

INFORME FINAL

ESTUDIO “EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA FORMACIÓN EN EL PUESTO DE TRABAJO”



Tabla de Contenidos

1.- Introducción

2.- Objetivos de la Consultoría

3.- Descripción Metodológica

3.1 Descripción de la Muestra

3.2 Descripción del Terreno

4.- Resultados por Dimensión

4.0 Mapa General del Programa y Dimensiones de Análisis

4.1 Conocimiento Aspectos Generales del Programa

4.2 Postulación

4.3 Relación con el Grupo Específico

4.4 Implementación del Programa

4.5 Evaluación de Componentes Específicos

4.6 Evaluación del Rol y Funciones dentro del Modelo

4.7 Coordinación entre OMIL y SENCE

4.8 Relación entre SENCE Regional y Nivel Central

4.9 Expectativas

Tabla de Contenidos

5.- Análisis de Redes sociales

5.1 Redes Sociales en Empresas

5.2 Redes Sociales en Relatores Internos y OTEC

5.3 Redes Sociales en Maestros Guías

5.4 Redes Sociales en Jóvenes Aprendices

6.- Conclusiones por Dimensión

7.- Recomendaciones

1. Introducción

Introducción

El siguiente informe, corresponde a la entrega final de la consultoría realizada. Éste comprende la presentación de los resultados finales del estudio para todas las regiones y actores entrevistados entregando la percepción levantada en las tres macrozonas definidas (norte, centro y sur) y en todos los rubros contemplados en el estudio .

En términos generales este informe contiene los siguientes elementos: una primera parte en el que se presentan los objetivos de la investigación, le sigue un apartado donde se describe la metodología utilizada en el estudio, específicamente la definición de la muestra -tanto por regiones, actores, rubros y tamaños de empresa- y una breve descripción del proceso de terreno. Posteriormente se presentan los principales hallazgos del estudio de acuerdo a las dimensiones de análisis utilizadas y acordadas en conjunto entre el equipo consultor y la contraparte técnica del estudio. Le sigue el análisis de los cuestionarios de red aplicados a los beneficiarios del Programa y el análisis de los respectivos sociogramas según tipo de red, actor y región.

Finaliza el informe con la presentación de las conclusiones según cada una de las dimensiones y la presentación de recomendaciones de acuerdo a los momentos del programa definidos en conjunto con la contraparte, a saber, etapa de diseño del programa y etapa de implementación del mismo.

2. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA



2.- Objetivos de la Consultoría

Objetivo General

La presente consultoría, tiene como propósito evaluar -hasta la fecha- el desarrollo del Programa Formación en el Puesto de Trabajo desde la perspectiva de informantes claves en tres zonas: norte (II región de Antofagasta), centro (Región Metropolitana y VII región del Maule) y sur (IX región de la Araucanía).

Objetivos Específicos

- Levantar percepciones en relación al Programa de Formación en el Puesto de Trabajo por parte de los diversos informantes claves determinando nivel de conocimiento y expectativas asociadas.
- Indagar en la percepción que tienen los informantes claves en relación a los componentes específicos del Programa.
- Proporcionar información con respecto a los procesos de acceso e inscripción al Programa, poniendo énfasis en los mecanismos de difusión, la postulación de Empresas y procesos asociados a la entrada de Beneficiarios a las Industrias.

3. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA



3.- Descripción Metodológica

Descripción de la Muestra

A continuación se presenta la muestra estructural utilizada en el trabajo de terreno. En la tabla se observa el detalle de cada una de las entrevistas a realizar por tipo de actor y territorio.

Segmentos / Zonas		Zona Norte Antofagasta	Zona Centro RM Maule		Zona Sur Araucanía	Total
Empresas	Grandes	2	2	2	2	8
	Medianas y Pequeñas	2	2	2	2	8
Encargado OMIL		1	2	1	1	5
Capacitadores	OTEC/ Relatores Internos	2	2	2	2	8
	Maestro Guía	2	2	2	2	8
Equipo SENCE	Dirección Nacional	-	1	-	-	1
	Dirección Regional	1	1	1	1	4
	Encargado Regional	1	1	1	1	4
Total		11	13	11	11	46

De esta forma la muestra total del estudio contempló un total de 46 entrevistas semiestructuradas a los actores antes mencionados. Con respecto a los grupos focales, se realizaron 3 grupos focales con jóvenes que pasaron por el Programa, según cada una de las macrozonas definidas previamente:

GRUPO FOCAL	REGIÓN	PARTICIPANTES
GRUPO FOCAL 1	II DE ANTOFAGASTA	JÓVENES APRENDICES. MIXTO. 18-24 AÑOS
GRUPO FOCAL 2	RM	JÓVENES APRENDICES. MIXTO. 18-24 AÑOS
		2 entrevistas a Jóvenes del rubro Construcción
GRUPO FOCAL 3	IX DE LA ARAUCANÍA	JÓVENES APRENDICES. MIXTO. 18-24 AÑOS

3.- Descripción Metodológica

Descripción de la Muestra

Con respecto a los rubros y tamaños de las empresas a entrevistas, se contempló la siguiente distribución:

CATEGORÍA	REGIÓN			
	II de Antofagasta	RM	VII Del Maule	IX de la Araucanía
Rubros	Minería	Actividades Inmobiliarias	Agricultura	Manufacturas metálicas
	Actividades Inmobiliarias	Comercio	Comercio	Manufacturas no metálicas
Tamaño	Grande	Mediana	MicroEmpresa	Grandes
	Mediana	Grande	Pequeña	Medianas

La definición comprende para cada uno de los rubros 2 entrevistas, divididas en empresa grande y mediana respectivamente con excepción de la II región de Antofagasta donde sólo se entrevistó a empresas grandes y en la VII región del Maule donde se incorporó la visión de empresas micro y de pequeñas dada la distribución de los beneficiarios.

Por otra parte, del total de 4 entrevistas por región a los coordinadores de las empresas, se obtienen las OTEC o relatores internos y maestros guía, para el desarrollo de las posteriores entrevistas con los capacitadores.

Del mismo modo, del contacto con las entrevistas realizadas a los actores institucionales, se obtuvo el contacto de las OMIL para ser incorporadas al estudio.

3.- Descripción Metodológica

Descripción de la Muestra

De este modo, la muestra definitiva con la que se realizó la consultoría es la siguiente:

Región	Metodología	Tamaño	Rubro	Maestros Guías	Relatores Internos-OTEC	OMIL
II de Antofagasta	Entrevistas Semiestructuradas	Grande	Minería	X		Comuna de Antofagasta
		Grande	Minería	X		
		Grande	Actividades Inmobiliarias		X	
		Grande	Comercio		X	
Región Metropolitana	Entrevistas Semiestructuradas	Grande	Actividades Inmobiliarias	X		Comuna de San Ramón
		Mediana	Actividades Inmobiliarias	X	X	
		Grande	Comercio		X	
		Mediana	Comercio			
VII del Maule	Entrevistas Semiestructuradas	Microempresa	Comercio	X		Comuna de Talca
		Microempresa	Comercio		X	
		Pequeña	Comercio			
		Microempresa	Agricultura	X	X	
IX de la Araucanía	Entrevistas Semiestructuradas	Grande	Manufacturas no metálicas		X	Comuna de Pitrufquén
		Grande	Manufacturas metálicas	X		
		Mediana	Manufacturas no metálicas	X		
		Mediana	Manufacturas metálicas		X	

3.- Descripción Metodológica

Descripción del proceso de Terreno

El proceso de terreno se realizó durante las siguientes fechas:

Región	Fecha
RM	1 de octubre al 6 de diciembre
II DE ANTOFAGASTA	28 de noviembre al 2 de diciembre
VII DEL MAULE	21 al 25 de noviembre
IX DE LA ARAUCANÍA	21 al 25 de noviembre

Problemas identificados durante el proceso de Terreno

A pesar que el proceso de terreno se dio, en términos generales, de un modo bastante satisfactorio, es necesario hacer mención a algunas dificultades experimentadas durante el proceso de contacto y aplicación de las entrevistas en las diferentes regiones para referenciar el contexto en el que estuvo rodeado la consultoría.

3.- Descripción Metodológica

Problemas identificados durante el proceso de Terreno

II Región de Antofagasta

En el trabajo de campo de Antofagasta, dado que fue muy difícil contactar a los actores, el encargado regionales de programa y el Director Regional de SENCE fueron fundamentales para conseguir la cita con los entrevistados. Gracias a ellos es que entregaron los datos de contacto e incluso contribuyeron a definir horarios de citas con las empresas. Incluso facilitaron una oficina para realizar entrevistas por lo que constituyeron un valioso aporte para la realización del terreno gracias a la generación de confianza entre el entrevistado y el equipo investigador.

Por otro lado, sólo se entrevistaron a actores de empresas grandes, porque en la región no participan empresas de otros tamaños en el programa según la información entregada por el Encargado de Programa. Los cupos que se ofrecen son utilizados por empresas grandes que se benefician por más un alto contingente de jóvenes contratados. Las empresas medianas, pequeñas y micro no son parte del programa, porque el trámite es muy complejo y el tiempo dedicado a él, no tiene relación con los beneficios que se obtienen.

Región Metropolitana

Gestión entrevistas jóvenes de la construcción

En la base de datos de los jóvenes que estaban en sus respectivas empresas en razón del programa, para aquello que pertenecían al rubro de la construcción no se detallaba sus contactos personales, ni teléfono fijo o celular ni correo electrónico. Dado esa imposibilidad de comunicarse con ellos directamente y de invitarlos a la participación de este estudio, no quedó más alternativa que establecer comunicación con sus respectivas empresas, las que eran tres:

3.- Descripción Metodológica

Problemas identificados durante el proceso de Terreno

1. Constructora Senarco S.A.
2. Constructora Centauro Limitada
3. Constructora De Vicente S.A.

Con Constructora Senarco jamás se pudo entablar comunicación. Sus números telefónicos eran contestados por una grabadora, la cual derivaba a otros anexos, pero jamás se logró entablar diálogo con ningún empleado o ejecutivo, ya sea por medio del teléfono o del correo electrónico. Con Constructora Centauro se entabló comunicación con su empleado o ejecutivo, al que se lo solicitó y explicó las entrevistas con los jóvenes, pero mostró nula disposición, por lo cual no quedó más que desechar esa opción. Con Constructora De Vicente se logró contacto, en un principio, con la secretaria del Jefe de RRHH y se le explicó y solicitó gestionar las entrevistas, a lo que quedó de responder, lo cual jamás hizo. Se le llamó nuevamente, ya transcurridas al menos un par de semanas desde el primer contacto, y nos derivó directamente a su Jefe, quien se comprometió a gestionar las entrevistas pero para un tiempo que superaba la entrega del informe final. En definitiva, o no pudimos llegar a los jóvenes, o llegábamos a ellos tiempo después de la entrega del informe.

Gestiones OMIL

Una vez entrevistado el representante del programa RM, éste se comprometió a enviar los antecedentes de OMIL con las que tuviera contacto o trabajo en conjunto, lo que efectivamente hizo. Lamentablemente algunas de ellas mostraron nula disposición, y otras se comprometieron a responder pero jamás lo hicieron. Ante esa imposibilidad y dado la premura de los tiempos, se empezó a establecer contactos directos, sin intermediador, lo cual sólo fructificó con la OMIL San Ramón.

3.- Descripción Metodológica

Problemas identificados durante el proceso de Terreno

Cambio de Director Regional

Otro de los problemas de terreno identificados, tiene que ver con el cambio de Director Regional que se produjo en la RM. Dicho cambio impidió que se realizase una entrevista con el nuevo director, tanto por la inexperiencia en el tema y su poco tiempo en el cargo, como por el poco tiempo disponible que tenía para realizar una entrevista, pues los tiempos eran ajustados y la cantidad de tareas, al asumir de improviso, eran bastantes.

VII del Maule

Imposibilidad de grabar entrevista con el Director Regional del Maule

Una vez reunido y presentando el estudio al Director Regional SENCE-Maule, éste manifestó su incomodidad con la posibilidad de que la entrevista quedase registrada en audio. Dado que el proceso de grabación se realiza con el total acuerdo explícito del entrevistado, se procedió a no grabar la entrevista y sólo a tomar notas de ella.

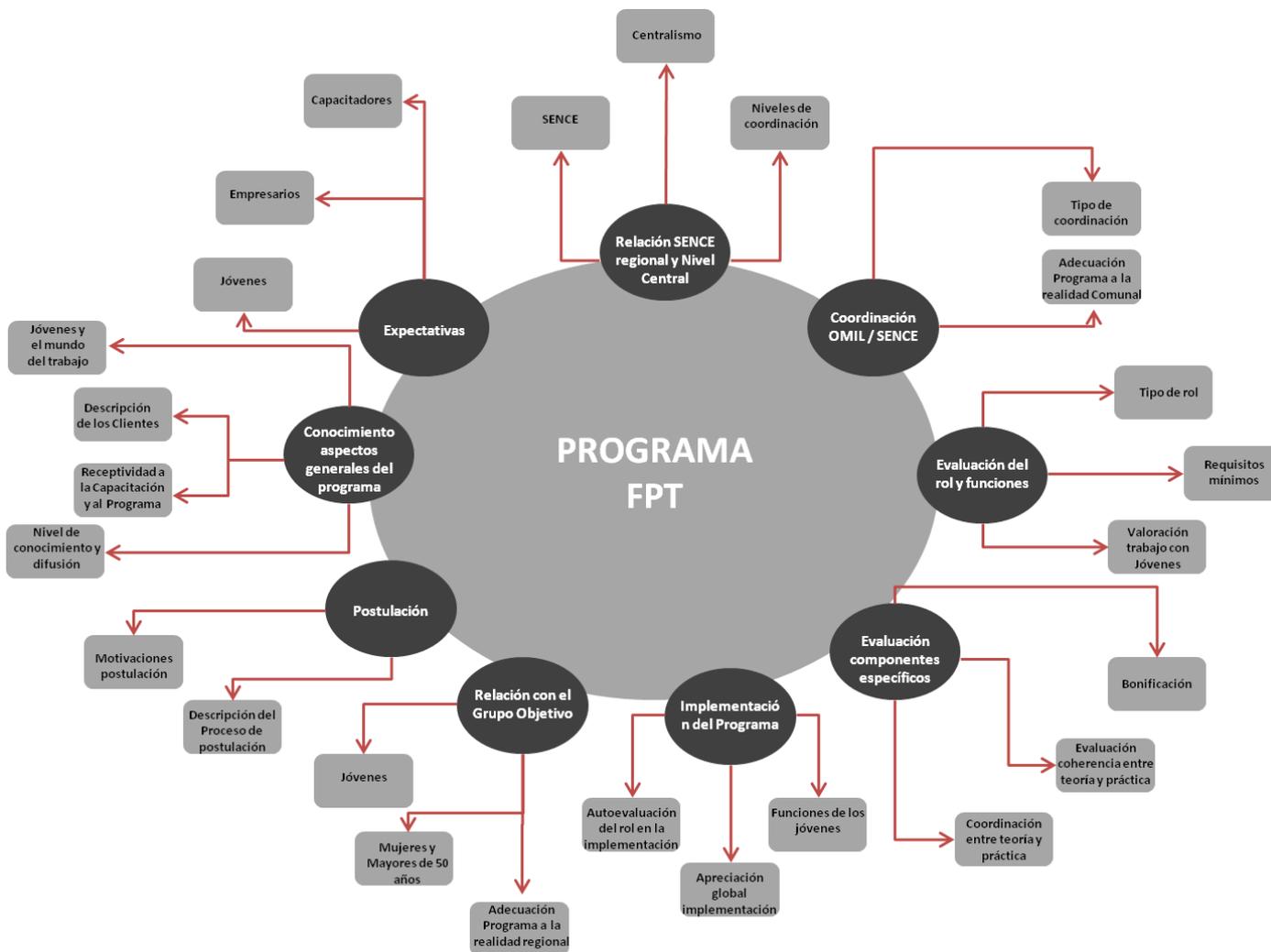


4. PRINCIPALES RESULTADOS POR DIMENSIONES DE ANÁLISIS

4.0 Mapa General del Programa

Mapas Global del Programa

A continuación se presenta el Mapa Global del Programa con cada una de las dimensiones consideradas en el análisis.



4.0 Mapa General del Programa

Mapas Global del Programa

En total son 9 dimensiones: 1) Conocimiento aspectos generales del Programa; 2) Postulación; 3) Evaluación con el Grupo Objetivo; 4) Implementación del Programa; 5) Evaluación componentes específicos; 6) Evaluación del rol y funciones; 7) Coordinación entre OMIL y SENCE; 8) Relación SENCE Regional y Nivel Central; 9) Expectativas.

Como se observa en el Mapa Global, son nueve dimensiones las que constituyen el estudio y que abordan la percepción de los diversos actores relacionados con el diseño e implementación del Programa

Cada una de estas dimensiones posee subdimensiones que profundizan en el levantamiento de hallazgos relevantes para determinar el estado actual del Programa, las dificultades que ha experimentado y cuáles son las buenas prácticas instaladas en pro de mejorar la implementación del Programa en las regiones.

De este modo, el informe presenta la desagregación de cada una de las dimensiones, subdimensiones y sus respectivos hallazgos en relación a los tópicos definidos en conjunto con la contraparte.

4.1 Conocimiento aspectos generales del Programa

Conocimientos generales del Programa

La dimensión “Conocimientos generales del Programa” tiene por objetivo levantar información relevante acerca de cuánta y qué tipo de información manejan los actores definidos como las unidades de análisis en relación al funcionamiento del Programa. En sí misma la dimensión apunta a establecer cuáles son los focos que los actores relevan a la hora de hablar del Programa a partir de lo que más les llama la atención y rescatan del Programa.

“...el Programa Formación en el Puesto de Trabajo consiste en que las Empresas que postulan a este Programa reciben una bonificación por capacitar a su mano de obra, lo que les permite formarlos de acuerdo a sus propias necesidades...” (Director Regional, Araucanía)

Subdimensiones

Conocimiento
y Difusión

Descripción de
los Clientes

Receptividad a
la Capacitación
y al Programa

Jóvenes y el
Mundo del
Trabajo

4.1 Conocimiento aspectos generales del Programa

Conocimientos generales del Programa

Las subdimensiones que contienen esta dimensión son las siguientes:

Conocimiento y Difusión

La subdimensión está destinada a relevar cuáles son los aspectos principales que los actores relevan del Programa y cuáles son los principales canales o vías de información que utilizan a la hora de informarse acerca de los Programas de SENCE y del FPT en particular. Asimismo esta dimensión apunta a determinar cuáles son las brechas de información entre actores y en qué se sustentan tales brechas.

“el programa Formación en el puesto de Trabajo es la nueva modalidad del programa 'Aprendices' que permite desarrollar personas, capacitarlas e insertarlas en el trabajo” (Coordinador, Empresa grande, Minería, Antofagasta)

Descripción de los Clientes

La subdimensión “Descripción de los clientes” hace referencia al levantamiento de la percepción que tienen de los beneficiarios del Programa tanto el SENCE Regional como las OMIL de las comunas que participan difundiendo el Programa. Es interesante destacar que esta subdimensión contempla la descripción de los postulantes y beneficiarios de acuerdo a las particularidades de cada uno, independiente de las variables de segmentación definidas en conjunto con la contraparte tanto en lo que tiene que ver con características transversales como aquellas específicas.

“partimos con Empresas grandes, pero son bastantes pymes las que han terminando llenando los cupos, que van contratando de a 1 o de a 2, Empresas muy pequeñas, de no más de 10 ó 15 trabajadores” (Encargado de Programa, Maule)

4.1 Conocimiento aspectos generales del Programa

Conocimientos generales del Programa

Las subdimensiones contenidas en esta dimensión son las siguientes:

Receptividad a la Capacitación y al Programa

Con respecto al nivel de receptividad ante la capacitación en general y al Programa en particular, la dimensión busca levantar los factores que hacen más o menos receptivas a las Empresas de las regiones estudiadas al tema de la capacitación, su significación e implicancias y frente al Programa FPT en particular.

“se pueden identificar varios, en general no muchos rubros que destaquen sobre otros, es fuerte el tema agrícola y de Manufacturas y retail, en cuanto a tamaños postulan de todos tamaños por igual...” (Encargada de Programa, Araucanía)

Jóvenes y el Mundo del Trabajo

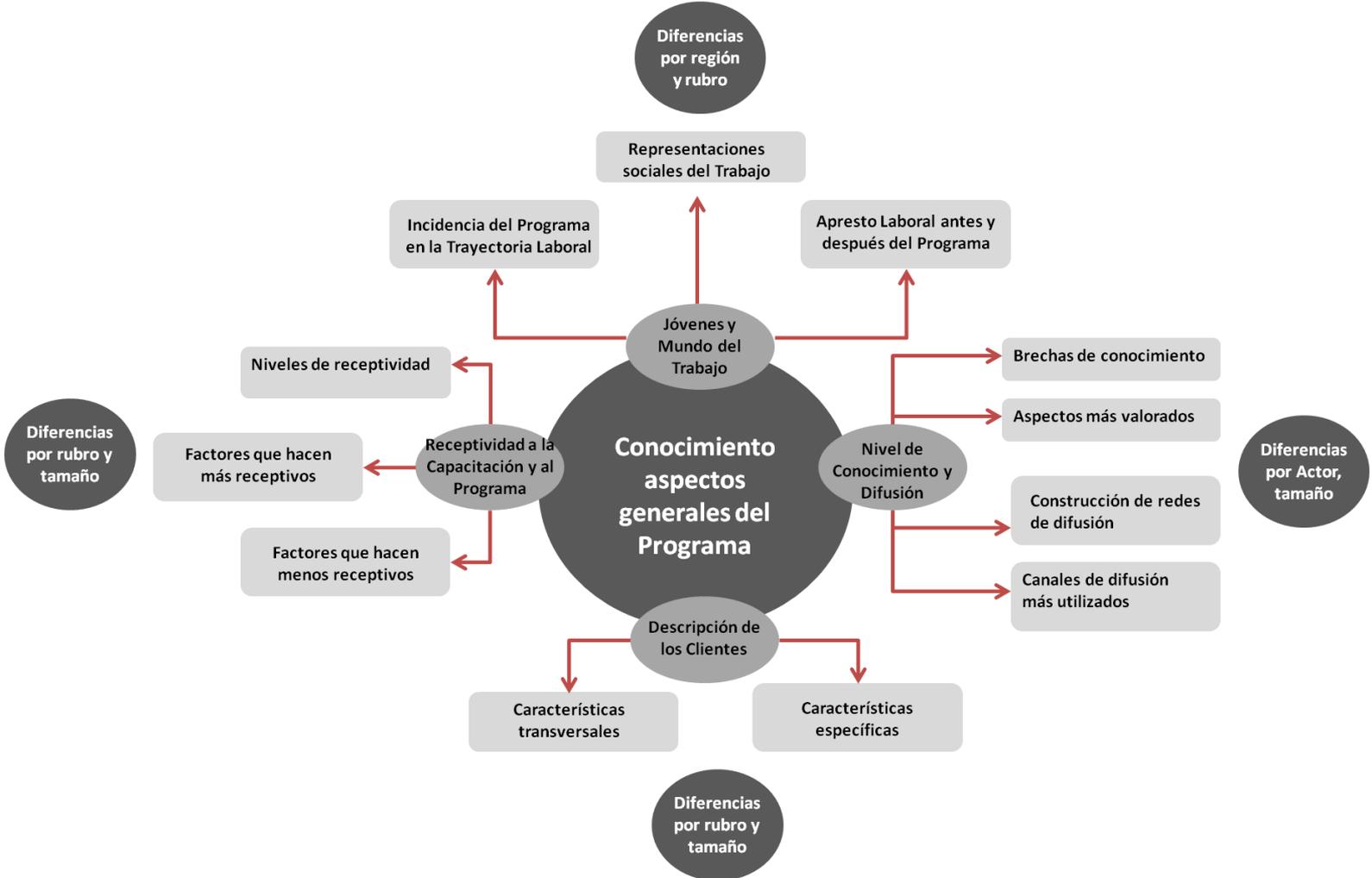
Esta dimensión, además de buscar levantar cuál es la percepción que tienen los jóvenes acerca del Trabajo y del rol que cumple en sus vidas, también importa destacar cuánto pesa en esa percepción tras haber pasado por la experiencia del Programa FPT.

“entrar a trabajar te cambia la visión de la vida, como que se pasa a ser más adulto, más maduro...” (Joven, Hombre, Comercio, RM)

4.1 Conocimiento aspectos generales del Programa

Mapa global de funcionamiento de la Dimensión

A continuación se presenta el mapa global de funcionamiento de la dimensión:



4.1 Conocimiento aspectos generales del Programa

Conocimiento del Programa

Mapa global de funcionamiento de la Dimensión

La dimensión en general contempla levantar la visión que tienen los diferentes actores respecto del nivel de conocimiento y funcionamiento del Programa. En ella destaca la subdimensión “Receptividad a la Capacitación y al Programa” como la más explicativa de todas las subdimensiones, en la medida que es posible determinar que la disposición a la capacitación que presente una empresa, en todas las regiones estudiadas, incide por una parte, en los niveles de conocimiento y modos de enterarse de la existencia del Programa y por otro lado, permite describir quiénes son los clientes que más postulan, es decir, las empresas que más se interesan por el Programa.

Sobre este último punto es posible identificar algunas diferencias por región principalmente en razón del Tamaño y el Rubro de la empresa. Ambas categorías constituyen el punto de partida de las diferencias entre las empresas contempladas en el estudio y cada región estudiada presenta una combinación especial de ellas.

Así, mientras en la zona norte, tanto el tamaño de las empresas como el rubro resulta relevante, en la zona centro cobra más relevancia el tamaño que el rubro, mientras que en el sur, el tamaño también indica una predisposición especial a la capacitación y al programa. Por último, la dimensión contempla la visión que tienen los jóvenes acerca del Mundo del Trabajo y cómo nace esta relación en especial en relación al trabajo por el que pasaron bajo el Programa.

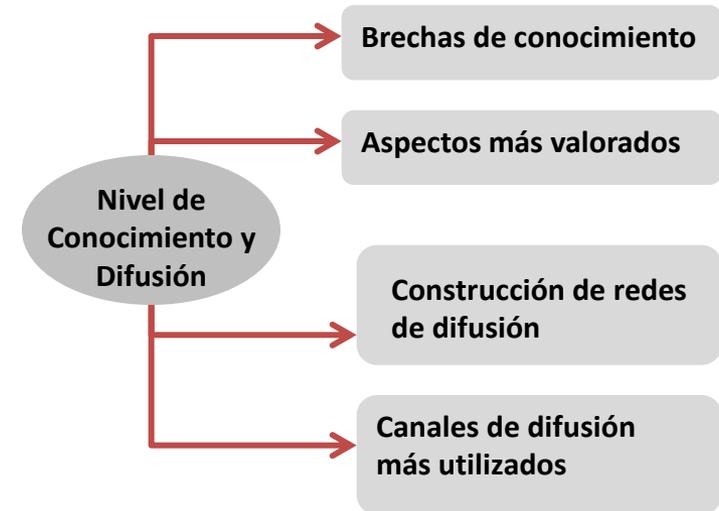
Mapas conceptuales

A continuación se presenta el análisis desagregado para cada una de las subdimensiones bajo análisis.

Nivel de conocimiento y Difusión según Actor

El nivel de conocimiento de los actores involucrados en el programa, suele ser bastante acotado, con excepción de los Coordinadores de las Empresas que realizan los contactos con SENCE. Los demás actores presentan un bajo conocimiento tanto de las especificaciones del Programa como de su implementación.

“uno tiene que estar con ellos, enseñándole como las mañas de la pega, porque a veces ellos no saben mucho, o sea manejan algunas cosas, pero no saben bien...” (Maestro guía, Empresa Mediana, Manufactura metálica, Araucanía)



Nivel de conocimiento y Difusión según Tamaño

Las empresas entrevistadas presentan diferencias en el nivel de conocimiento según tamaño. Así, es posible observar que empresas grandes y medianas presentan mayores niveles de conocimiento acerca del Programa que empresas pequeñas y micros.

“es un Programa del SENCE de hace muchos años, que antes tenía otro nombre, nosotros lo usamos porque te permite tener mano de obra muy capacitada y además te favorece la contratación...” (Coordinador, Empresa grande, Minería, Antofagasta)

Mapas conceptuales

Brechas de Conocimiento

Con respecto a las brechas de conocimiento es posible observar diferencias entre los actores que se sustentan en dos factores principales. Por una parte está el nivel de conocimiento dado fundamentalmente por el lugar que ocupan los actores en el flujo de la información de tal modo que quienes menor incidencia tienen en el Programa, cuentan con menor información al respecto. En ese sentido, maestros guías y relatores internos cuentan con menor información respecto de los coordinadores y algunas OTEC.

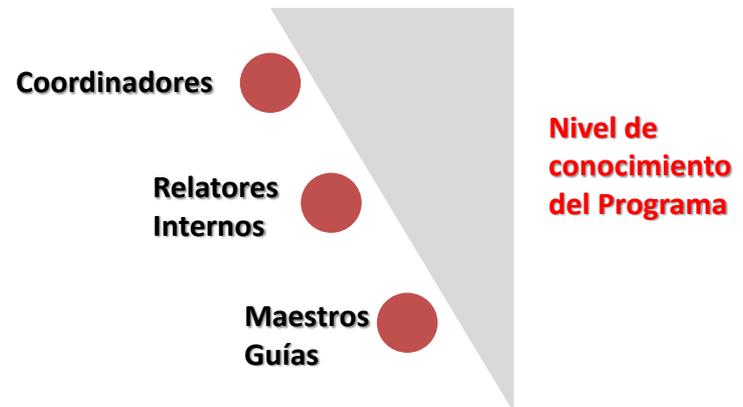
Por otro lado, el tamaño de las empresas resulta ser un indicador clave con respecto al conocimiento que se tiene acerca del programa. En general se observa que empresas micros, pequeñas y medianas, manejan un nivel de información bastante básico del programa, sus objetivos y propósitos. En cambio las empresas grandes analizadas, manejan altos niveles de información.

Con respecto a las diferencias en el nivel de conocimiento por Rubros, si bien hay una cierta diferencia en el rubro minero, que resulta ser mucho más especializado, no constituyó una categoría discriminatoria relevante respecto de los niveles de conocimiento del programa.

“yo tengo que recibir a los jóvenes aquí, les digo donde está el baño, el comedor, y ahí se les va enseñando, y además donde están los materiales donde se van a ir ocupando los materiales por temporada” (Maestro Guía, MicroEmpresa, Comercio, Maule)

“el SENCE elabora estos programas con una doble finalidad: ayudar a las empresas a la contratación y por otro, ayudar a las personas a encontrar un trabajo...” (Coordinador, empresa grande, Actividades Inmobiliarias, RM)

“Por lo que me explicaron a mí, hacen un curso después hacen la práctica aquí, y al final le entregan un título y una bonificación por lo que uno hace...y eso” (Coordinador, MicroEmpresa, Comercio, Maule)



Mapas conceptuales

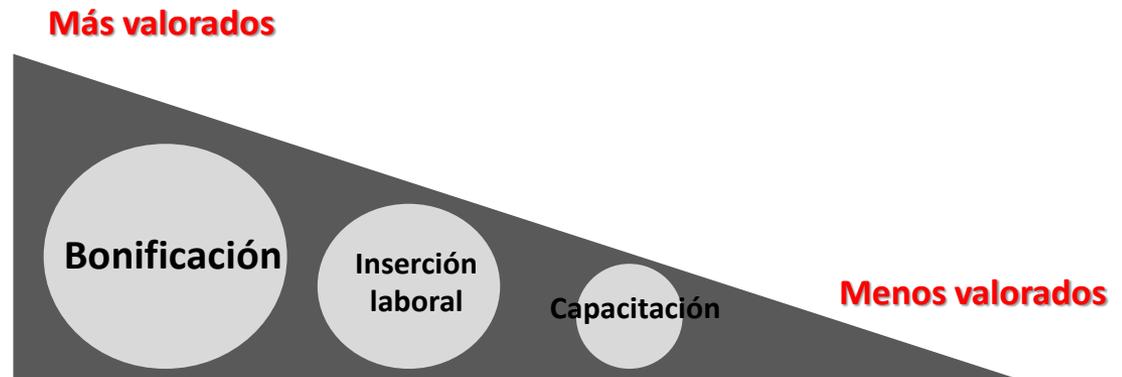
Aspectos más valorados

Para los actores entrevistados lo más importante resulta ser la bonificación a la contratación de mano de obra que es facilitada por el Estado. En seguida se ubica el tema de la inserción laboral y el de entregar oportunidades para acceder al mundo laboral. Ya, en un tercer plano aparece el aspecto de la capacitación como un tema relevante asociado al Programa, pero de modo muy tangencial.

En este punto es posible observar que dicho discurso se ubica de modo transversal en todas las empresas entrevistadas y sus respectivos capacitadores, lo que indica que no se apreciaron diferencias a raíz del tamaño o del rubro de las empresas seleccionadas.

*"Consiste en un beneficio que el gobierno entrega a las empresas que deciden contratar a personas que cumplen ciertos requisitos, entonces el gobierno entrega como este premio entre comillas"
(Coordinador, empresa grande Comercio, Antofagasta)*

"el Programa Formación en el puesto de Trabajo sirve para formar mano de obra y luego insertarla en la producción, uno le da la oportunidad a un Joven para que pueda trabajar..." (Coordinador, Mediana, Manufactura no metálica, Araucanía)



Mapas conceptuales

Construcción de redes de difusión

Como uno de los hallazgos significativos encontrados durante el estudio, destaca la incipiente formación de una red de contacto entre diversos organismos que contribuyen a difundir el programa entre las empresas. En ellas destacan las OTEC y las OMIL que, en conjunto con el SENCE difunden el Programa en las regiones.

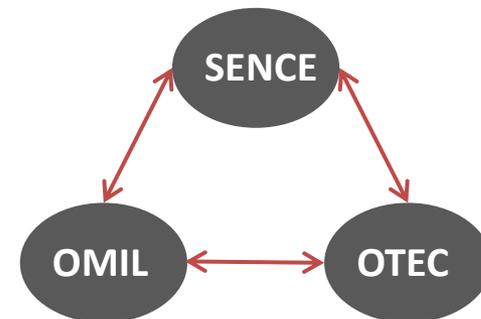
Es interesante destacar que si bien en todas las regiones existe esta red de colaboración, esta no es igual en todas las regiones. Así, se observa que es en la región del Maule donde las OTEC se constituyen un actor muy importante para la difusión del programa sobre todo a nivel de las micro y pequeñas empresas, mientras que las OMIL juegan un rol muy importante en la regiones como RM y la Araucanía.

No obstante cabe destacar que esta red de contactos preexistía a la implementación del Programa, pues se generó con la necesidad de implementar otros Programas anteriores y contribuye a la difusión e implementación de los Programas de SENCE en las regiones.

*“...acá anda una persona dueña o Coordinadora de la OTEC, que en forma periódica informa de SENCE y los Programas”.
(Coordinador, MicroEmpresa, Agricultura, Maule)*

*“a veces uno se entera por las OMIL de las comunas o por el mismo SENCE que te manda información de los Programas...”
(Coordinador, Empresa grande, Manufactura metálica, Araucanía)*

“nosotros nos relacionamos bastante con el SENCE y no sólo con este programa, sino con otros más, tenemos como una red de trabajo con ellos...” (OMIL San Ramón, RM)



1. Retroalimentación
2. Difusión

Mapas conceptuales

Canales de Difusión

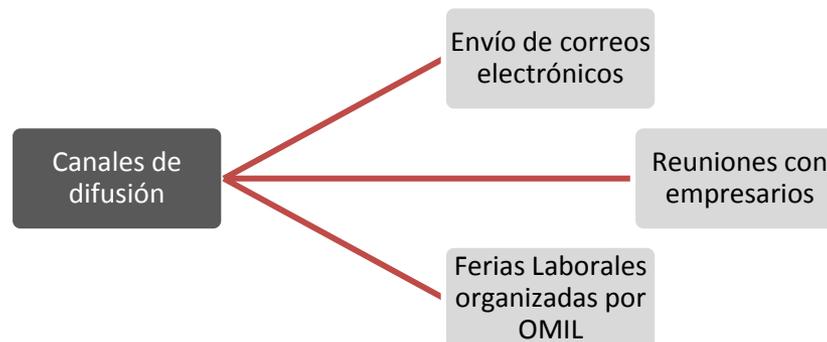
Las estrategias más utilizadas por los SENCE Regional para difundir sus Programas, son las visitas y el envío de correos electrónicos con información de los Programas. Con todo, se percibe que los canales que poseen un mayor impacto son las visitas a las Empresas, pues en ellas se puede entablar un diálogo mas fructífero con las empresas. No obstante, este medio, si bien es más efectivo, suele ser menos utilizado dado el alto costo que representa en términos de recursos, por lo que se opta bastante por el envío de correos electrónicos en todas las regiones estudiadas.

En el caso de las OMIL, además del envío periódico de información vía web a las empresas, también ha dado muchos frutos la organización de Ferias Laborales, con las principales Empresas de la comuna.

"usamos diferentes estrategias como las visitas Programadas y el envío de correos masivos a las Empresas, pero esta estrategia no tiene tanto impacto como las visitas" (Encargado de Programa, Araucanía)

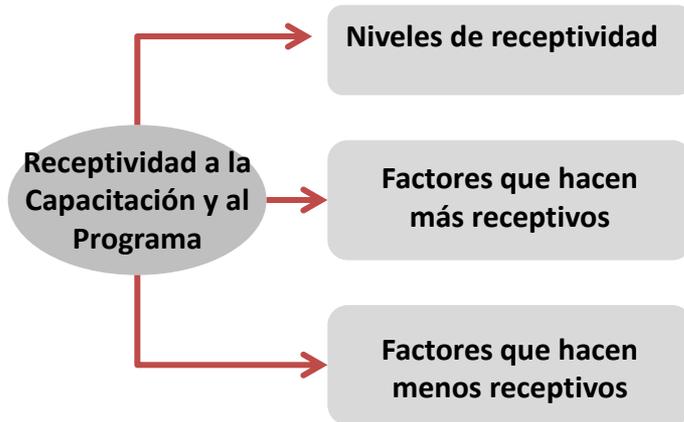
"acá se han organizado Ferias Laborales donde se han invitado a participar a las principales Empresas de la Comuna, y no sólo las grandes sino también las pequeñas y micro porque esa es nuestra realidad..." (OMIL, Pitrufquén, Araucanía)

"la reunión face to face (...) cuando realizamos una charla para 40 empresas, se me acercan 3 o 4 y me dicen 'a mí realmente me interesa', entonces le doy mi tarjeta y contactamos una reunión. La única forma de cerrar el negocio es la atención personalizada" (Encargado de Programa, Antofagasta)



Mapas conceptuales

Receptividad a la Capacitación y al Programa



Con respecto a los niveles de receptividad a la Capacitación y al Programa en particular se observa que en las regiones bajo estudio, en general, dicha receptividad pasa por el nivel de sensibilización de la Empresa ante el tema de la capacitación más que frente al tema de la empleabilidad. En ese sentido se observan diferencias entre Empresas al momento de prestar atención al tema de la capacitación sobre todo a partir del rubro que presenten.

Otros aspectos centrales a destacar dentro de esta subdimensión son los niveles de receptividad de las Empresas, destacando tanto sus características específicas, como aquellas transversales a todos los actores estudiados.

Niveles de Receptividad

Los niveles de receptividad al Programa suelen ser bastante similares entre Empresas tanto en tamaño como en rubro. Así, al Programa postulan desde Empresas grandes a las micro con diferentes objetivos, pero todos con la necesidad de contar con mano de obra a bajo costo. En cuanto a los rubros destacan la Minería, en la II región, la agroindustria y Manufactura en el sur, y el sector Comercio en el caso de la zona Central.

“ al Programa postulan de todo, tanto Empresas grandes como Rosen, al almacén de la esquina, que necesita un ayudante de bodega...” (Encargado de Programa, Araucanía)

“en general postulan empresas grandes, de minería, o sea igual las otras postulan pero es mas difícil para ellas...” (Encargado de Programa, Antofagasta)

Mapas conceptuales

Factores que hacen más receptivas a las Empresas a la capacitación y al Programa

Dentro de los factores que hacen más receptivas a las Empresas al Programa en las regiones encontramos dos factores principales que son transversales a todas las empresas estudiadas:

a) En primer lugar el tema de la bonificación a la contratación como primer estímulo al Programa. Este punto es transversal a todas las empresas estudiadas tanto en su rubro, como en el tamaño y región estudiada.

b) En segundo lugar están aquellos elementos internos de las Empresas que les hacen tomar una perspectiva diferente con respecto a la capacitación y lo que representa para ellos. Así mientras que para unos contar con personal capacitado es primordial, para otros no lo es tanto. Dentro de este punto es posible notar algunas diferencias las que están dadas principalmente por los rubros: donde la minería es el rubro que más importancia presta a al capacitación y en relación al tamaño, donde las empresas grandes son quienes más importancia prestan a la capacitación.

“en primer lugar está el incentivo económico, pero en segundo lugar está el tema de contar con personal capacitado para que hagan bien su pega...” (Coordinador, Empresa grande, Manufactura metálica, Araucanía)

“para nosotros es imprescindible contar con personal altamente capacitado porque las faenas requieren de muchas condiciones de seguridad...” (Coordinador, empresa grande, Minería, Antofagasta)

“en general, acá cualquier persona puede hacer este trabajo, si no es tan complicado...” (Coordinador, empresa pequeña, Comercio, Maule)



Mapas conceptuales

Factores que hacen menos receptivas a las Empresas frente a la capacitación y al Programa

Para las empresas entrevistadas en todas las regiones bajo estudio, los factores que inciden negativamente en la recepción a la capacitación están dados principalmente por el corto tiempo de contratación y la relativa facilidad y mecanización de la función que deben cumplir los jóvenes.

Con respecto al corto tiempo de contratación, es interesante observar cómo en ciertos rubros, sobre todo los que son de trabajos mecánicos y de temporada, existe la sensación que la capacitación es una mala inversión en personas que no serán contratadas o que posiblemente emigrarán en busca de nuevas oportunidades laborales.

En relación a lo segundo, no es tan necesaria la capacitación en la medida que es la misma rutina de trabajo la que va entregando las herramientas para desempeñar bien la función. Este discurso es dominante en la región de la Araucanía y el Maule sobre todo en empresas medianas, pequeñas y micro.

“lo de la capacitación es bueno y malo, bueno porque ayuda a la gente a hacer mejor su trabajo, pero por otro lado si no la tuvieran igualmente podrían hacer su trabajo, ”. (Coordinador, Empresa mediana, Manufactura metálica, Araucanía)

“la capacitación siempre es una inversión y hay rubros, como los de temporada agrícola que prefieren no invertir en ella porque tienen una población variable de trabajadores que constantemente están cambiándose de pega por lo que no es conveniente capacitar” (Encargado de Programa, Maule)

“acá cualquier persona puede aprender esto, si no hay que ser tocado por Dios para hacerlo” (Coordinador, empresa mediana, Actividades Inmobiliarias, RM)



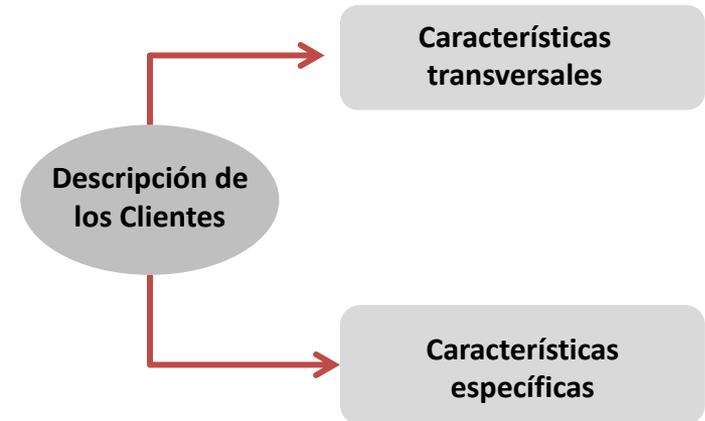
Mapas conceptuales

Descripción de los Clientes

Las Empresas que mayormente postulan suelen tener una inclinación a la contratación de mano de obra Joven, aunque no necesariamente presentan la misma disposición a la capacitación. En ese sentido el tipo de RRHH que necesitan las Empresas no suelen ser tan especializado, pues las funciones encomendadas son bastante mecánicas y sólo requieren tiempo para adaptarse al ritmo de trabajo. La excepción a esa lógica está dada en el rubro minero, donde los niveles de especialización y capacitación son altos.

Con todo, al Programa postulan Empresas desde las micros, pequeñas y medianas, en la región del Maule, las grandes en Antofagasta, y las medianas y grandes en la RM y la Araucanía.

Para las OMIL de las comunas estudiadas en tanto, quienes preferentemente utilizan el Programa son Empresas grandes que reclutan altos volúmenes de mano de obra, que no necesariamente debe ser especializada.



“igual no todas las Empresas tienen el mismo criterio para la selección de sus empleados y no todas tampoco necesitan mano de obra tan calificada...” (Encargado de Programa, Araucanía)

“las Empresas grandes postulan a esos Programas, porque tienen como financiarse y saben cómo hacer capacitaciones y tienen personas especializadas para eso, las chicas no te fijan, ellas hacen de todo” (OMIL, Pitrufquén, Araucanía)

4.1 Conocimiento aspectos generales del Programa

Mapas conceptuales

Características Transversales de los Postulantes

Estas características están dadas fundamentalmente por una disposición a la capacitación entendida como un elemento supeditado a la contratación de mano de obra vía bonificación. Otra característica transversal a los postulantes está dada por la demanda de trabajadores medianamente especializados para lo cual realizan un proceso de selección interno además de los requisitos solicitados por SENCE. Por último destaca la tendencia al trabajo con Jóvenes, que se da por una cuestión de facilitar la incorporación de la dinámica de Trabajo.

*“...nos interesa a nosotros postular porque hay un reconocimiento a la labor del Empresario que tiene que contratar gente y para eso son estas bonificaciones...”
(Coordinador, MicroEmpresa, Comercio, Maule)*

*“después de esa primera selección le hacemos una entrevista para ver cómo anda con los tests psicológicos y eso...”
(Coordinador, Empres Grande, Comercio, RM)*

Características Específicas de los Postulantes

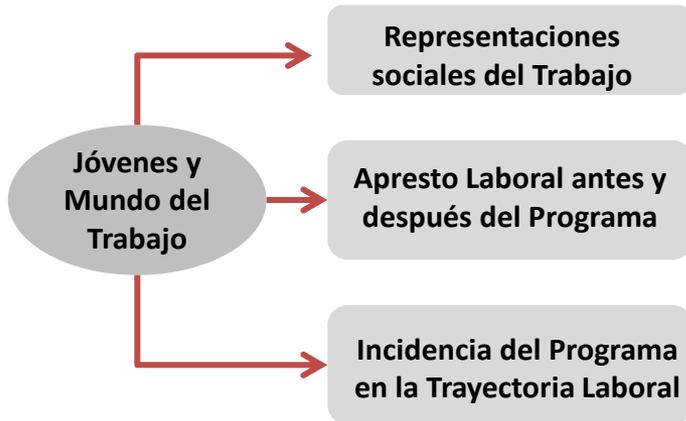
De acuerdo a los rubros de las empresas hay perspectivas de la capacitación de modo diferente. Así, rubros más específicos como la Minería y las Manufacturas tienen una alta receptividad al Programa en la medida que necesitan contar con personal altamente capacitado para realizar las labores. Otros rubros como el Comercio, Agroindustria y Actividades Inmobiliarias, no requieren personal tan especializado, pero sí en altas cantidades.

“Nosotros necesitamos jóvenes para capacitar porque este es un rubro que se aprende acá nomás, es muy difícil encontrar alguien que sepa por fuera “ (Maestro Guía, Empresa mediana, Manufactura metálica, Araucanía)

*“estamos contratando entre 300 y 500 personas por Programa, entonces siempre estamos presentando altos volúmenes de contratación de personas al SENCE...”
(Coordinador, empresa grande, actividades inmobiliarias, RM)*

Mapas conceptuales

Jóvenes y el Mundo del Trabajo



Resulta bastante interesante acercarse a los jóvenes para saber cuál es la percepción general que tienen del mundo del Trabajo. Esta percepción entrega información relevante acerca de cuál es el perfil de jóvenes que está siendo contratado bajo el Programa y cómo es la estructura social que incide en las percepciones que tienen acerca de la importancia de la esfera social del Trabajo. Esta subdimensión es considerada dentro del “conocimiento aspectos generales del Programa”, pues a pesar de no ser una subdimensión constitutiva de ella, resulta ser una de tipo introductoria al tema en cuestión.

Dicha subdimensión levanta aspectos relevantes respecto de las representaciones sociales que tienen los jóvenes del Mundo del trabajo en materia de percepción y valoración; en segundo lugar del apresto laboral antes y después de haber pasado por la experiencia del Programa; y en tercer lugar cuál ha sido su trayectoria laboral y cómo ha incidido la experiencia del Programa en dicha trayectoria.

Mapas conceptuales

Representaciones sociales del Trabajo

Para los jóvenes que participaron del estudio, de todas las regiones y tanto hombres como mujeres, el Trabajo representa un antes y un después en su vida constituyendo una suerte de paso generacional hacia el mundo de la adultez, de la responsabilidad y la libertad. Del mismo modo, se observa que los jóvenes aprecian el trabajo porque obtienen respeto a nivel familiar y entre pares.

“El trabajo es como cuando ya te haces grande, como un paso para ser más grande porque ganas tu plata, te haces más independiente...” (Mujer, Joven, Araucanía)

“el trabajo hace que puedas ser más independiente, ya no le tengo que andar pidiendo a mis papás, además que igual me pongo en la casa...” (Hombre Joven, Minería, Antofagasta)

Apresto Laboral antes y después del Programa

Con respecto al tema del apresto, los jóvenes de las distintas regiones, sienten que efectivamente el trabajo es una instancia importante que debe ir acompañada de un cambio de actitud y de una mentalidad más madura y responsable.

“uno cuando obtiene un trabajo, hace que cambie, que las personas cambien, que las personas sean más maduras” (Hombre Joven, Minería, Antofagasta)

Los jóvenes de la zona norte y del centro parecen ser más sensibles al tema del apresto luego de haber pasado por el Programa, no así con los jóvenes, hombres y mujeres, de la zona sur, donde se observa un cambio en el apresto tras haber participado de la primera experiencia laboral, la que fue antes de haber ingresado a trabajar a la empresa bajo el Programa.

“igual te cambia la forma de ser, porque antes eras más al lote, ahora con el trabajo es diferente, hay que ser más madura...” (Mujer, Joven, Comercio, RM)

Mapas conceptuales

Incidencia del Programa en la Trayectoria Laboral

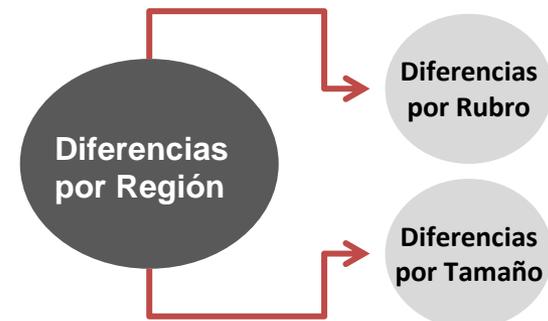
Para los jóvenes el trabajo luego de haber pasado por los procesos de capacitación tiene diferentes connotaciones dependiendo de la región y del rubro en que se desempeñen. Para los jóvenes de la II Región y algunos de la RM las capacitaciones son muy bien valoradas y consideradas elementales por el tipo de trabajo o función que deben desempeñar dentro de la empresa. Conviene aclarar que estos jóvenes se desempeñan en rubros bastante específicos como la minería o manufacturas de alta precisión, y corresponden fundamentalmente a hombres más que a mujeres.

No ocurre así con los jóvenes de la IX Región, donde las capacitaciones no son apreciadas de modo significativo observándose más bien una relativa inconformidad.

Conviene aclarar que si bien valoran los espacios de capacitación, se pone en duda el real impacto que tiene esa capacitación en la función que cumplen y en su trayectoria laboral.

“igual uno teniendo una buena experiencia a en una empresa grande como la que estoy trabajando ahora, después es más fácil conseguir trabajo porque ya van a ver que trabajaste en un lugar exigente y bueno...” (Joven, Hombre, Minería, RM)

“la capacitación en sí siempre es buena porque te ayuda para el curriculum, uno pone una capacitación y ya te miran diferente, pero no sé si esas capacitaciones efectivamente van a cambiar así como mi vida, no creo...” (Hombre Joven, agrícola, Araucanía)



Postulación

El proceso de postulación consta de dos subdimensiones importantes bajo investigación. Por un lado interesa describir el proceso de Postulación al Programa desde los mismo actores describiendo cuál ha sido la experiencia particular, la evaluación que hacen al proceso, etc.; y por otro lado interesa relevar cuáles son las principales motivaciones asociadas a la postulación al Programa comprendiendo tanto aquellos aspectos que motivan como aquellos que no representan un atractivo para las Empresas.

"como todos saben, estaba medio mala la cosa entonces era como un beneficio que me estaba dando el Estado por que yo les pagaba y ellos me devolvían como un 40 o 50% de lo que ganaban los muchachos..." (Coordinador, Empresa pequeña, Comercio, Maule)

Motivaciones
asociadas a la
postulación

Descripción del
proceso de
Postulación

Aspectos relacionados con la Postulación

Las subdimensiones contenidas en esta dimensión son los siguientes:

Motivaciones asociadas a la postulación

La subdimensión está destinada a relevar cuáles son los principales aspectos que motivan a los Empresarios a postular al Programa en relación a los beneficios que les proporciona un Programa de estas características y cuáles son aquellos aspectos que desmotivan o que inciden negativamente al momento de decidir postular al Programa.

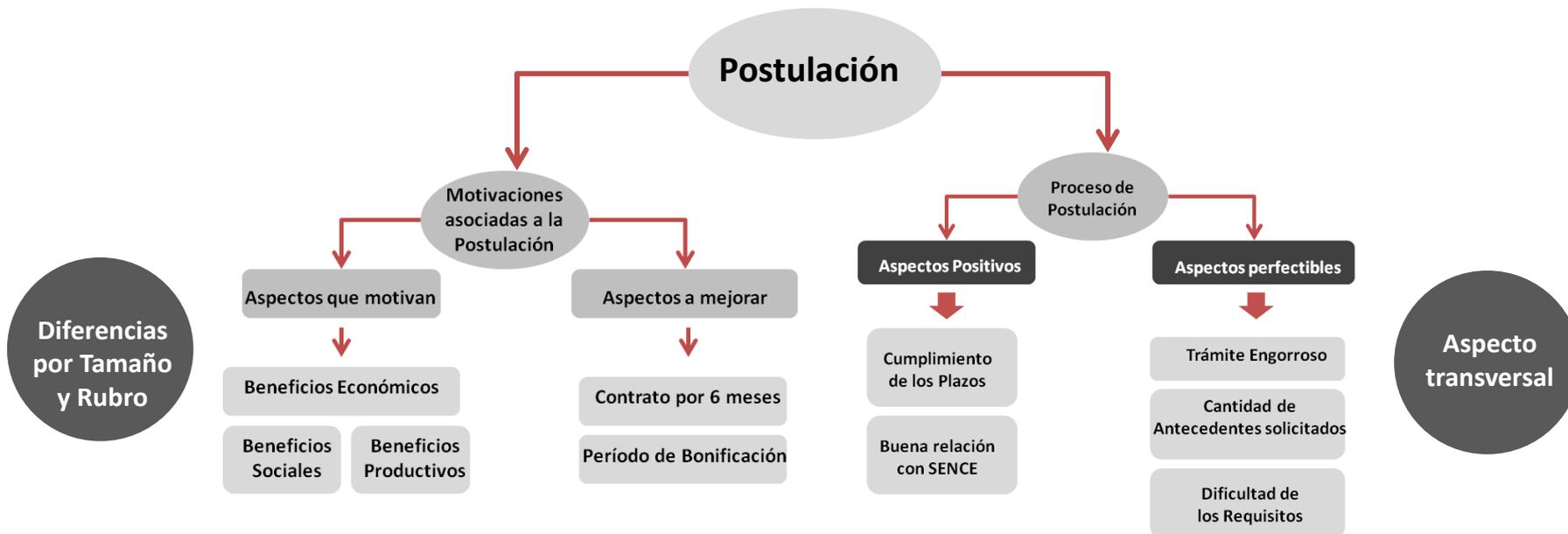
*“...yo necesitaba un joven para trabajar y buscando llegué a SENCE con este programa y las facilidades que te daban para contratar, por eso lo tomamos”
(Coordinador, empresa mediana,
Actividades Inmobiliarias, RM)*

Descripción del proceso de Postulación

Esta subdimensión apunta a relevar cuál es la experiencia que tienen los actores con respecto al proceso de Postulación en relación al cumplimiento de los plazos, las etapas del proceso, los requisitos de postulación, evaluando desde la percepción dicha experiencia. Del mismo modo, indaga en cuál y cómo debiera ser el proceso ideal de postulación a un Programa de acuerdo a las particularidades de cada región.

“lo que me complica es el proceso de postulación que es muy largo” ...” (Coordinador, empresa Grande, Minería, Antofagasta)

Mapa global de funcionamiento de la Dimensión



En lo que respecta a las motivaciones asociadas a la Postulación, se relevan tres tipos de beneficios principales que los actores aducen como motivaciones positivas para postular. En primer lugar destaca el beneficio económico que reciben por la contratación de los jóvenes, en segundo lugar se observa un beneficio más bien social dado por la contratación de mano de obra y finalmente se observa un beneficio productivo dado por la capacitación del personal .

En la otra subdimensión se observa la descripción del Proceso de postulación destacando tanto sus brechas de mejora que tienen que ver con el proceso mismo y el papeleo que exige.

Por último destacan los aspectos que no son tan atractivos para los empresarios a la hora de decidir postular al Programa como resulta ser la contratación por 6 meses y el tiempo de bonificación.

Mapas conceptuales

A continuación se presenta el análisis desagregado para cada una de las subdimensiones bajo análisis.

Motivaciones asociadas a la Postulación

Las principales motivaciones que esgrimen los actores de las regiones estudiadas frente al Programa están dadas fundamentalmente por el beneficio económico que les reporta la bonificación a la contratación que resulta, en definitiva, el aspecto que más motiva a postular por sobre incluso el contar con personal capacitado para las funciones a desempeñar. Esta motivación se observa principalmente en las regiones Metropolitana y de la Araucanía, pues en Antofagasta se observa una motivación más bien social, que hace del Programa un aspecto relevante dentro de la Responsabilidad social empresarial que tienen las grandes Minerías con la región.



“el beneficio de postular es que te ayudan a que contrates gente y para eso te dan la mitad del sueldo mínimo, eso es muy bueno porque ayuda al empresario y lo motiva a contratar...” (Coordinador, Empresa Grande, Actividades Inmobiliarias, RM)

“cuando nosotros reclutamos, apuntamos a Liceos Técnicos, el mercado del trabajo está bien competitivo, pero no le da la seguridad del trabajo, entonces con este programa, con una formación técnica, le damos una seguridad de que pueda permanecer dentro de la compañía” (Coordinador, empresa grande, Minería, Antofagasta)

Aspectos que motivan

Beneficios Económicos

El principal beneficio que les reporta a los Empresarios estudiados el postular al Programa está dado por el beneficio económico que implica la bonificación a la contratación de mano de obra. Sin duda, el hecho que se subsidie la contratación de mano de obra es un atractivo importante en la medida que permite adquirir mano de obra con un bajo nivel de riesgo.

Dicho beneficio es observado en todas las empresas estudiadas tanto por tamaño como por rubro, aunque es percibido, en menor medida dentro de las empresas de la Minería, donde efectivamente el acento está puesto en otros beneficios.

Beneficios Sociales

En segundo lugar destacan los beneficios sociales que reporta el Programa. En ese sentido, este beneficio es visto como un favor que realiza el Empresario a la sociedad en la medida que contribuye a emplear a personas dándoles la oportunidad de insertarse en el mercado laboral.

*“¿el principal beneficio? La bonificación pues, si que te ayuden a pagarle a un trabajador es lo mejor, a pesar que acá les pagamos más que el mínimo, pero es importante que te ayuden”
(Coordinador, Empresa mediana, Manufactura no metálica, Araucanía)*

“la motivación económica, que te den dinero por contratar gente...” (Coordinador, MicroEmpresa, Comercio, Maule)

*“...además uno le da la oportunidad a una persona para que se inserte en el mundo laboral, eso es importante igual”
(Coordinador, Empresa grande, Manufactura no metálica, Araucanía)*

Aspectos que motivan

Con todo, este último punto es mayormente observado en empresas de tamaño grande que en medianas, pequeñas y micro, donde efectivamente prima el beneficio económico. Para las empresas grandes, de todos los rubros, es indispensable manejar un concepto de imagen que proyecte un compromiso por generar empleo en la zona donde estén emplazadas

“el otro beneficio es que uno le da la oportunidad a alguien para que entre a trabajar,...” (Coordinador, Empresa Grande, Actividades Inmobiliarias, RM)

“nosotros contratamos jóvenes desde los Liceos, les damos la oportunidad de insertarse en una buena empresa desde el inicio...” (Coordinador, Empresa Grande, Minería, Antofagasta)

Beneficios Productivos

Por beneficios productivos se entienden los beneficios que implica el contar con personal capacitado para llevar a cabo la función encomendada. Resulta importante para los Empresarios contar con mano de obra capacitada, pues ello contribuye a reducir los riesgos asociados a una mano de obra poco calificada como el aumento de la tasa de errores por desconocimiento del rubro. De ahí la importancia de la capacitación. Ella redundará en un aumento de la productividad y en la incorporación de los jóvenes a las dinámicas internas de trabajo.

“mira sin duda para nosotros es mejor capacitar gente que contratarla porque acá es un rubro muy específico que sólo se aprende haciendo, entonces es mejor contratar y capacitar, así nos aseguramos que sepan lo que nosotros necesitamos” (Maestro guía, Empresa grande, Manufactura metálica, Araucanía)

Aspectos que motivan

Este beneficio está presente mayormente en empresas de rubros especializados y complejos como la minería y la manufactura metálica y no metálica. En efecto, estos rubros, en sus diversos tamaños, requieren la presencia de personal altamente capacitado en sus labores.

En resumen, la capacitación dentro del programa permite tener empleos más estables y fidelizar al trabajador con la empresa, disminuyendo la rotación de personal.

"les sirve a ellos y nos sirve a nosotros. Los jóvenes logran desarrollar sus competencias, quedan habilitados para trabajar dentro de la mina y eso es un beneficio para ellos y para nosotros porque tenemos gente capacitada que hace bien su trabajo..." (Coordinador, Empresa Grande Minería, Antofagasta)

"cuando contratamos gente, lo hacemos para que se quede, ese es el espíritu, si no, no sacamos nada con capacitar recursos humanos que sabemos después se van a ir...si tienes gente capacitada, obviamente te van a rendir mejor." (Coordinador Empresa Grande, Comercio, RM)

Beneficio Económico

Todas las Empresas

Beneficio Social

Empresas Grandes

Beneficio Productivo

**Empresas de
Rubros
Especializados**

Aspectos a Mejorar

Contratación por seis meses

Uno de los aspectos más relevantes que inciden negativamente a la hora de postular al Programa es el requisito de contratación por seis meses a las personas. Para muchos Empresarios de todos los tamaños y rubros (a excepción del minero) este requisito significa “amarrarse” a una persona durante seis meses sin saber cómo será su desempeño durante ese tiempo.

“...si una de las cosas que uno la piensa harto es el tema de los 6 meses, si eso es mucho riesgo para uno contratar a alguien que no sabes si va a funcionar o no, te tienes que arriesgar nomás...” (Coordinador, Empresa mediana, Manufactura no metálica, Araucanía)

“el tiempo de contratación es una de las trabas, podría ser cada 3 meses con evaluación, así uno podría ver si el muchacho tiene dedos para el piano o no...(Coordinador, Empresa grande, Manufactura metálica, Araucanía)

Período de Bonificación

Por último, y sobre todo en lo que respecta al rubro de la Minería, uno de los aspectos menor valorados del Programa tiene que ver con el período de Bonificación. En el rubro de la minería, las capacitaciones se desarrollan durante largos períodos llegando incluso al año de capacitación, por lo que 6 meses resulta para ellos un período demasiado estrecho.

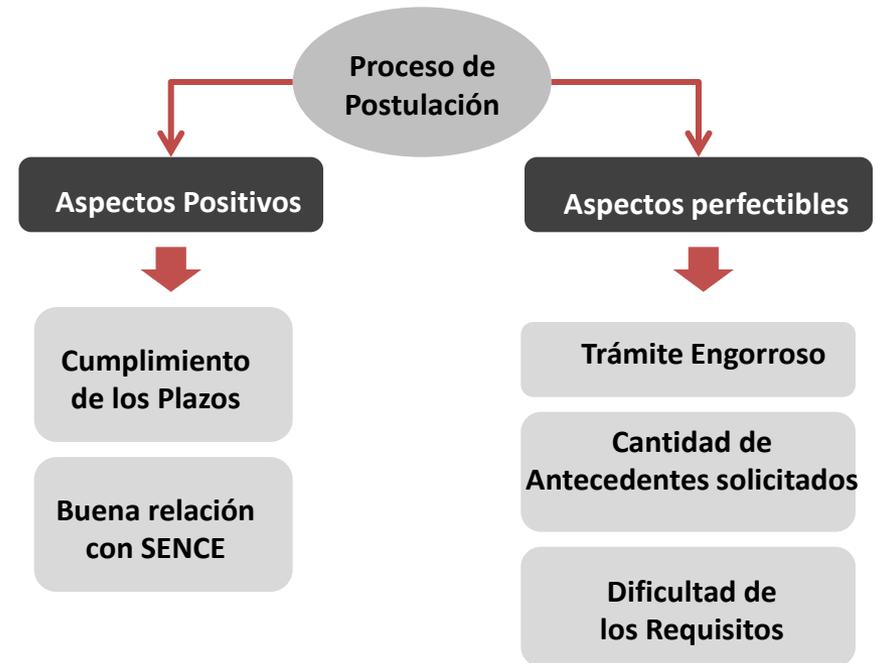
“quizá lo malo esté en que uno no capacita durante 6 meses, sino durante todo el año, en relación a eso, el programa anterior era mejor porque duraba todo un año...” (Coordinador, Empresa Grande, Minería, Antofagasta)

Mapas conceptuales

Descripción del Proceso de Postulación

En general el Proceso de Postulación en todas las regiones es percibido desde dos puntos de vista principales: por un lado recogiendo los aspectos positivos que tiene, y, por otro, los aspectos a mejorar o que no resultan tan positivos para los actores.

Es interesante notar que dentro de los aspectos positivos se recoge tanto el cumplimiento de los plazos como la buena evaluación con SENCE. Por otro lado, dentro de los aspectos perfectibles o a mejorar se encuentra que el proceso de postulación al Programa es visto como un trámite engorroso, poco moderno, que se dilata demasiado en el tiempo y con escasa supervisión.



“...mira es complicada la postulación porque tienes que llevar hartos papeles al SENCE y todo es así como lento, medio engorroso incluso...”(Coordinador, Empresa grande, Manufactura no metálica, Araucanía)

Aspectos Positivos

Cumplimiento de los Plazos

Uno de los aspectos positivos del proceso de postulación identificados durante la fase de terreno en todas las regiones, tiene que ver con el cumplimiento del plazo de resolución de la postulación. Para los beneficiarios, este plazo no supera los 20 días una vez realizada la postulación.

“nosotros tenemos diez días para revisar los antecedentes y enviarles una notificación de la postulación, si estaba bien, si faltó algo, etc.” (Encargado de Programa, Araucanía)

“eso demora como 15 a 20 días y ahí envía la resolución a las empresas por carta certificada...(Director Regional, Antofagasta)

Buena relación con SENCE

Otro de los aspectos positivos levantados en todas las regiones tiene que ver con la positiva evaluación de la relación que se establece con SENCE a nivel regional. De esa relación destacan la buena disposición de los funcionarios para aclarar las dudas y hasta para ayudarles en el proceso de llenado de los formularios sobre todo en el caso de las empresas medianas, pequeñas y micros.

“igual la gente de SENCE nos ayudó sobre todo a llenar los formularios cuando teníamos dudas...” (Coordinador, empresa mediana, Comercio, RM)

*“la gente de SENCE nos ayudó con la postulación...”
(Coordinador, microempresa, Comercio, Maule)*

Aspectos Perfectibles

Trámite Engorroso

Uno de los aspectos perfectibles identificados en el proceso de postulación en todas las regiones tiene que ver con la percepción de que este es un trámite engorroso y largo. Tal percepción se sustenta en que el trámite es en papel y que la revisión de los antecedentes se hace una tarea muy lenta tanto para las empresas postulantes como para los encargados de programa en las direcciones regionales.

Para los actores entrevistados el proceso ideal de postulación debiera realizarse online a través de la elaboración de un software que facilitara la revisión de los antecedentes y diera una respuesta más rápida y eficiente.

“el proceso ideal debiera ser por sistema, si acá hay uno, pero no se usa en este Programa, entonces si todo es por papel uno se demora más en dar las respuestas porque la revisión es más lenta” (Encargado de Programa, Maule)

“el trámite es demasiado largo, como uno ya conoce este programa de hace años ya sabe como es, así que se programa, pero efectivamente es demasiado largo.” (Coordinador, Empresa Grande, Comercio, Antofagasta)

“nos demoramos harto igual en revisar todos los antecedentes de las empresas que postulan...” (Encargado de Programa, Antofagasta)



Trámite lento

**Dificulta la revisión
Quita tiempo al Encargado de Programa**

Cantidad de Antecedentes solicitados

Otro de los aspectos a mejorar tiene que ver con la cantidad de antecedentes que se les exige a las Empresas para postular. En ese sentido los Empresarios sobre todo de la Araucanía, el Maule y en menor medida las de RM arguyen que ello dificulta el proceso de postulación porque muchas veces los antecedentes solicitados se demoran en ser obtenidos y ello contribuye a retrasar mucho más el proceso.

Dificultad de los requisitos

Este aspecto resulta uno de los más relevantes en el proceso de postulación, pues para los Empresarios lo que más les cuesta es encontrar personas con el perfil que solicita SENCE para ser postulantes al Programa, sobre todo en el caso de empresas medianas, pequeñas y micro.

Dentro de los requisitos que más dificultad genera está el encontrar a personas que lleven más de tres meses en período de cesantía, hecho que es transversal en todas las Empresas estudiadas tanto por rubro y tamaño con excepción del rubro Minero,.

“es que te piden tanto papel, y tanto formulario y cosa y si uno se equivoca tiene que llevar todo de nuevo...” (Coordinador, Empresa mediana, Manufactura metálica, Araucanía)

“igual son hartas cosas, me acuerdo que nos demoramos en juntar los papeles, íbamos a SENCE a preguntar porque a veces uno se equivocaba y había que hacer de nuevo las cosas...” (Coordinador, MicroEmpresa, agricultura, Maule)

“te cuesta un poco encontrar a los chiquillos, o sea, ellos vienen a ofrecerse y hay gente, pero que calcen con los requisitos, eso cuesta...” (Coordinador, MicroEmpresa, Comercio, Maule)

“cuesta encontrar gente que lleve 3 meses de cesante, a nosotros nos rechazaron varias veces porque no teníamos personas con ese nivel de cesantía, que es bastante difícil...” Coordinador, Empresa Grande, Actividades Inmobiliarias, RM)

4.3 Relación con el grupo objetivo

Relación con el Grupo Objetivo

La dimensión “Relación con el grupo Objetivo” está destinada a levantar información relevante acerca de las disposiciones y percepciones que tienen los actores acerca del trabajo que cumplen los grupos que conforman las líneas del Programa, a saber, Jóvenes, Mujeres y Mayores de 50 años.

Si bien esta consultoría está destinada a evaluar el grupo de los jóvenes, se levanta información relevante acerca de las disposiciones y opiniones que tienen los beneficiarios del Programa acerca de las demás líneas de éste.

Por último es menester considerar como grupo objetivo a las mismas Empresas en el caso de las OMIL, pues ellas toman contacto directo con las Empresas al difundir el Programa.

“es bueno y malo trabajar con jóvenes. Por un lado están llenos de energía, pero otro son más irresponsables (Maestro guía, Empresa mediana, Manufactura metálica, Araucanía)

“Siempre es gratificante trabajar con Jóvenes porque están siempre con ganas de aprender y de superarse, eso es lo que más nos gusta de trabajar con ellos.” (Relator Interno, Empresa mediana, Actividades Inmobiliarias, RM)