenes que inician una nueva etapa en su vida como su carrera profesional, son personas talentosas y la creatividad gira en torno a ellos. Buscan desarrollarse en la industria del arte y aspiran a ser grandes profesionales en el área, pero al mismo tiempo tienen el miedo de no darse a conocer en el mercado o no ser exitosos. Viven el día a día en el mundo digital, aprendiendo cosas nuevas, experimentando, compartiendo y a la misma vez divirtiéndose. Uno de sus temores es entrar a la universidad y no hacer amigos.

¿PARA QUÉ VAMOS HACER PUBLICIDAD?

Para ofrecer a los jóvenes argumentos sobre por qué elegir una carrera técnica y de la misma manera impulsar la Escuela de Chavón con toda su oferta académica.

INSIGHT

‘Me apasiona el arte pero de eso no se vive. No me motiva realizar una carrera técnica, siento que ganaré muy poco dinero.’

ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.8 ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.8.1 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Los jóvenes consideran importante hacer una carrera, ya sea a nivel técnico o profesional.
- Tienen conocimiento de que las carreras técnicas tienen una alta demanda laboral en el país.

OPORTUNIDADES

- Incrementar el conocimiento sobre las carreras técnicas y las oportunidades asociadas a estas, tanto en el ámbito laboral como del emprendimiento.
- Aumento de estudiantes cursando carreras técnicas por falta de recursos económicos para costear una carrera universitaria.

DEBILIDADES:

- Los jóvenes no se sienten motivados a cursar una carrera técnica ya que perciben que no reciben suficiente capacitación en el corto periodo tiempo de esta.
- Para ellos las carreras técnicas no están igual valoradas que las universitarias.

AMENAZAS:

- Inclinación de estudiantes de término a realizar carreras universitarias y no técnicas.

1.8.2 PEST

POLÍTICAS:

- Cambio de gobierno.

ECONÓMICAS:

- Aumento de la tasa de desempleo debido a la situación actual del país.
- Crisis económica general.

SOCIALES:

- Disminución de ingresos y calidad de vida.
- Aumento del teletrabajo.
- Cambios en el espacio de trabajo y estilo de vida, con la incorporación de protocolos sanitarios establecidos por las autoridades y empresas.

TECNOLÓGICOS:

- Innovación tecnológica en la educación superior.
- Disminución de la mano de obra debido a la digitalización y automatización de procesos de producción.

2.1 SEGMENTACIÓN / BUYER

PERSONA

MEET BÁRBARA

Bárbara es una joven de 18 años, se considera una persona creativa y espontánea. Tiene un estilo de vida activo, le gusta viajar a lugares como Europa donde el arte sea el protagonista en cualquier museo. No vive sin su celular (siempre anda con su cargador por si acaso). Bárbara se considera una chica “rebelde”, que hace lo que le da la gana pero a la vez le importa la opinión de los demás, especialmente la de sus familiares y amigos. Bárbara dice que cuando esta dibujando o plasmando sus ideas a través de un pincel siente que saca su otro yo, como un personaje dentro de ella. Por igual le gusta compartir su arte a través de sus redes sociales y conectar con sus seguidores.

MEET THIAGO

Thiago es un joven que ama los comics, dice que su gran sueño es ser director de cine y viajar por el mundo rodando películas. Le gusta estar al tanto del mundo del cine y a la misma vez expandir sus conocimientos sobre la cinematografía. Thiago vive de experiencias, de encontrar la diversión en las cosas y de disfrutar la búsqueda de “lo que sigue”. Dice que si fuera un personaje de comics fuera Thanos, quien es uno de los villanos más poderosos del Mundo Marvel, que a pesar de ser un villano tiene grandes habilidades como: enorme fuerza sobrehumana, resistencia, durabilidad y gran conocimiento de la ciencia avanzada.

2.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

2.2.1 OBJETIVO GENERAL

Interesar a los jóvenes de término de la secundaria en las carreras técnicas de arte.

2.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Impulsar las carreras técnicas de arte de La Escuela de Chavón.
- Concientizar a los jóvenes sobre la importancia de las carreras técnicas y sus ventajas y oportunidades.
- Incrementar en un 5% la matriculación en carreras técnicas en República Dominicana.

COMPETENCIA

DIRECTA

- Instituto Mercy Jácquez
- Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)
- Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA)

INDIRECTA

- Universidad Iberoamericana (UNIBE)
- Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (UNPHU)
- Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)
- Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD)

ANÁLISIS FODA

ESCUELA DE CHAVÓN

FORTALEZAS

- Escuela con la más alta calidad en arte y diseño, así como su larga trayectoria.
- Egresados de Chavón son líderes en la industria de arte de la que pertenecen.

OPORTUNIDADES

- Expansión de la oferta académica, tanto en la industria del arte como en un posible mercado de otras carreras técnicas como: tecnología, mecánica, electricidad, entre otros.

DEBILIDADES

- Falta de oferta académica en otras áreas como Tecnología, Mecánica, Electricidad, entre otros.
- Costos elevados.

AMENAZAS

- Falta de motivación de los estudiantes, y desconocimiento sobre el mundo de las carreras técnicas.

ESTRATEGIA DIGITAL

2.3 ESTRATEGIA

Mediante una campaña donde La Escuela de Chavón es la protagonista, queremos testificar que las carreras técnicas son una buena oportunidad para insertarse en la industria del arte como profesionales exitosos.

Además convertirnos en un referente para los jóvenes dominicanos, ser motivo de que persigan sus sueños y lo que les apasiona, y abanderarnos del mensaje de que elegir una carrera técnica es una gran decisión que tendrá sus frutos a largo plazo.

La táctica central de esta estrategia es la creación de perfiles de las diferentes carreras técnicas (tipo personajes) con el fin de que los estudiantes se identifiquen con estos, según sus habilidades y aptitudes y, además llevar el mensaje de que sigan su verdadero personaje interior, es decir, su alter ego. Todas estas acciones estarán bajo la red social de La Escuela de Chavón (@chavonedu).

BIG IDEA

“Tu otro yo que se olvida de las etiquetas y hace lo que le apasiona”

CONCEPTO

Todos alguna vez en la vida, hemos sacado el alter ego que llevamos dentro, tanto en lo personal como en lo profesional. Un “Alter Ego” se basa en una identidad con rasgos de personalidad que tenemos o necesitamos, y que actualmente no utilizamos por miedo al qué dirán.

Un Alter Ego te da la libertad de convertirte en una versión más real y audaz de ti mismo, y puede ser la clave del éxito ante muchos retos profesionales. Todo esto se resume a “Follow Your Alter Ego” que te invita a seguir tu otro yo. ese artista que esta dormido en nosotros.

FASES DE EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

2.4 FASES DE EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

PLATAFORMAS Y MEDIOS

Instagram (@chavonedu)

ZOOM (Activaciones)

Página Web (www.chavon.edu.do)

LÍNEA GRÁFICA

La campaña se caracterizará por colores llamativos, gráficos, textos breves y directos que vayan de la mano con la identidad de La Escuela de Chavón.

Para el diseño de las visuales, se utilizó la técnica de collage para lograr una textura visual y llamativa. Esta técnica se caracteriza por transmitir un lenguaje libre, sin normas y que permite abrir tu imaginación y que puedas extender toda tu creatividad. El uso del collage, se utiliza actualmente en las diferentes disciplinas del arte, en la moda, en el cine, entre otros. Esta es la razón por la que se utilizó esta técnica en la línea gráfica

TONO DE LA COMUNICACIÓN

Juvenil, fresco, cercano y con los códigos actuales de este público objetivo.

ON INSTAGRAM

EXPECTATIVA

Para la fase de expectativa estaremos realizando diferentes posts en Instagram, informando a la comunidad el significado de Alter Ego, la fecha de lanzamiento y creando toda la expectativa del concepto "Follow your Alter Ego".

LANZAMIENTO

Para el lanzamiento de la campaña se hará un video donde se hace referencia a dos personajes famosos y su Alter Ego respectivamente, así como motivar a la audiencia a descubrir su Alter Ego. Este video tendrá un call to action: *‘¿Quieres conocer tu Alter Ego?’ Link in bio.*

Este call to action, va a dirigir a los usuarios a un landing page donde realizarán un test para descubrir cuál es su "Alter Ego", es decir, tipo test vocacional.

Luego de realizar el test saldrá el perfil correspondiente a una carrera técnica, o en este caso, su "Alter Ego" que los identifica, y una frase que diga "¡Felicitades descubriste tu Alter Ego!". Luego un mensaje de call to action: *"Ahora deja a un lado el miedo y lánzate"*, que los llevará a la página de La Escuela de Chavón (www.chavon.edu.do), donde se creará una categoría en la página web donde estarán los perfiles de cada carrera técnica con toda la información de la misma.

CONTENIDO INTERACTIVO / FEED

En el Instagram de La Escuela de Chavón se estará publicando contenido sobre los perfiles (carreras técnicas) con información sobre la oferta académica, facts de la carrera, frases típicas, entre otros.

CONTENIDO INTERACTIVO / STORIES

Para tener interacción con nuestra comunidad, se subirán a los stories del Instagram de La Escuela de Chavón el perfil de cada carrera técnica creada, donde se agregará una “caja de preguntas”, haciendo referencia a como si fuera uno de esos personajes de las diferentes carreras técnicas y haciéndose la pregunta “¿Qué quieres saber sobre mí?”

EGRESADOS EXITOSOS DE CHAVÓN

Para esta dinámica tendremos un hashtag “#ConoceMiAlterEgo”, donde se la hará una invitación a diferentes egresados de Chavón a compartir un post sobre su historia en la Escuela de Chavón y la experiencia que han tenido en su vida laboral.

Se subirá un post de la cuenta de La Escuela de Chavón anunciando esta dinámica y donde la comunidad pueda entrar al hashtag y ver las diferentes historias de los egresados.

ACTIVACIONES

CHAVONEROS TALK - ON ZOOM

Chavoneros Talk consiste en un conversatorio, tipo panel, con personas exitosas egresados de La Escuela de Chavón en las diferentes carreras técnicas, en el cual se estará hablando sobre sus experiencias desde su decisión de elegir dicha carrera hasta sus experiencias vividas mientras estudiaban allá, las enseñanzas en general, su vida laboral, los logros que han tenido a lo largo de su carrera y por qué las carreras técnicas y La Escuela de Chavón son una buena opción en sus vidas.

INFLUENCERS



José Jhan

Raquel Paiewonsky

Carolina Socias

Laura Amelia Guzmán

Tania Marmolejo

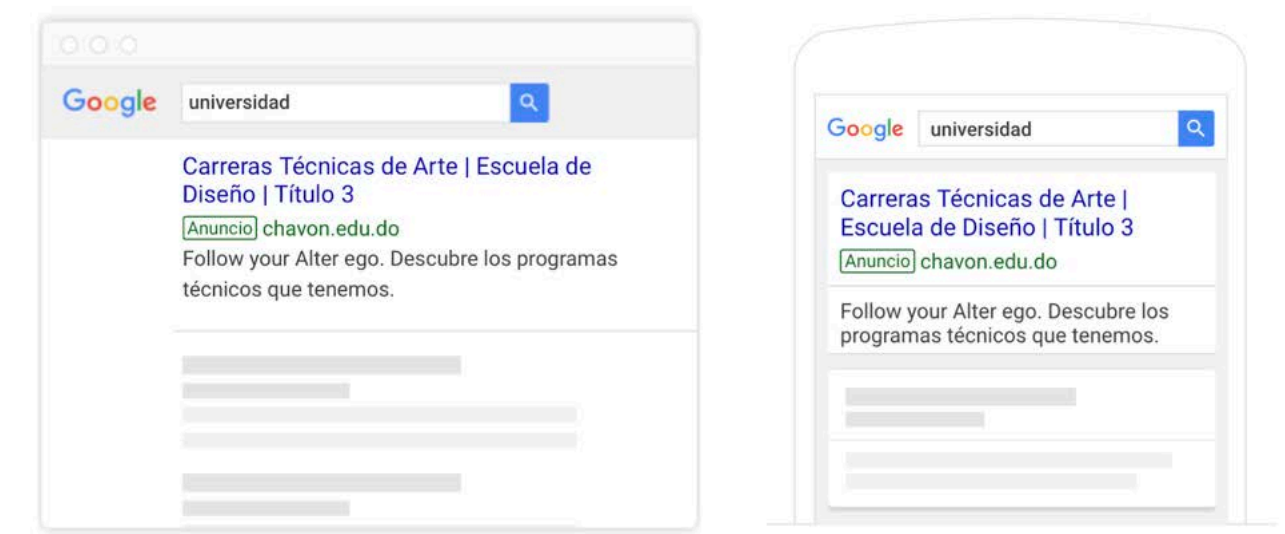
2.5 MAPA DE CONTENIDO

2.5.1 PROMESA DE MARCA

Proporcionar conocimientos a talentosos aspirantes a diseñadores, artistas y cineastas que tienen una gran pasión por lo extraordinario y buscan una carrera en la industria creativa.

2.5.2 ANÁLISIS SEM

Títulos y metadescripciones



Keywords en el contenido

- Carreras universitarias
- Escuela de diseño
- Universidad
- Carreras de diseño
- Diseño gráfico
- Estudiar diseño gráfico
- Carreras técnicas
- Moda
- Ilustración
- Diseño de Interiores
- Cine
- Fotografía
- Vocación
- Follow Your Alter Ego
- Chavón
- Arte
- Creatividad
- Diseño
- Diseñador gráfico
- Estudios Universitarios
- Test vocacional

- Dibujar
- Industrias creativa
- Diseño de Moda
- Digital
- Pensum
- Duración
- Bellas Artes
- Chavonero

PROGRAMACIÓN DE CALENDARIO

2.6 PROGRAMACIÓN INSTAGRAM ADS

		2021																							
		MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
MEDIO	PIEZA	FORMATO	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	TIPO DE COMPRA	IMPRESIONES ESTIMADAS	CLICS ESTIMADOS	INVERSIÓN	
Instagram	"Follow Your Alter Ego" 25.03.2021	Sponsored Post/Story																			CPM	800,000	302	DOP 5,845.00	
	"Definición Alter Ego"	Sponsored Post/Story																			CPM	700,200	324	DOP 5,845.00	
	Video Lanzamiento	Sponsored Post																			CPM	6,018,708	4800	DOP 116,900.00	
	Información sobre la carrera técnica de Fotografía	Sponsored Post																			CPM	39,434	140	DOP 11,690.00	
	Información sobre la carrera técnica de Diseño de Moda	Sponsored Post																			CPM	37,950	235	DOP 11,690.00	
	Información sobre la carrera técnica de Ilustración	Sponsored Post																			CPM	19,707	132	DOP 11,690.00	
	Información sobre la carrera técnica de Cine	Sponsored Post																			CPM	20,845	250	DOP 11,690.00	
	Información sobre la carrera técnica de Diseño de Interiores	Sponsored Post																			CPM	41,405	560	DOP 11,690.00	
	Chavoneros Talk	Sponsored Post																			CPM	10,900	244	DOP 5,845.00	
																					SUBTOTAL		DOP 192,885.00		
																					ITBIS (18%)		DOP 34,719.30		
																					TOTAL		DOP 227,604.30		

2.7 PROGRAMACIÓN CONTENIDO INSTAGRAM

MARZO

11 DE MARZO

POST
"FOLLOW YOUR ALTER EGO"

EXPECTATIVA

15 DE MARZO

POST
"MEANING ALTER EGO"

EXPECTATIVA

25 DE MARZO

VÍDEO
"FOLLOW YOUR ALTER EGO"

LANZAMIENTO

ABRIL

1 DE ABRIL

POST
"FACTS CARRERA
TÉCNICA
DISEÑO DE MODA"

12 DE ABRIL

POST
"FACTS CARRERA
TÉCNICA
FOTOGRAFÍA"

20 DE ABRIL

POST
"FACTS CARRERA
TÉCNICA
ILUSTRACIÓN"

30 DE ABRIL

POST
"FACTS CARRERA
TÉCNICA CINE"

MAYO

5 DE MAYO

POST
"FACTS CARRERA
TÉCNICA DISEÑO
DE INTERIORES"

20 DE MAYO

POST
"#CONOCEMIALTERGO"

28 DE MAYO

"STORY QUESTION
BOX"

JUNIO

2 DE JUNIO

"STORY QUESTION
BOX"

7 DE JUNIO

"STORY QUESTION
BOX"

17 DE JUNIO

"STORY QUESTION
BOX"

22 DE JUNIO

"STORY QUESTION
BOX"

JULIO

2 DE JULIO

**POST
"CHAVONEROS
TALK"**

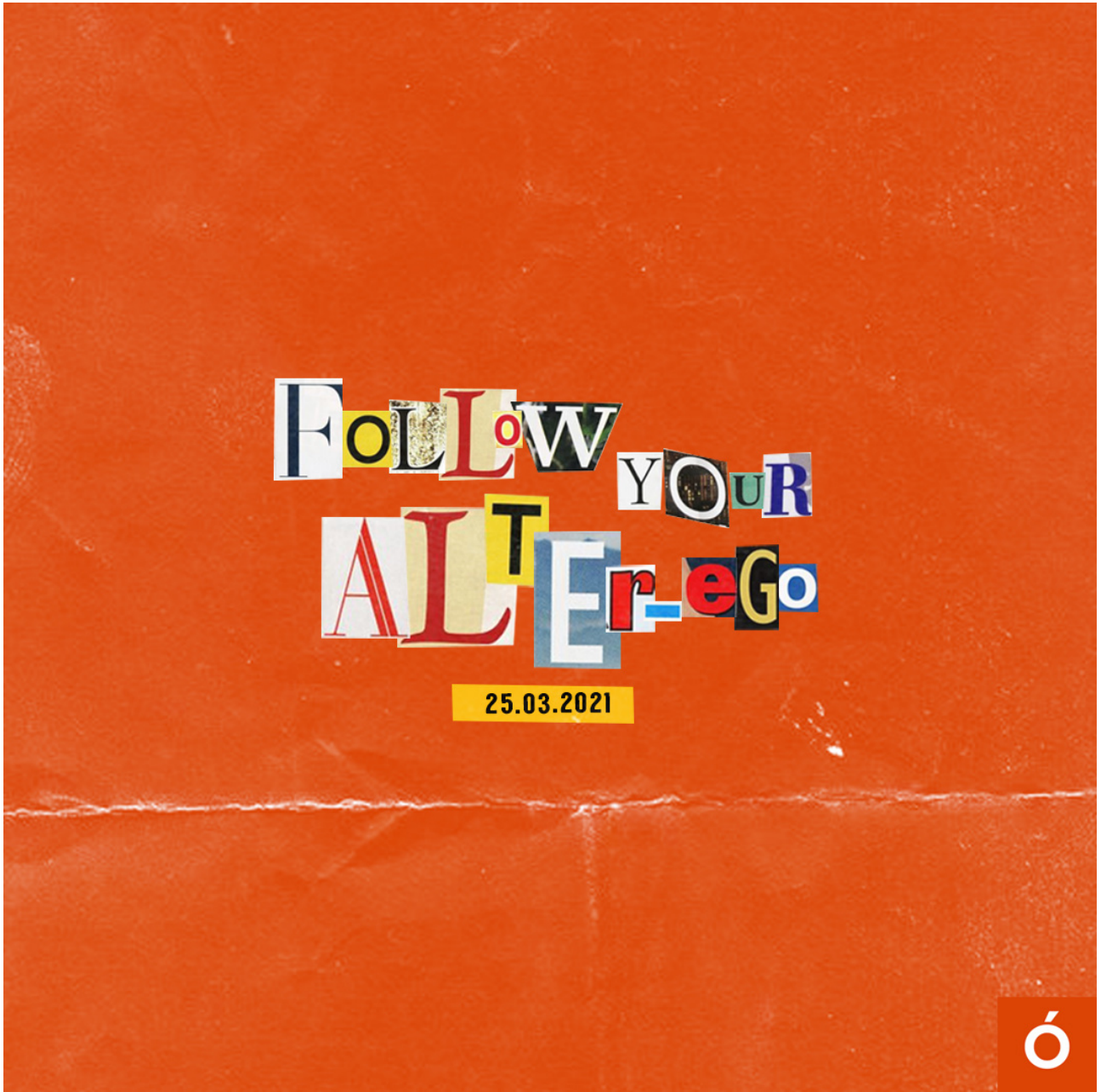
16 DE JULIO

**STORY
"CHAVONEROS
TALK"**

KEY VISUALS

2.8 KEY VISUALS

ON INSTAGRAM - POST DE EXPECTATIVA



ALTER-ego

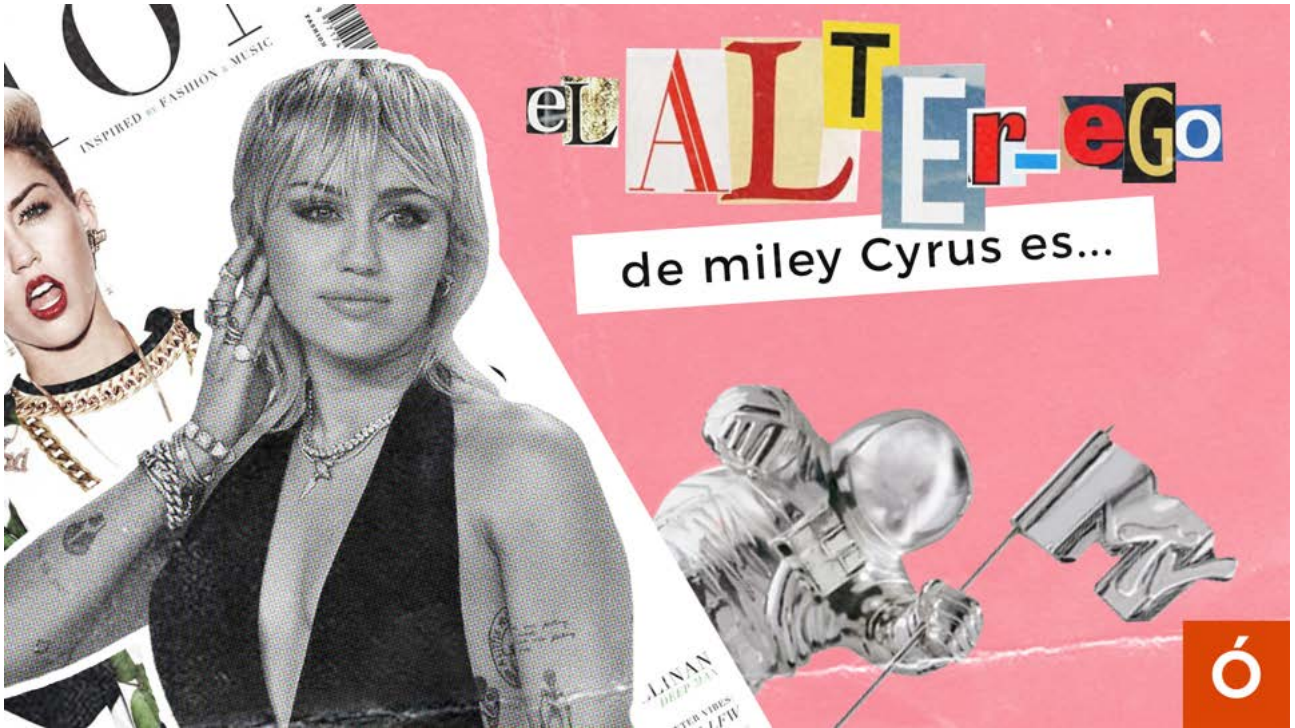
• *noun*

Persona real o ficticia en
quien se reconoce.

25.03.2021

ON INSTAGRAM - VÍDEO LANZAMINETO





¿y el **tuyo** ?

ó

¿ *No te da*
CURIO*SIDAD*
saberlo?

ó

VEN

DESCUBRE

el tuyo

ó

EN

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM

www.followyouralterego.com

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM



FOLLOW YOUR
ALTEREGO



ON INSTAGRAM - CONTENIDO INTERACTIVO / FEED

ALTEReGo

• *el ilustrador*

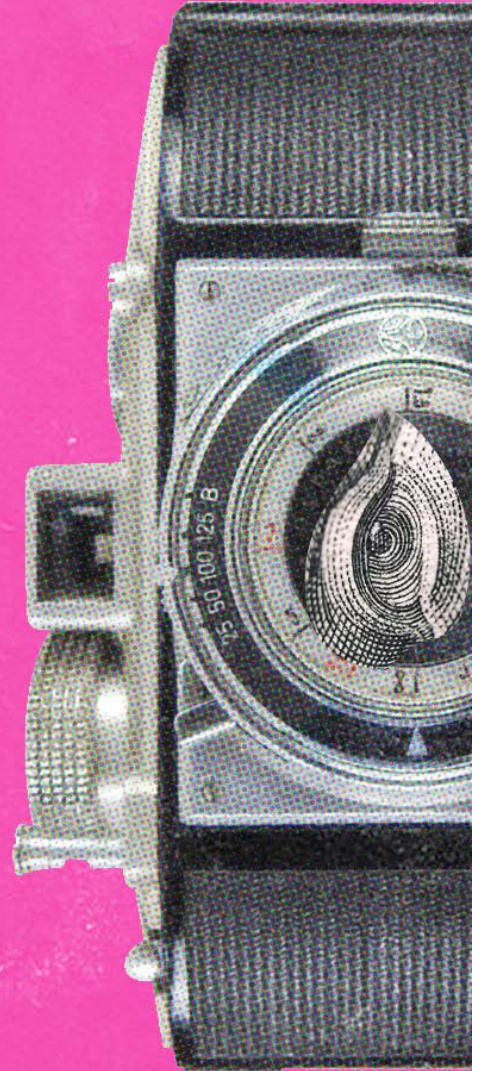
Analizo **información** que tengo
para convertir para hacer una
representación **gráfica**



ó

FOLLOW YOUR ALTER-ego

Para el **Ojo** chavonero
la **cámara** es solo un
instrumento a su
alcance



ó

ON INSTAGRAM - #CONOCEMIALTEREGO

#CONOCE *MI* **ALTER** *er* **eGo**

ó

ON INSTAGRAM - CONTENIDO INTERACTIVO / STORIES

el ilustrador

¿Qué quieres saber sobre mí?

Type something....

YOUR
ALTEr-ego

ò

ò

The story features a man with glasses and a beard sitting at a desk with a laptop and a cup of coffee. He is surrounded by vibrant, colorful illustrations of a pink and yellow creature, a fox, and a newspaper. The background is a textured pink color. The text 'el ilustrador' is written in a white, cursive font on a blue banner at the top. Below the man is a white interaction box with a red 'ò' icon, the question '¿Qué quieres saber sobre mí?', and a grey input field with the placeholder 'Type something....'. At the bottom, there is a logo for 'YOUR ALTEr-ego' and a red 'ò' icon in the bottom left corner.

LANDING PAGE

WWW.FOLLOWYOURALTEREGO.COM.DO



PERFILES DE LA CARRERA



la Cineasta

YOUR
ALTeGo





el ilustrador

YOUR
ALTeR-ego

ó



EL FOTOGRAFÓ


YOU
ALTEr-eGo








PÁGINA WEB CHAVÓN

APPLY CONTACT **ESP** 

ABOUT / PROGRAMS / ADMISSIONS / TUITION & AID / CAREERS & ALUMNI / GALLERY / FACULTY


ilustración Cine MODA **FOTOGRAFÍA** interiores

All Full-Time (2 Years) Diplomados Continuing Education Teens / Pre-University Kids Special Programs

Programs



ZOOM - CHAVONEROS TALK



COSTOS Y PRESUPUESTOS

2.9 PRESUPUESTO

PROYECTO CHAVÓN “FOLLOW YOUR ALTER EGO”

ESTRATEGIA DIGITAL		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Producción	1	DOP 50,000.00
Vídeo	1	DOP 100,000.00
Conceptualización	1	DOP 50,000.00
Artes	20	DOP 200,000.00
Digital		
Instagram	9	DOP 192,885.00
Acompañamiento en la implementación	1	DOP 20,000.00
SUBTOTAL		DOP 612,885.00
ITBIS 18%		DOP 110,319.00
TOTAL		DOP 723,204.00

2.10 ESTATUS LEGAL DE LA PROPUESTA

Artículo 7. En la estructura de educación superior, el nivel técnico es la primera etapa académica, la cual ofrece la oportunidad a los sujetos de alcanzar una formación que prepara para la inserción en los sectores productivos y de servicios. Además permite a los interesados, la continuación de estudios a nivel de grado.

Artículo 8. El nivel técnico superior responde a fundamentos personales y sociales en el contexto nacional e internacional, vinculado a la misión, visión, valores y objetivos de las instituciones que lo imparten. Al mismo tiempo constituye un espacio educativo superior que cumple los requisitos tecnológicos establecidos para formar profesionales técnicos de calidad.

Artículo 9. Entre los aspectos que caracterizan al Nivel Técnico Superior se destacan:

- a) La vinculación con las necesidades de profesionales técnicos en las áreas productivas, tecnológicas, de comunicación y servicio del país.
- b) La oferta de la formación a nivel superior, en corto tiempo, a un gran volumen de la población joven que los capacita para integrarse al mercado laboral.

Artículo 10. El Nivel Técnico Superior se orienta hacia el logro de los objetivos de:

- a) Ofrecer un espacio académico de formación de profesionales técnicos superiores, en las áreas tecnológicas, productivas y de servicios, con las competencias y los valores requeridos para responder a las demandas de crecimiento económico, social, político y cultural, interno y hacia el exterior, en todos los sectores de la sociedad dominicana

Artículo 13. Las instituciones facultadas para ofertar programas del Nivel Técnico Superior son las siguientes:

a) Los Institutos Técnicos de Estudios Superiores: Entidades, estatales o privadas, dedicadas a la formación y a la capacitación técnica postsecundaria de carácter instrumental, en carreras de corta duración de una carga mínima de 85 créditos, con el propósito de preparar personas para ocupar funciones de mando medio eminentemente técnicas que satisfagan las necesidades de los mercados de trabajo nacional y regional. Estas instituciones estructuran los estudios en base a una organización sus egresados integrarse al mundo laboral y continuar estudios a nivel de grado

Artículo 62. Las universidades, conforme al modelo institucional definido en su misión, son centros autorizados por el CONESCYT para impartir carreras y programas y otorgar títulos de técnico superior, grado y postgrado en las diversas áreas del conocimiento, las cuales se fundamentan en la docencia, la investigación científica, tecnológica, humanística, la extensión y servicio.

Ley No. 6132 de 1962 de Expresión y Difusión del Pensamiento, dispone literalmente en su Artículo 1. “Es libre la expresión del pensamiento, salvo que se atente contra la honra de las personas, el orden social o la paz pública.”

La Ley No. 53-07, del 23 de abril de 2007, contra Crímenes y Delitos de Alta Tecnología, en su Artículo 21, establece que “La difamación cometida a través de medios electrónicos, informáticos, telemáticos, de telecomunicaciones o audiovisuales, se sancionará con la pena de tres meses a un año de prisión y multa de cinco a quinientas veces el salario mínimo. Asimismo, el Artículo 22 establece que “ La injuria pública cometida a través de medios electrónicos, informáticos, telemáticos, de telecomunicaciones, o audiovisuales, se sancionará con la pena de tres meses a un año de prisión y multa de cinco a quinientas veces el salario mínimo.”

Estas normativas se regulan por ofrecer una oferta de formación a nivel superior, en corto tiempo, a un gran volumen de la población joven que los capacita para integrarse al mercado laboral. Como también formar técnicos superiores en la cantidad y con la capacidad que la sociedad necesitan, comprometidos con los valores de las comunidades y de la nación dominicana.

En cuanto a los perfiles utilizados en las redes sociales y que los mismos no demuestran con veracidad la identidad del usuario, o del que la reproduzca, nuestro Código Penal Dominicano, en su Art. 283, establece “Toda publicación o distribución de obras, escritos, avisos, boletines, anuncios, diarios, periódicos u otros impresos, en los que no se hallare la indicación del verdadero nombre, profesión y morada del autor o impresor, dará lugar, por este solo hecho, a que se castigue con prisión de seis días a seis meses a cualquier persona que, a sabiendas, haya contribuido a las dichas publicación o distribución.

2.11 BIBLIOGRAFÍA

Amargós, O. (2016). Estado de situación del sistema nacional de educación y formación técnico profesional de la República Dominicana. Santo Domingo.

Castillo, J. F. (2008). Las carreras técnicas: Su importancia para el porvenir. *Revistas Científicas UPS* .

Cobos-Sanchiz, D. G.-G.-M. (2016). : La Educación Superior en el Siglo XXI: Nuevas Características Profesionales y Científicas. San Juan .

Estudio sobre los antecedentes, situación actual y perspectivas de la evaluación y la acreditación en la República de Cuba. (2003). La Habana.

Fiszbein, A. (2018). : Educación técnica y formación profesional en América Latina y El Caribe: Desafíos y Oportunidades. .

Gagliardi, R. (2088). Gestión de la educación técnica profesional. Noveduc.

Instituto de Formación Técnico Profesional, INFOTEP. (2011). Una historia de Progreso. Santo Domingo.

Llisterri, J. &. (2013). Educación Técnica y Formación Profesional en América Latina: el reto de la productividad. .

OIT. Cinterfor. (2017). El futuro de la formación profesional en América Latina y El Caribe. Ecuador.

Tapia García, G. A. (2005). La correspondencia entre las carreras de la educación técnica en el nivel medio superior y el sistema productivo. Guanajuato.

Yapu, M. (2015). Desafíos de la educación técnica y profesional y política educativa en Bolivia. La Paz.

2.12 WEBGRAFÍA

Carreras con futuro. (2018). Retrieved from Periódico Listín Diario.: <https://listindiario.com/la-vida/2018/01/23/499707/carreras-con-futuro>

Estudiantes técnicos con mayor facilidad para obtener empleos. (2015, Octubre). Retrieved from El Dinero: <https://www.eldinero.com.do/48523/estudiantes-tecnicos-tienen-mayor-facilidad-para-obtener-empleos-en-rd/>

La conexión . (n.d.). Retrieved from Chavón: <https://chavon.edu.do/esp/about/the-parsons-connection/>

Leclerc, I. L. (2015). Periódico Listín Diario . Retrieved from Ministerio de la Juventud gradúa a 3 mil jóvenes en carreras técnicas: <https://listindiario.com/la-republica/2015/08/13/384052/ministerio-de-la-juventud-gradua-a-3-mil-jovenes-en-carreras-tecnicas>

Tavárez, J. A. (2018). E l mercado prefiere carreras técnicas . Retrieved from Periódico Listín Diario: <https://listindiario.com/economia/2009/06/01/103169/el-mercado-prefiere-carreras-tecnicas>

2.13 ANEXOS

2.13.1 ENCUESTA SOBRE CARRERAS TÉCNICAS EN SANTO DOMINGO

Encuesta sobre carreras técnicas en Santo Domingo

La siguiente encuesta tiene la finalidad de determinar cuál es el conocimiento que tienen los dominicanos sobre carreras técnicas. Y al igual comprobar cuál es el punto de vista sobre estas. Esta información será únicamente utilizada para fines académicos (tesis) para así obtener la licenciatura en Comunicación Publicitaria de la Universidad Iberoamericana.

***Obligatorio**

¿Cuál es tu condición actual? *

- Estudiante
- Desempleado
- Empleado

¿Consideras importante estudiar una carrera profesional? *

- Sí
- No

Actualmente, ¿te encuentras estudiando alguna carrera? *

- Sí
- No

Actualmente, ¿te encuentras estudiando alguna carrera? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de carrera estudias o vas estudiar o estudiaste? *

- Universitaria
- Técnica

En tu opinión, ¿qué es una carrera técnica? *

Tu respuesta _____

¿Para ti, las carreras técnicas están valoradas igual que las universitarias? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Cuáles crees que son las diferencias entre un profesional técnico y un profesional universitario? *

Tu respuesta _____

¿Crees que las carreras técnicas tienen alta demanda laboral? *

Sí

No

¿Consideras que las oportunidades son mayores para un egresado de una carrera universitaria que una técnica? Justifica tu respuesta *

Tu respuesta _____

¿Cuales institutos conoces que ofrezcan carreras técnicas? *

Tu respuesta _____

¿Optarias por realizar una carrera técnica? (Justifica tu respuesta) *

Tu respuesta _____

Rango de edad *

- 18-21
- 22-25
- 26-29
- 30-35

Indique el nivel de ingresos mensuales de su hogar (considerando los salarios de cada miembro de la familia). *

- RD\$1.00 - RD\$35,000.00
- RD\$35,001.00 - RD\$50,000.00
- RD\$50,001.00 - RD\$65,000.00
- RD\$65,001.00 - RD\$75,000.00
- +RD\$75,001.00

¿Cuál es tu condición actual? *

- Estudiante
- Desempleado
- Empleado

2.13.2 ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

Encuesta sobre RRSS

***Obligatorio**

Edad *

- 18-21
- 22-25
- 26-29

Señala al género al que perteneces *

- M
- F

Cuales de estas redes sociales utilizas con mas frecuencia *

- Instagram
- Facebook
- Youtube
- Snapchat
- Tik tok
- Spotify
- Twitter

¿Cuánto tiempo al día te conectas a esa red social? *

- de 1 a 2 horas
- de 2 a 3 horas
- de 3 a 5 horas
- de 6 a 8 horas
- mas de 8 horas

¿En qué horario utilizas con más frecuencia internet?

- Mañana
- Tarde
- Noche

Si tuviera que elegir una sola red social , ¿cuál utilizaría con mayor probabilidad?

Tu respuesta _____

¿Sabés qué es un influencer? *

- Si
- No

¿Por qué sigues influencers? *

- Porque me identifico con ellos
- Me entretienen
- Porque son mi ejemplo a seguir
- Para estar al día de las tendencias
- No sigo influencers

¿La recomendación/promoción de un influencer te ha llevado a comprar algún producto o servicio? *

- Si
- No

