

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

E. A. P. DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**Implementación de un programa de administración de
empresas en un instituto superior tecnológico**

TESIS

para optar el título de Ingeniero Industrial

AUTOR

Carlos Humberto Salazar García

Lima-Perú

2007

Índice

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

- ♦ El impacto de la educación superior no Universitaria en el Perú
- ♦ La educación superior no universitaria a Nivel nacional

IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA

- ♦ Análisis del mercado
- ♦ Análisis del servicio: La Carrera
- ♦ Plan estratégico
- ♦ Plan de recursos humanos
- ♦ Aspectos técnicos y de infraestructura
- ♦ Plan de marketing
- ♦ Aspectos financieros

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO I:

INTRODUCCION

1. INTRODUCCIÓN

El escenario de competencia internacional en el que actualmente se desenvuelven las organizaciones empresariales, ha originado cambios tan radicales en las mismas, similares a los que se dieron durante la Revolución Industrial, incidiendo mayormente en los procesos de gestión, comercio y fabricación; si a esto le agregamos el desarrollo vertiginoso de la tecnología de la información, esta influencia es aun más traumática.

Estos cambios privilegian a las organizaciones que cuentan con los recursos humanos adecuados, sobre todo a aquellas que tienen en sus cuadros directivos, ejecutivos y técnicos, personal con la formación requerida para cubrir nuevas necesidades ocupacionales que permitan una mejor eficiencia organizacional y de los individuos como sistema social de la empresa.

Por otro lado, el sistema educativo superior peruano ha experimentado un crecimiento explosivo en las últimas 4 décadas, mientras la población entre los 15 y 24 años de edad se duplicó a lo largo del período, según fuentes del Instituto Nacional de Estadística e Informática, el número de postulantes a las universidades y centros superiores se ha multiplicado veinte veces. Actualmente el número de trabajadores con educación superior representa casi el 30 % de la fuerza de trabajo en nuestro país.

Este incremento del número de profesionales ha sido consecuencia del deseo de superación de las familias y los jóvenes, estudiar una carrera superior en el Perú ha brindado oportunidades de empleo y con ello ha permitido a las familias mejorar sus ingresos y condiciones de vida que quedarse sólo con educación secundaria.

Los centros de educación superior no universitarios en el Perú han venido creciendo de manera permanente tanto en cantidad de alumnos como en programas de formación, muchos de ellos han elevado su nivel y se han convertido en universidades, consolidándose económicamente y potenciando su infraestructura y sus recursos humanos.

Estos hechos y la influencia de que las empresas se tengan que desenvolver en un ámbito globalizado, ha originado el desarrollo de nuevas formas de hacer negocios, nuevos procesos, y por consiguiente la necesidad de nuevas competencias para el personal de las empresas, se requiere que el personal de los diferentes niveles de una empresa este adecuadamente calificado, tanto los Directivos, Gerentes Centrales, Gerentes de línea, Jefes y también el personal administrativo de mando medio en una empresa que requiere formarse con las competencias necesarias para ser el soporte de este tipo de procesos.

Con la finalidad de cubrir la necesidad de Profesionales de nivel administrativo de mando medio que realicen actividades y tareas de gestión administrativa, se plantea la implementación de la carrera Profesional de Administración de

Empresas, el cual será un Profesional de Nivel Medio, capacitado para apoyar a las empresas en la Planificación, Organización, Dirección y Control de tareas relacionadas con las áreas de Administración, Abastecimiento, Producción y Distribución de la Empresa.

Es una especialidad que va a permitir profesionalizar a las personas que tengan que desarrollar labores intermedias entre la Administración y la Producción o realización de tareas operativas. Actualmente el sector empresarial no cuenta con personal debidamente capacitado para realizar tareas técnico – administrativas relacionadas con el abastecimiento, producción y distribución de las empresas.

Esto hace que el ofertar esta profesión, se justifique tanto por la demanda actual no cubierta que esta en crecimiento y por la aparición de nuevas ocupaciones; así como la por necesidad inmediata de contar con personal calificado en los niveles intermedios de las organizaciones empresariales.

CAPITULO II

2. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

2.1. EL IMPACTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR NO UNIVERSITARIA EN EL PERÚ

La educación superior no universitaria tiene la función decisiva de formar operadores de la tecnología, expertos en la producción y manejo de áreas específicas de actividad profesional que tienen un papel relevante tanto en el desarrollo de nuestra base productiva, incorporando valor agregado a la producción, como en la gestión de procesos o en la tarea educativa, por lo cual constituye objetivamente un nivel educativo clave para el desarrollo social, condición que contrasta con la situación que muestra actualmente en nuestro país.¹

2.1.1.FORTALEZAS

- La educación superior no universitaria es una opción ante el difícil acceso a la Universidad; las principales Universidades tienen un número de vacantes, muy por debajo de su demanda.
- La educación superior no universitaria es la mayor cobertura territorial por el volumen de matrícula de sus instituciones,-Por la naturaleza de su oferta profesional, los IST poseen mayor facilidad para atraer la cooperación internacional.

¹ Resumen del FODA analizado en el Documento Análisis de la Educación Superior No Universitaria realizado por el Ex Director de Educación Superior Tecnológica Zenón Depaz

- En cuanto a los perfiles profesionales en este nivel educativo, poseen la ventaja de una mayor cercanía con el trabajo experimental, de campo, en el trato con equipos de laboratorio, talleres de reparación y diseño, plataformas de información y trabajo corporativo en redes; capacitación de docentes, etc.
- En cuanto a la posibilidad de recuperar la inversión, la educación superior no universitaria muestra mayor facilidad y celeridad, por lo que cuentan con una mayor sustentabilidad financiera.

2.1.2.DEBILIDADES

- Currículos de educación profesional técnica con poca adaptación a la realidad regional y local de cada centro educativo, mayormente no existen vínculos entre el sector productivo, los centros educativos, los organismos públicos y la comunidad
- Escasa flexibilidad en el perfil curricular de las carreras y la desconexión entre ellas, precisamente cuando el desarrollo de la tecnología requiere una orientación interdisciplinaria.
- Existe una oferta inorgánica que ahora se halla muy cargada en el sector servicios, el cual en muchos casos no responde a demandas laborales sino a ofertas de los centros con tiene como único la rentabilidad
- La infraestructura educativa es por lo general, deficiente, las herramientas, equipos, laboratorios y maquinarias suelen ser insuficientes, obsoletos o se encuentran en mal estado.

- Los IST ofrecen certificados y títulos basados en currículos que actualmente no son fácilmente homologables con la formación universitaria, pese a que el tiempo e intensidad de los estudios es formalmente similar.
- Alta tasa de deserción

2.1.3.OPORTUNIDADES

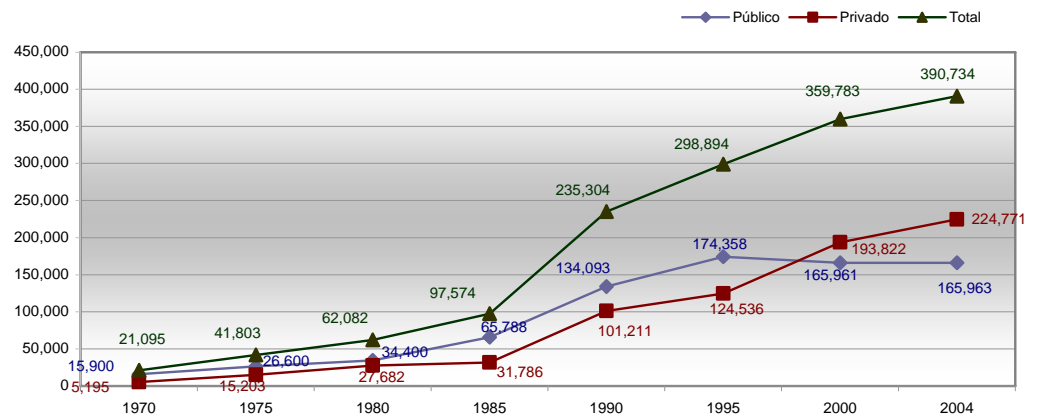
- Los cambios en la economía nacional y mundial, aumentan las expectativas de los alumnos en mejorar sus competencias laborales; de las empresas en mejorar la fuerza laboral calificada; de las regiones en modernizar la producción y servicios
- Los cambios en la tecnología de procesos, abren posibilidades de establecer nichos tecnológicos sustentados en ventajas competitivas y el potencial emprendedor de nuestros jóvenes.
- La nueva estructura del sistema productivo exige la realización de operaciones complejas, de suerte que el trabajador calificado deberá desarrollar nuevas competencias profesionales, habilidades y destrezas para la ejecución integral de tareas productivas, Ello demanda actualización permanente, a través de una educación modular, lo cual abre posibilidades de ampliar considerablemente la cobertura en la educación superior no universitaria, proveyendo una formación continua y una mayor diversidad de certificaciones.

2.1.4.AMENAZAS

- La imagen de la universidad como meta única del proceso educativo introduce distorsiones en el posicionamiento y perfil de las instituciones de educación superior no universitaria.
- La masificación del acceso a la educación superior tiende a conducir a una sobreoferta, agudizada en el sector servicios.
- El presupuesto que perciben del Estado las instituciones de educación superior no universitarias públicas es el de menor proporción en el presupuesto otorgado al conjunto de la educación peruana. Debido al escaso presupuesto con que cuentan se ha permitido que los institutos y escuelas superiores públicos realicen actividades de autosostenimiento que no son funcionales al desarrollo de su potencial educativo ni al cumplimiento de sus fines, como el arrendamiento de sus locales, concesiones de talleres, etc., situación que debe ser evaluada cuidadosamente.
- La oferta profesional en Lima determina el crecimiento y naturaleza de la misma oferta en el resto del país, afectando las posibilidades de una mayor pertinencia.

Gráfico No 1

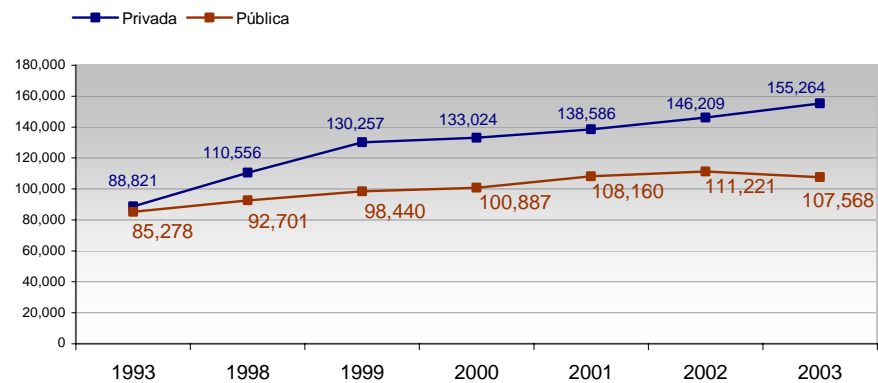
Evolución de la matrícula en institutos superiores, 1970-2004



Fuente: MED-CONCYTEC

Gráfico No 2

Matrícula en Institutos Tecnológicos 1993-2003



Fuente: MED

2.2. LA EDUCACIÓN SUPERIOR NO UNIVERSITARIA A NIVEL NACIONAL

En el cuadro 1 podemos apreciar las estadísticas a nivel nacional del Ministerio de Educación sobre los alumnos de Institutos Superiores Tecnológicos tanto públicos como privados para el año 2005, en él podemos apreciar que a nivel nacional tenemos 274,338 alumnos que representan el 3.19% del total del alumnado nacional. Como son 170,079 alumnos que corresponden al 62% están en el sector privado y el 38% en los IST estatales, en general se muestra que este segmento educativo ocupa el espacio mayoritario de la educación superior no universitaria.

CUADRO No 1
Total de alumnos de IST a nivel nacional, Año 2005

Concepto	Total Nacional	%	Centros Públicos	Centros Privados
EDUCACION BASICA				
Inicial	1,171,610	13.63%	934,547	237,063
Primaria	4,064,475	47.29%	3,398,402	666,073
Secundaria	2,411,922	28.06%	1,945,933	465,989
Especial	28,072	0.33%	22,768	5,304
Primaria Adultos	42,424	0.49%	34,697	7,727
Secundaria Adultos	218,818	2.55%	142,650	76,168
TÉCNICO-PRODUCTIVA	273,102	3.18%	141,779	131,323
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA	0	0.00%		
Superior Pedagógica	102,519	1.19%	45,581	56,938
Superior Tecnológica	274,338	3.19%	104,259	170,079
Superior Artística	8,099	0.09%	7,669	430
TOTALALUMNOS	8,595,379	100%	6,778,285	1,817,094
Porcentaje sobre Superior Tecnológica			38.00%	62.00%

FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Estadística Básica 2005.
Elaboración propia

De manera similar se presentan las estadísticas de cantidad de docentes de IST tanto públicos como privados a nivel nacional sobre la base de información del Ministerio de Educación para el año 2005, en el podemos apreciar que tenemos 17,599 docentes que representan el 3.93% del total del profesorado nacional. Asimismo apreciamos que mayoritariamente laboran en centros privados (10,653) representando al 60.53% del total, y en los centros nacionales trabajan 6,946 docentes representando el 39.47% del total.

CUADRO No 2
Total de docentes de IST a nivel nacional, Año 2005

Concepto	Total Nacional	%	Centros Públicos	Centros Privados
EDUCACION BÁSICA				
Inicial	49,341	11.03%	27,232	22,109
Primaria	186,979	41.79%	136,079	50,900
Secundaria	153,140	34.22%	106,011	47,129
Especial	3,645	0.81%	2,892	753
Primaria Adultos	2,546	0.57%	1,727	819
Secundaria Adultos	11,799	2.64%	6,470	5,329
TÉCNICO-PRODUCTIVA	12,796	2.86%	5,436	7,360
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA	0	0.00%		
Superior Pedagógica	8,337	1.86%	3,209	5,128
Superior Tecnológica	17,599	3.93%	6,946	10,653
Superior Artística	1,271	0.28%	1,118	153
TOTAL DOCENTES	447,453	100.00%	297,120	150,333
Porcentaje sobre Superior Tecnológica			39.47%	60.53%

FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Estadística Básica 2005.
Elaboración propia

Presentamos las estadísticas del total de centros a nivel nacional sobre la base de información del Ministerio de Educación para el año 2005, apreciamos que existen en total 674 centros, de los cuales 386 son privados

y 288 son públicos, representando 57.27% y 42.73% del total de IST respectivamente.

CUADRO No 3

Total de IST a nivel nacional, año 2005

Concepto	Total Nacional	%	Centros Públicos	Centros Privados
EDUCACION BÁSICA				
Inicial	35,701	40.99%	28,478	7,223
Primaria	34,984	40.17%	28,059	6,925
Secundaria	10,413	11.96%	6,547	3,866
Especial	449	0.52%	359	90
Primaria Adultos	960	1.10%	625	335
Secundaria Adultos	1,443	1.66%	711	732
TÉCNICO-PRODUCTIVA	2,078	2.39%	879	1,199
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA	0	0.00%		
Superior Pedagógica	349	0.40%	119	230
Superior Tecnológica	674	0.77%	288	386
Superior Artística	39	0.04%	34	5
TOTAL CENTROS	87,090	100.00%	66,099	20,991
Porcentaje sobre Superior Tecnológica			42.73%	57.27%

FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Estadística Básica 2005.
Elaboración propia

2.3.LA EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA A NIVEL DE LIMA METROPOLITANA

Podemos apreciar las estadísticas del departamento de Lima del Ministerio de Educación sobre la cantidad de alumnos para el año 2005, se tienen 119,579 estudiantes que representan el 5.07% del total del alumnado. De los cuales 96,298 estudian en centros privados y 23,281 en centros públicos, representando el 80.53% y el 19.47% respectivamente. Como se ve en Lima

el porcentaje de estudiantes de IST sobre el total de matriculados es mayor que el porcentaje a nivel nacional.

CUADRO No 4

Total de alumnos en Lima, año 2005

Concepto	Total Lima	%	Centros Públicos	Centros Privados
EDUCACION BÁSICA				
Inicial	346,324	14.69%	217,258	129,066
Primaria	953,667	40.44%	617,873	335,794
Secundaria	704,449	29.87%	488,086	216,363
Especial	12,077	0.51%	8,953	3,124
Primaria Adultos	13,166	0.56%	10,081	3,085
Secundaria Adultos	75,340	3.19%	47,575	27,765
TÉCNICO-PRODUCTIVA	113,374	4.81%	49,410	63,964
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA	0	0.00%		
Superior Pedagógica	18,363	0.78%	2,770	15,593
Superior Tecnológica	119,579	5.07%	23,281	96,298
Superior Artística	1,762	0.07%	1,332	430
TOTAL	2,358,101	100.00%	1,466,619	891,482
Porcentaje sobre Superior Tecnológica			19.47%	80.53%

FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Estadística Básica 2005.
Elaboración propia

Una de las razones del porque hay menos postulantes en los IST públicos que en los privados, se debe a que en los públicos existe una limitada capacidad de vacantes y por ello los ingresos son mucho menores que en los privados. En general tanto para los públicos como para los privados el número de cupos de ingresantes esta normado por el Ministerio de Educación y esta en relación directa con el número de aulas en condiciones adecuadas para llevar a cabo la formación. Ante ello son los IST privados los que han venido invirtiendo en más aulas y con ello aumentando su número de vacantes.

En los siguientes cuadros se muestran las estadísticas para el departamento de Lima del Ministerio de Educación sobre el total de docentes en centros públicos y privados para el año 2005. Lima cuenta con 7,159 docentes de los cuales 5,621 laboran en centros privados y 1,538 en centros públicos. En lo que se refiere a cantidad de centros, el 81.46 % del total de centros en Lima son privados, lo cual le da mayor dinamismo al sector de IST y lo viene haciendo crecer y desarrollar de manera progresiva sus currículas y perfiles ocupacionales.

CUADRO No 5

Docentes de IST en Lima año 2005

Concepto	Total Lima	%	Centros Públicos	Centros Privados
EDUCACION BÁSICA				
Inicial	18,821	13.74%	6,809	12,012
Primaria	49,860	36.41%	23,533	26,327
Secundaria	47,396	34.61%	25,719	21,677
Especial	1,692	1.24%	1,217	475
Primaria Adultos	821	0.60%	483	338
Secundaria Adultos	3,937	2.87%	1,962	1,975
TÉCNICO-PRODUCTIVA	5,206	3.80%	1,792	3,414
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA	0	0.00%		
Superior Pedagógica	1,680	1.23%	246	1,434
Superior Tecnológica	7,159	5.23%	1,538	5,621
Superior Artística	375	0.27%	222	153
TOTAL	136,947	100.00%	63,521	73,426
Porcentaje sobre Superior Tecnológica			21.48%	78.52%

FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Estadística Básica 2005.
Elaboración propia

CUADRO No 6

Total de IST en Lima año 2005

Concepto	Total Lima	%	Centros Públicos	Centros Privados
EDUCACION BÁSICA				
Inicial	8,361	47.14%	4,535	3,826
Primaria	5,026	28.33%	1,675	3,351
Secundaria	2,598	14.65%	901	1,697
Especial	135	0.76%	89	46
Primaria Adultos	274	1.54%	130	144
Secundaria Adultos	451	2.54%	161	290
TÉCNICO-PRODUCTIVA	642	3.62%	165	477
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA	0	0.00%		
Superior Pedagógica	64	0.36%	5	59
Superior Tecnológica	177	1.00%	33	144
Superior Artística	10	0.06%	5	5
TOTAL	17,738	100.00%	7,699	10,039
Porcentaje sobre Superior Tecnológica			18.64%	81.36%

FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Estadística Básica 2005.
Elaboración propia

CAPITULO III

3. IMPLEMENTACION DE LA CARRERA

3.1. ANALISIS DEL MERCADO

3.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Podemos apreciar a los postulantes para la carrera de Administración de Empresas para los institutos tanto públicos como privados según las estadísticas de la Dirección Regional de Lima Metropolitana para los años 2001 y 2005, tal como se muestra en promedio un total cercano a los 5,000 jóvenes postula tiene como expectativa llevar esta carrera y son los Institutos de carácter privado los que cuentan con un promedio cercano al 70% del total de postulantes. En general se nota que los IST privados tienen una regularidad que va en aumento. Para el caso de los institutos públicos se tiene un pico de demanda el año 2002 y luego ha venido decreciendo anualmente hasta llegar en el 2005 a 1,310 postulantes.

CUADRO No 7

Postulantes a Administración IST 2001 - 2005

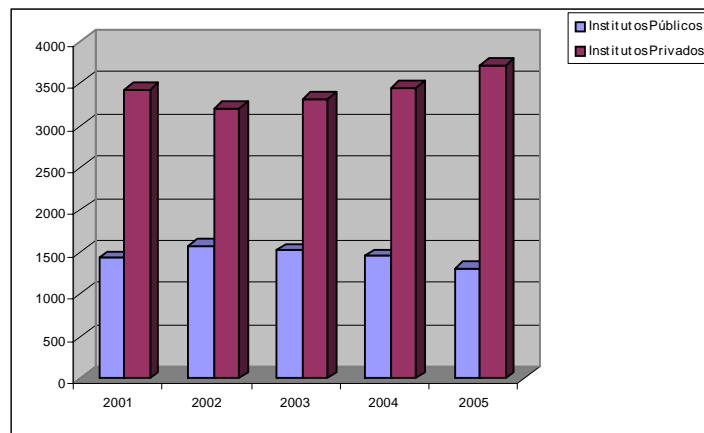
AÑO	INSTITUTOS PUBLICOS		INSTITUTOS PRIVADOS		TOTAL	%
		%		%		
2001	1430	29.42	3430	70.58	4860	100
2002	1580	32.99	3210	67.01	4790	100
2003	1520	31.40	3320	68.60	4840	100
2004	1450	29.59	3450	70.41	4900	100
2005	1310	26.04	3720	73.96	5030	100

Fuente: Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Elaboración propia

Tal como se ha explicado en los IST públicos por las limitaciones de vacantes hay menos estudiantes que en IST privados. Incluso en el caso de la capacidad de los centros públicos se ha venido reduciendo por que en muchos casos se han desmejorado algunas condiciones de enseñanza y en cambio año a año han venido aumentando las vacantes en los privados, con mucha mayor inversión en aulas, equipos y con la construcción, compra o alquiler de nuevos locales de enseñanza.

Gráfico 3

Postulantes a Administración IST 2001 - 2005



Fuente: Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Elaboración propia

Al analizar a los ingresantes a IST públicos y privados para estudiar Administración de Empresas para el año 2005, se puede apreciar que del total de ingresantes el 70% corresponde a ingresantes a los IST privados manteniéndose la misma proporción que con los postulantes.

CUADRO No 8

% de Ingresantes según IST públicos o privados

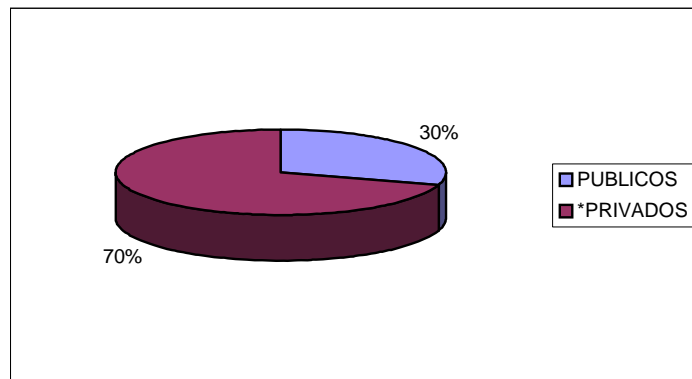
Año 2005

INSTITUTOS	TOTAL	%
PUBLICOS	855	29.84
PRIVADOS	2010	70.16
TOTAL	2865	100

Fuente: Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Elaboración propia

Gráfico 4

Proporción de ingresantes a Administración IST 2005



Fuente: Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Elaboración propia

Se presentan la relación entre postulantes, ingresantes y no ingresantes a los IST públicos y privados para estudiar Administración de Empresas para el año 2005, se puede apreciar que del total de postulantes sólo el 57% ingresa, esto se debe principalmente a las pocas vacantes existentes que derivan principalmente de la baja capacidad instalada tanto de los IST públicos como de los privados.

CUADRO No 9

Ingresantes a Administración IST, año 2005

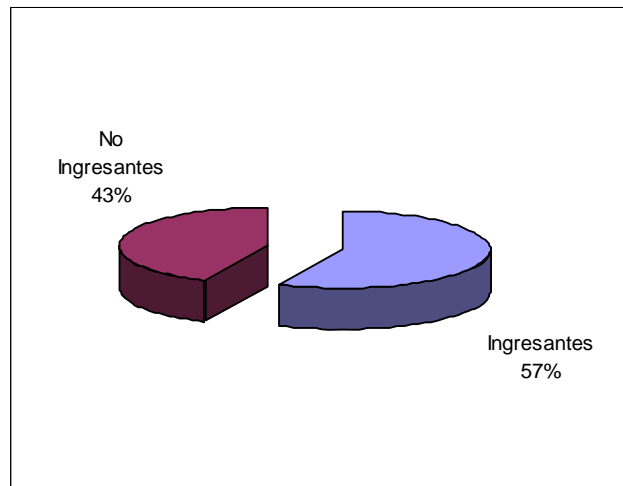
INSTITUTOS	TOTAL	%
Postulantes	5030	100.00%
Ingresantes	2865	56.96%
No Ingresantes	2165	43.04%

Fuente: Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Elaboración propia

Gráfico 5

Proporción de ingresantes y no ingresantes a

IST Administración 2005



Fuente: Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Elaboración propia

3.1.1.1. SONDEO RAPIDO DE MERCADO

Con el objetivo de determinar las expectativas, opiniones y preferencias de los jóvenes postulantes sobre las carreras a seguir y su preferencia por los centros de estudios superiores, se realizó una encuesta a jóvenes de diferentes niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana.

Se realizó mediante entrevistas directas orientadas a captar información de los jóvenes postulantes para lo que se utilizó un cuestionario estructurado que combinó tanto preguntas cerradas como abiertas.

Para ello se entrevistó a 50 personas, 25 hombres y 25 mujeres según la distribución de la población de Lima Metropolitana, pero exclusivamente en un rango entre 15 y 20 años de edad, los cuales son nuestro mercado objetivo y constituyeron nuestro universo en la población estudiada y que además expresaron su interés en estudiar en algún Instituto de Superior Tecnológico.

Se convocó a un grupo de 5 jóvenes universitarios y con ellos se organizó un equipo de encuestadores los cuales tuvieron una capacitación previa para que tomen conocimiento de la finalidad del estudio y se les enseñó a manejar los formatos de la encuesta así como la forma de ubicación y selección de los posibles entrevistados.

3.1.1.1.1. FORMATO DE ENCUESTA

1. Aspectos Generales

Nombre

Distrito

Sexo Masculino () Femenino ()

Edad 15 (), 16(), 17(), 18()

1. Piensas postular a una universidad o a un Instituto Superior

Tecnológico

2. Que carrera prefieres seguir

Administración (), Ingeniería de sistemas (), Diseño gráfico ()

Administración Hotelera (), Gastronomía, (), Medicina ()

Derecho (), Psicología (), Ciencias de la Comunicación ()

Educación (), Turismo (), Otros;

Especifique

3. Que motivos te impulsan para postular a un IST

Buena Enseñanza (), Fácil Ingreso (), Tiempo corto estudios ()

Posibilidad de conseguir empleo (), Precio de la mensualidad ()

Otros; Especifique

4. Que carrera piensas que te permitirá tener mejores sueldos

Administración (), Derecho (), Economía (), Medicina ()

Computación e Informática (), Ingeniería Industrial (),

Contabilidad ()

Ingeniería de Sistemas (), Ciencias de la Comunicación ()

Ingeniería Civil (), Otros; Especifique

5. A que Instituto piensas postular

CIMAS (), CEPEA (), CIBERTEC (), IDAT (), CESCA (),

ADEX ()

San Ignacio de Loyola (), SENATI (), CENFOTUR ()

Otros; Especifique

6. Cual es el mejor Instituto para estudiar Administración

IPAE (), CIMAS (), CEPEA (), CIBERTEC (), IDAT (),

CESCA () ADEX (), San Ignacio de Loyola (), SENATI ()

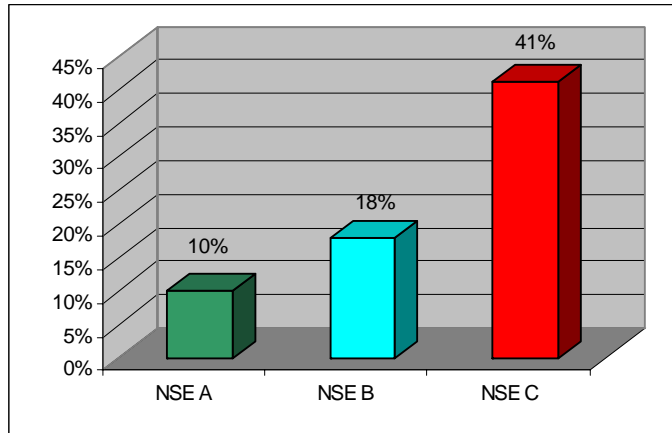
Otros; Especifique

3.1.1.1.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

En relación a las intenciones de los entrevistados de postular a un instituto, en el siguiente gráfico podemos apreciar que son los jóvenes del segmento C los que tienen mayor motivación para postular a un IST con un 41% mientras que los jóvenes de los segmentos B y A tienen una preferencia mucho menor del 18% y 10% respectivamente.

Gráfico 6

Deseo de postular a un IST



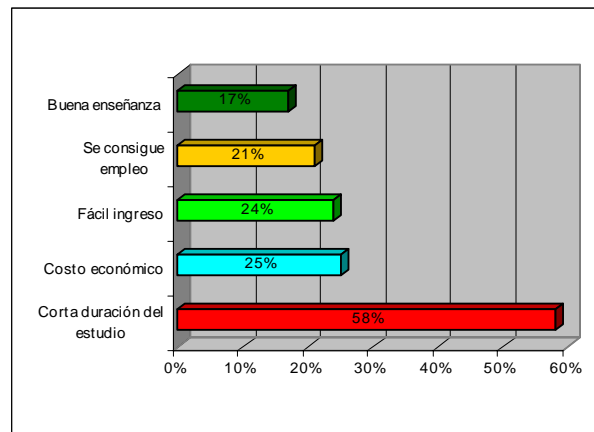
Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Entre las razones para preferir un Instituto Superior Tecnológico tenemos que aproximadamente la mitad de los entrevistados que prefieren estudiar en un IST lo hacen por la corta duración de los estudios, ya que al contar con carreras de 4 y 6 semestres, los jóvenes ven que es una opción más rápida para integrarse al

mercado laboral. El precio de la mensualidad y las facilidades que existen para ingresar son argumentos claves por la preferencia, por otro lado la expectativa de conseguir empleo y la imagen de buena enseñanza son también considerados importantes para la decisión.

Gráfico 7

Razones para postular a un IST

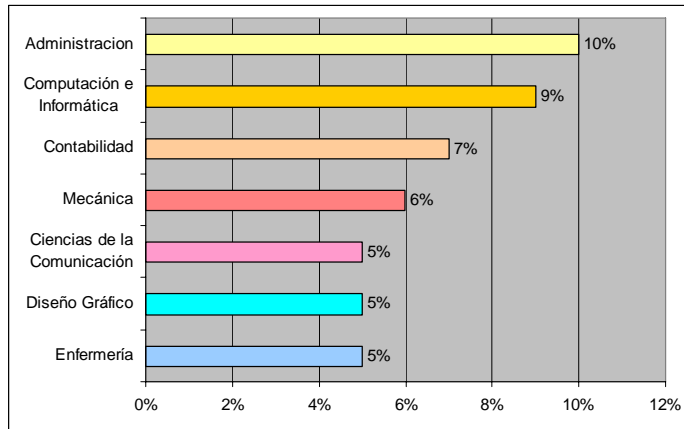


Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Los jóvenes prefieren las carreras de Administración 10%, Computación 9%, Contabilidad 7%. Esta preferencia por la carrera de Administración se interpreta como la necesidad que tienen de administrar los negocios independientes que tienen la mayoría de personas que constituyen estos segmentos, En menor proporción están las carreras de Mecánica, Ciencias de la Comunicación, Diseño gráfico y Enfermería.

Gráfico 8

Carrera preferida a seguir?

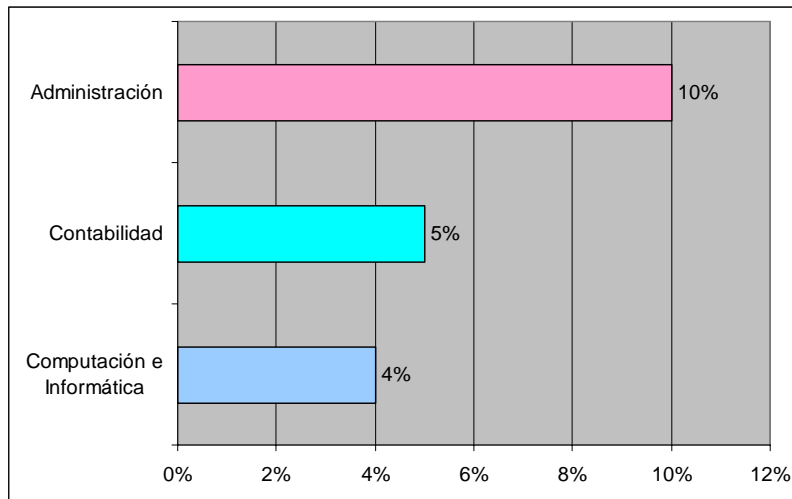


Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Otra motivación que determina la elección de la carrera profesional por parte de los jóvenes se relaciona a los sueldos que se obtienen luego de terminar los estudios e ingresar al campo laboral, los jóvenes del NSE C opinan que es la carrera de Administración y por ello capta gratamente la atención de los jóvenes.

Gráfico 9

Carrera con mejores remuneraciones



Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

3.1.1.2. SEGMENTOS DE MERCADO A ABORDAR

Tal como hemos visto, la mayor cantidad de postulantes a Institutos Superiores Tecnológicos se encuentran en los NSE B y C alcanzando casi el 60% del total de entrevistados, por lo que como segmento de mercado hemos elegido estar en ambos niveles lo cual será posible al contar con locales en distritos que correspondan a estos sectores poblacionales y a su vez marcará algunas diferencias en cuanto a las estrategias de promoción de ventas y de precios introductorias para cada grupo objetivo.

Por lo tanto se decide incursionar en los segmentos B y C, lo cual será de manera paulatina, ingresando primero al NSE C para en una

segunda etapa entrar al NSE B, la determinación de las zonas o distritos a ubicar el IST se realizará en el análisis de ubicación de la oferta en el siguiente capítulo.

Esta decisión se refuerza al ver que los jóvenes pertenecientes a estos NSE son los que mejor reconocen las bondades de estudiar Administración de Empresas, empezando por la decisión de la carrera a seguir, que la colocan en segundo y primer lugar en los NSE B y C respectivamente, seguido por la percepción que tienen ambos segmentos sobre la carrera que les permitirá trabajar más rápido.

Otra motivación hacia seguir esta carrera esta dada por que les posibilita trabajar más rápidamente, en ello la Administración de empresas también ocupa un primer y segundo lugar en las expectativas de los jóvenes de estos grupos sociales. También esta carrera motiva a los jóvenes de B y C una expectativa de tener mejores sueldos que otras carreras de la misma duración.

3.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

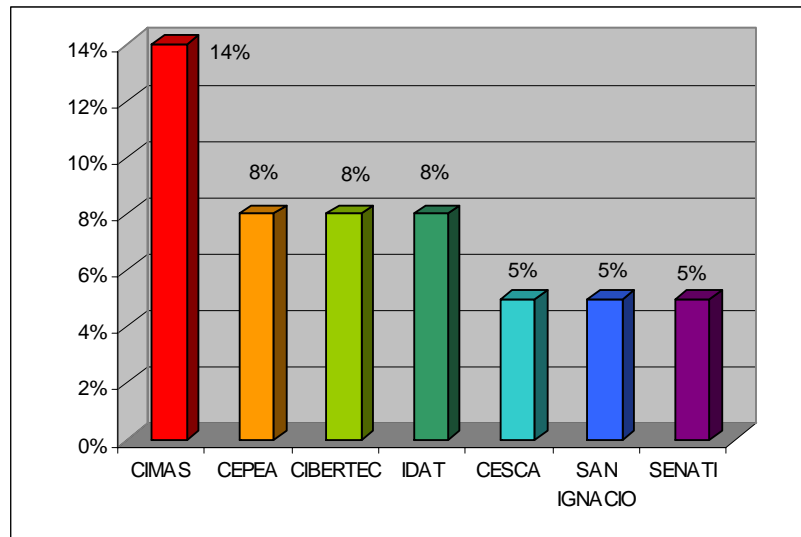
3.1.2.1. PERCEPCION DE LA OFERTA

La encuesta realizada a los jóvenes arroja resultados interesantes que permiten identificar las percepciones o expectativas de los entrevistados, relacionadas con intenciones de postular, atributos

preferidos en la elección de los IST y en general la percepción sobre la calidad educativa de los mismos.

Ante la pregunta: A que Instituto postulará los jóvenes del Nivel Socioeconómico B, prefieren a CIMAS con un 14% de las preferencias, seguidos por CEPEA, CIBERTEC e IDAT con un 8% de los intereses para postular, y finalmente tenemos a CESCO, San Ignacio de Loyola y SENATI con un 5% de las preferencias.

Gráfico 10
Percepción de la Oferta NSE B

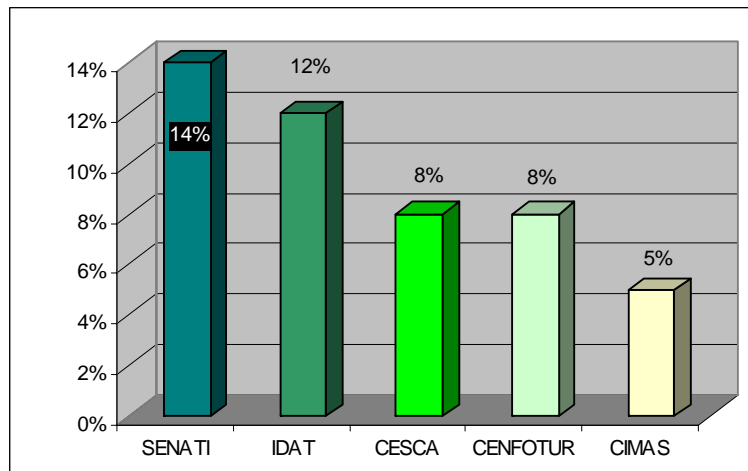


Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

En el cuadro siguiente se muestran las preferencias de los jóvenes del Nivel Socioeconómico C sobre los institutos a los cuales postularan y en ello podemos apreciar que SENATI con el 14% ocupa el primer lugar en las expectativas de postular, seguido por IDAT 12%, CESCO 8%, CENFOTUR 8% y CIMAS de un primer lugar en el NSE B baja en

este segmento al quinto lugar con 5% de las preferencias. Líneas abajo comentaremos sobre cada una de estas instituciones, el tipo de programas de capacitación que ofrecen en el mercado y sus estrategias empresariales.

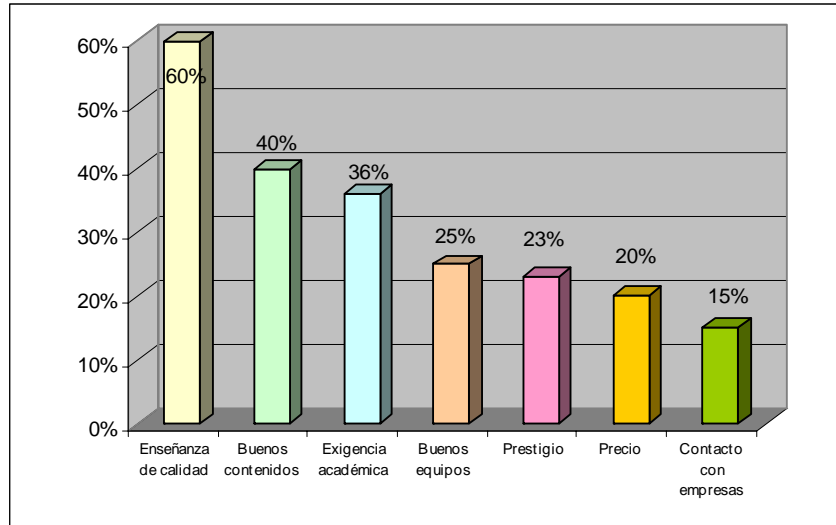
Gráfico 11
Percepción de la Oferta NSE C



Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

En el siguiente cuadro podemos apreciar cuales son los principales atributos que determinan la elección por los jóvenes de IST, vemos como la enseñanza de calidad se convierte de lejos en el factor más importante con un 60% de las opiniones de los entrevistados, seguidamente están los buenos contenidos de la carrera con el 40%, la exigencia académica también es un factor muy importante en la elección del IST. Otros factores importantes son los buenos equipos con los que cuenta la institución, el prestigio ante el sector educativo y el mercado laboral, finalmente el precio y el contacto con las empresas también son argumentos que determinan esta elección.

Gráfico 12
Principales Atributos buscados por los jóvenes

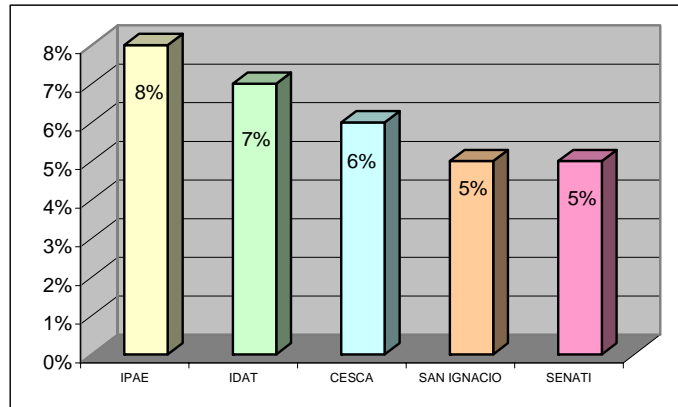


Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

3.1.2.2. OFERTA DE LOS IST CON PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN

Tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro el IST líder en Administración de Empresas es el Instituto Peruano de Administración de Empresas, "IPAE", que de acuerdo a las opiniones y percepciones de los entrevistados es el mejor instituto para estudiar la carrera de Administración de Empresas, con un 8% de preferencia de los jóvenes, lo sigue muy de cerca IDAT con un 7% de las preferencias, CESCO con el 6%, la San Ignacio de Loyola y SENATI con el 5% de preferencias de parte de los jóvenes.

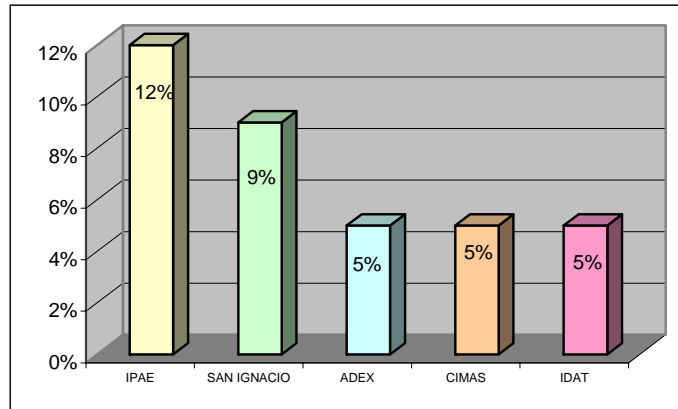
Gráfico 13
Mejor instituto para estudiar Administración



Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Si realizamos el análisis de las respuestas a la misma pregunta, según los diferentes segmentos nos vamos a encontrar con lo siguiente: en el NSE A, IPAE consolida tiene un posicionamiento consolidado del 12% y el Instituto San Ignacio de Loyola pasa a un segundo lugar en este segmento, con un 9% el cual demuestra los buenos resultados de este grupo en cuanto a imagen de marca y al desarrollo que han tenido para convertirse en Universidad; un tercer lugar con el 5% de las preferencias lo comparten tanto la Asociación de Exportadores “ADEX” con su Escuela de Comercio Exterior, CIMA’S e IDAT que al igual que la USIL ha invertido en la conformación de una Universidad para dar la continuidad de estudios a sus cientos de egresados: la Universidad Tecnológica del Perú “UTP”, los cuales tienen locales en distritos y zonas ubicadas en estos segmentos y que han logrado posicionarse adecuadamente en estos segmentos.

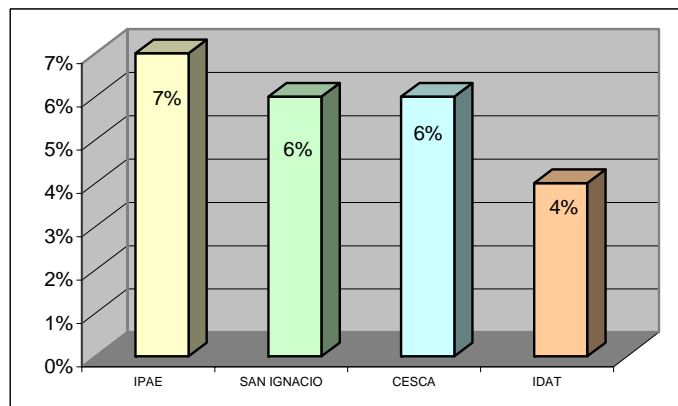
Gráfico 14
Mejor instituto para estudiar Administración NSE A



Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Cuando analizamos el NSE B ya vemos que se mantiene el liderazgo tanto de IPAE como de la SIL y también se aprecia la aparición de CESCA en el horizonte de este amplio mercado, y locales en diferentes distritos de clase media en Lima Metropolitana, su local principal esta en Jesús María.

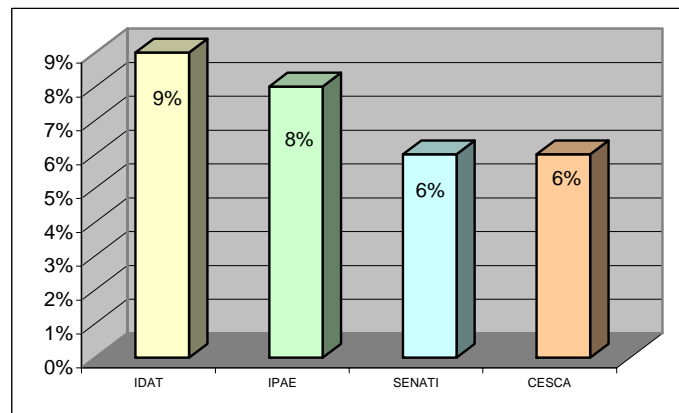
Gráfico 15
Mejor instituto para estudiar Administración NSE B



Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Al analizar el NSE C vemos que ya IDAT asume una posición de liderazgo en este segmento, el cual se debe a su estrategia de precios y de cobertura en diferentes zonas de Lima, lo sigue muy de cerca IPAE y aparece SENATI con su carrera de Administradores Industriales que entra en la competencia de manera marcada en este segmento.

Gráfico 16
Mejor instituto para estudiar Administración NSE C



Fuente: Encuesta, Elaboración Propia

Seguidamente presentamos un análisis de los Institutos que tienen la carrera de Administración de Empresas

3.1.2.3. ANALISIS DE LOCALIZACION

En el cuadro siguiente podremos apreciar la presencia de los principales Institutos Tecnológicos Superiores con Programas de Administración de Empresas en los diferentes distritos de Lima Metropolitana, tal como se aprecia el Cercado de Lima es la zona con

mayor presencia de IST y en el están tres de los principales competidores de este importante sector: CESCA, CIMAS e IDAT.

Seguidamente están los distritos de Surco, Lince y Miraflores, los cuales albergan cada uno a 3 locales de estos grandes competidores, hay que tener en consideración que en el cuadro no se ha incluido a los IST más pequeños que son casi desconocidos por su pobre posicionamiento e imagen ante los postulantes. En los distritos de Comas, Pueblo Libre, San Miguel y San Juan de Miraflores también están ubicados al menos 2 locales de estos IST dedicados a la enseñanza de Administración de Empresas.

Cuadro No 10

LOCALIZACION DE LOS PRINCIPALES IST CON CARRERAS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA

Distrito	CESCA	CIMAS	SISE	CEPEA	IPAE	SENATI	IPM	IDAT	ISIL	TOTAL
Cercado Lima	2	5						6		13
Surco			1	1	1					3
Lince		2	1							3
Miraflores			1	1			1			3
Comas	1		1							2
Pueblo Libre				1	1					2
San Miguel	1		1							2
San Juan de Miraflores	1		1							2
Los Olivos	1									1
La Molina									1	1
Ate Vitarte	1									1
San Juan de Lurigancho	1									1
Jesús María	1									1
Puente Piedra	1									1
Independencia						1				1
TOTAL x IST	10	7	6	3	2	1	1	6	1	37

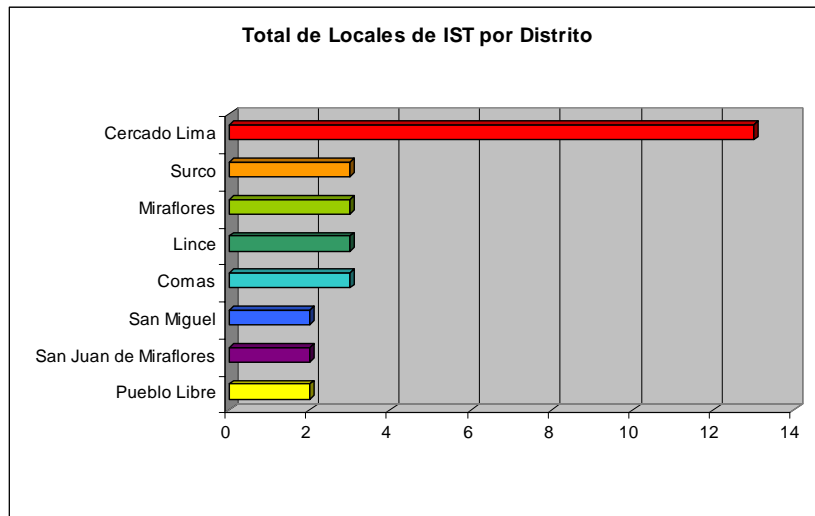
Fuente: Elaboración Propia

Este cuadro muestra que la enseñanza de Administración de Empresas se encuentra de manera disgregada en los distritos de mayor población de Lima Metropolitana, sin embargo, es en el Cercado de Lima, donde se concentra la mayor cantidad de locales y por tanto alberga la mayor cantidad de estudiantes de esta carrera, Esta

acumulación en el Centro de Lima, se relaciona directamente con la gran afluencia de líneas de transporte que cruzan la ciudad por esta zona y las que se comunican con casi todas las zonas de Lima.

Esta preferencia por el Cercado de Lima, se deriva de la presencia del denominado Cluster de la Capacitación, ubicado entre las Avs. Gracilazo de La Vega, Alfonso Ugarte y Arequipa, del cual daremos una explicación más detallada líneas abajo.

Gráfico 17
Total de locales de IST por Distrito

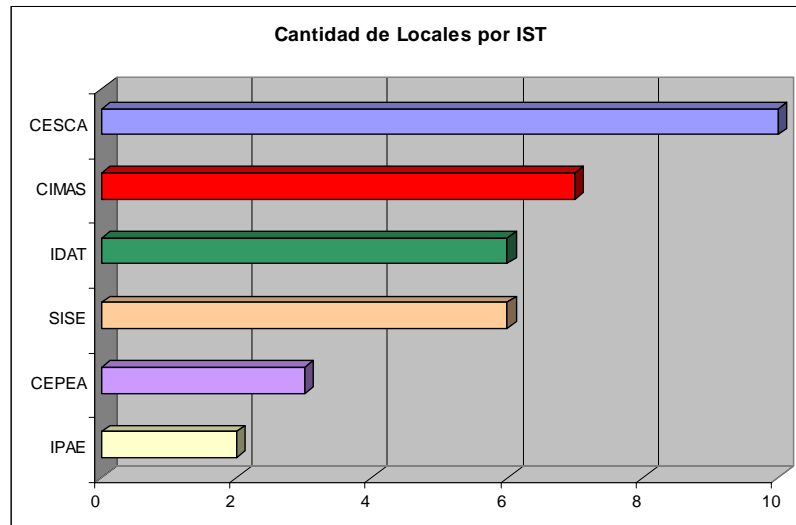


Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte en el cuadro apreciamos que es CESCA el IST con más locales en Lima Metropolitana llegando a 10 instalaciones dedicadas a la enseñanza de Administración de Empresas e Informática, tienen una buena distribución de estos locales en los distritos de Lima Metropolitana: Ate Vitarte, Cercado Lima, Comas, Jesús María, Los Olivos, Puente Piedra, San Miguel, San Juan de Miraflores, San Juan

de Lurigancho. De esta manera cubre desde San Juan de Miraflores por el Sur hasta Puente Piedra y Comas por el Norte.

Gráfico 18
Cantidad de locales por IST



Fuente: Elaboración Propia

En segundo lugar – en cuanto a número de locales- esta CIMA'S, con 7 locales en Lima Metropolitana de los cuales 5 están en el Cercado de Lima y 2 en Lince, en realidad todos los locales de este IST se encuentran en el interior del Cluster de Capacitación mencionado, por lo que se deduce que su estrategia es fortalecerse y liderar el Cluster en base a una presencia marcada y contundente.

SISE es el IST con 6 locales en Lima Metropolitana: Surco (NSE B+), Lince (NSE B-), Miraflores (NSE A-, B+), Comas (NSE C), San Miguel (NSE B), San Juan de Miraflores (NSE C), al igual que CESCA, tiene una estrategia de cobertura geográfica ingresando a varios segmentos,

como se desprende de los distritos en los que ésta, tiene un buen posicionamiento y sus precios no son bajos.

Otro líder importante del mundo de la Educación No Universitaria es IDAT que cuenta con 6 locales en el Cercado de Lima dispersos entre las avenidas Arequipa, Petit Thouars, Garcilazo de la Vega y República de Chile.

Tanto CEPEA con presencia en los distritos de: Surco, Miraflores y Pueblo Libre e IPAE en los distritos de Surco y Pueblo Libre dirigen sus estrategias a los NSE A y B, éste último es el más antiguo y el mejor posicionado en los jóvenes postulantes tal como lo vimos en el capítulo de análisis de la oferta.

3.1.2.4. EL CLUSTER DE CAPACITACION

Tal como hemos mencionado desde hace unos 15 años los Institutos Superiores Tecnológicos han establecido sedes entre las Avs. Gracilazo de La Vega, Alfonso Ugarte y Arequipa, conformando el de denominado Cluster de Capacitación, en el se encuentran aproximadamente 30 locales de diferentes instituciones con programas que van desde Computación e Informática hasta enfermería. Gastronomía, administración hotelera, Inglés, etc. Estas avenidas cruzan principalmente tres distritos Cercado de Lima, Lince y para

incluir el amplio local que tiene CESCA a la altura de la cuadra 6 de la Av. Salaverry se adiciona también el distrito de Jesús María.

El cuadro siguiente muestra el número de locales que tiene cada institución que tiene el Programa de Administración de Empresas y apreciamos que 4 de los principales líderes del sector están ubicados en el Cluster: CESCA, CIMAS, SISE e IDAT cuentan con locales en el Cluster y con ello han establecido una reñida competencia lo cual los ha llevado a mejorar la calidad de su servicio por un lado y por otro ha tener ofertas y promociones para captar la mayor cantidad de clientes entre los jóvenes postulantes y sus padres.

Se puede apreciar los totales por cada distrito y por IST, la lista la encabeza CIMA'S por su amplia presencia en la Av. Arequipa y también con locales en la Av. Garcilazo de la Vega.

Cuadro No 11
IST DEL CLUSTER DE CAPACITACION

IST	Cercado	Lince	Jesús	TOTAL
	Lima		María	
CIMAS	5	2		7
IDAT	6			6
CESCA	2		1	3
SISE		1		1

Fuente: Elaboración Propia

El desarrollo de la intensa competencia al interior del Cluster ha traído consigo que cada institución desarrolle diversas formas de promoción y publicidad para lograr y sostener un posicionamiento adecuado en el

público juvenil y para mejorar sus ventajas competitivas y ofrecer a sus egresados la posibilidad de profesionalizarse decidieron pasar a la Educación Universitaria, gestionando y logrando la autorización de funcionamiento de Universidades como parte de sus propios grupos corporativos. Seguidamente se presenta un cuadro donde se muestran los principales grupos corporativos que cuentan con IST y sus respectivas Universidades.

Cuadro No 12
Universidades de los principales IST

Instituto Superior Tecnológico	Universidad
CESCA	Universidad Peruana de Ciencias e Informática
SISE	Universidad Científica del Sur
IDAT	Universidad Tecnológica del Perú
CIMAS	Universidad Peruana de Las Américas

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2.4.1. CESCA

El Instituto de Educación Superior Tecnológico CESCA, es una institución de reconocido prestigio, fundada en 1976. Cuenta con las carreras de Administración, Computación e Informática, Secretariado Ejecutivo, Contabilidad y Electrónica, y con diversos programas de Extensión Profesional y Capacitación Empresarial. En estos 30 años de vida institucional se ha consolidado y cuenta

con una amplia experiencia en la formación de profesionales tanto de Informática como de Administración de Empresas.

Tiene como visión ser una Corporación líder en el sector Educativo, reconocida a nivel nacional por su contribución en el Desarrollo Nacional y su misión es dar un servicio educativo innovador de excelente calidad que forme y desarrolle profesionales líderes con sólidos valores que contribuyan al Desarrollo del país. Tienen como parte de su grupo a la Universidad Peruana de Ciencias e Informática y a CICEX dedicado a la enseñanza de inglés.

Sus principales atributos son:

Titulo a nombre de la nación (Carreras Profesionales).

Diplomas a nombre del IST CESCO (Carreras Técnicas).

Laboratorios con modernos equipos Pentium IV con pantalla

Sistema de certificación progresiva.

Plana docente con amplia experiencia.

Carné de medio pasaje (Carreras Profesionales)

½ Beca de estudios para familiares directos.

Atención Psicológica gratuita.

Material didáctico especializado.

Oficina de Prácticas y empleos.

3.1.2.4.2. CIMA'S

El Instituto de Educación Superior Tecnológico María de los Ángeles CIMA'S, se fundó en el año 1989 y tiene como misión la formación de profesionales líderes altamente calificados para el desarrollo de las organizaciones y empresas modernas, que contribuyan con el desarrollo económico y cultural de la región y el país, dentro del proceso de globalización del mundo actual. Brinda la facilidad de convalidar los estudios con la Universidad Peruana de Las Américas, de su grupo educativo, para poder obtener el grado académico a nivel universitario.

Cuadro No 13
Programas de CIMA'S

PROGRAMAS	TIEMPO
Carreras Profesionales:	
Computación e Informática	6 ciclos
Administración de Empresas	6 ciclos
Contabilidad Computarizada	6 ciclos
Carreras de Extensión:	
Técnico en Computación	6 meses
Secretariado Ejecutivo Técnico	13 meses
Diseño Gráfico por computadora	18 meses
Ensamblaje y Reparación de PC	6 meses

Fuente: Elaboración Propia

Las direcciones de sus locales son las siguientes

Av. Garcilazo de la Vega 996, 1218, 1820

Av. Arequipa 1010, 1201, 1263, 1926

3.1.2.4.3. IDAT

Fue fundada en 1980, con el fin de formar técnicos profesionales con tres años de estudio en las carreras de Administración y Contabilidad, la circunstancia de ser la primera entidad en contar con un moderno laboratorio de informática le permitieron un explosivo crecimiento y demanda de los alumnos para el estudio de la computación en el antiguo local de la avenida Wilson. Años después se produjo la adquisición de nuevos locales, la ampliación y diversificación de las carreras, así como la modernización y equipamiento con sistemas de cómputo de última generación. Hoy cuenta con sedes en Lima, Chiclayo, Arequipa, Tacna, Ilo, Ica, Puno, Juliaca y Piura. IDAT Lima;

El Instituto IDAT y la UTP son una organización educativa integrada bajo el nombre del Grupo IDAT, la primera organización tecnológica de educación superior, que tienen el mismo origen. En 1997 este Grupo Educativo funda la Universidad Tecnológica del Perú (UTP) y logra otro objetivo trascendente: su funcionamiento y ser aceptados como universidad.

En lo que respecta a su plana docente, IDAT tiene actualmente a expertos y especialistas que son capacitados permanentemente en tecnología educativa, que imparten instrucción en las carreras técnicas de Computación e Informática, Administración y Negocios, Contabilidad, Enfermería, Obstetricia, Prótesis Dental, Laboratorio Clínico, Farmacia, Secretariado Ejecutivo, Comercio Exterior, Marketing, Electrónica, Diseño Gráfico y Extensión Profesional.

Han firmado con empresas internacionales del prestigio de IBM, que instaló el primer laboratorio Microsoft, para desarrollar el primer diplomado en Tecnología Microsoft.Net; Cisco, para la instalación de Laboratorios de Networking. Cuentan con 12 mil alumnos en el conjunto de carreras los cuales pueden complementar sus estudios técnicos con una carrera universitaria. Existe, para ello, un convenio que permite a los alumnos de IDAT (que hayan culminado sus estudios) pasar a un ciclo complementario en la UTP, obtener su licenciatura y los grados académicos correspondientes.

Grupo IDAT

IDAT

Universidad Tecnológica del Perú UTP

Inst. De Ingles UTP

Academia Los Rangers

IDATRON (proveedor de equipos y servicios de computo)

IDAT Instituto Superior Tecnológico Privado

Presidente fundador Ing. Roger Amurus Gallegos.

Carreras profesionales tecnológicas: 3 años

- Computación e Informática.
- Electrónica.
- Redes y Comunicaciones.
- Administración.
- Contabilidad.
- Marketing.
- Negocios Internacionales.
- Diseño Grafico.
- Secretariado: Secretariado ejecutivo profesional y Secretariado ejecutivo bilingüe.
- Enfermería.
- Farmacia.
- Prótesis dental.

Carreras Técnicas: 6 meses a 1 año

- Reparación de Microcomputadoras.
- Técnico en redes.
- Técnico en diseño grafico; Tec. Diseño grafico PC, Tec Diseño grafico MAC, Tec. Experto en MAC Flash, Multimedia y autor en DVD, Comunicación Grafica, Fotografía Profesional.
- Técnico en web side designer.
- Técnico en web side developer

- Técnico en computación.
- Secretariado contable.
- Secretariado técnico.
- Auxiliar de despacho aduanero.

Ofrece: Carné de medio pasaje, seminarios permanentes, laboratorios de última tecnología, bolsa de trabajo. Además brinda diversos cursos de especialización, cursos libres y cuenta con un programa de extensión profesional.

Análisis.-

- IDAT está posicionado como el instituto líder en carreras de Computación e informática.
- IDAT es líder en captación de alumnos para las carreras de computación en los sectores C+ y B- . Sus esfuerzos están orientados en entrar al segmento B típico y B+
- Su búsqueda por capturar alumnos de los sectores B de la población lo llevan a publicar avisos en diarios como el comercio, revista somos y en revista especializadas. Así como a tratar de ofrecer, también, las clases de sus carreras estratégicas en sus locales fuera del centro de Lima.
- Sabiéndose líder en los sectores “C”, los esfuerzos de IDAT se orientan a alcanzar la aceptación y preferencia de los

sectores “B”. Aspecto que se nota claramente en los temas e imágenes de su comunicación publicitaria.

- IDAT es líder indiscutible en cursos de computación pero no así en las carreras de administración, secretariado y salud. Donde cuenta con un bajísimo número de alumnos matriculados y frecuentemente tiene problemas para aperturar ciclos de estudio.
- Como estrategia de marketing, el Grupo IDAT busca amarrar a sus alumnos del Instituto para que sigan invirtiendo en sus estudios ofreciéndoles constantemente cursos específicos sobre programas de computación, extensiones profesionales, así como la posibilidad de obtener el título universitario en la Universidad UTP
- IDAT, basa su estrategia de captación de alumnado e imagen institucional en la publicidad y su Marketing lo desarrolla entre sus propios alumnos buscando animarlos a perpetuar al máximo la inversión en sus estudios.

Universidad Tecnológica del Perú UTP

Nace en 1997 en su local central de la avenida 28 de Julio. Ofrece carreras profesionales, extensión profesional, cursos de certificación, diplomados, post grado y próximamente maestrías.

Carreras Profesionales:

- Ingeniería de Sistemas.
- Ingeniería Electrónica.
- Ingeniería Mecatrónica.
- Ingeniería en Telecomunicaciones.
- Ingeniería Industrial.
- Ingeniería Automotriz.
- Ingeniería Aeronáutica.
- Ingeniería Naval.
- Ingeniería Marítima.
- Ingeniería Textil.
- Ingeniería de Software
- Administración de Empresas.
- Comercio Exterior.
- Marketing Empresarial.
- Contabilidad y Finanzas.
- Derecho y Ciencia Política.
- Ciencias de la comunicación.

Ofrece: Carné de medio pasaje, laboratorios con la mayor tecnología, biblioteca especializada, seminarios permanentes, Servicio médico y odontológico, 5 convenios laborales con entidades nacionales y convenio de estudios con la Universidad Estatal Naval de San Petersburgo, Rusia. Y La Universidad Politécnica de Madrid - España. Así mismo publicita su reciente

incorporación a la “Alianza Estratégica de Universidades” compuesta por la universidad de Ingeniería (UNI), Universidad Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Universidad Agraria. Ofreciendo la posibilidad de becas para seguir estudios en Francia.

Análisis.-

- La UTP es una universidad nueva creada especialmente para los egresados de IDAT.
- La gran mayoría de alumnos matriculados provienen de las canteras del instituto IDAT.
- Las carreras que gozan de mayor número de alumnado son las de computación (ex alumnos de IDAT).
- La UTP busca crecer quitando alumnado a universidades como la Gracilazo de la Vega y universidades estatales que no cuentan con buena infraestructura.
- La UTP aún no tiene ex alumnos en puestos de trabajo importantes o con méritos logrados por destacar.
- La UTP se encuentra en pleno proceso de crecimiento, captación y desarrollo de imagen institucional. Por lo que continuamente crea nuevas carreras, ofertas y descuentos, etc para mantener a sus estudiantes y captar nuevos alumnos.

Locales de IDAT

Av. Petit Thouars 116

Av. Petit Thouars 355

Av. Garcilazo de la Vega 1098

Av. Arequipa 790

Av. Rep. De Chile 120

Jr. Saco Oliveros 189

3.1.2.4.4. SISE

El Instituto Superior SISE es una organización privada que, desde hace 22 años, inició sus actividades en áreas estratégicas de los negocios; como son: Computación e Informática, Marketing, Administración, Educación, Ciencias de la Comunicación y otros.

Tienen con una currícula permanentemente actualizada y acorde con el alto desarrollo de especialización alcanzado en el campo laboral; cuentan con personal docente con amplia experiencia. Tienen importantes convenios con diversos Organismos Superiores demuestra el espíritu de superación y mejora continua. Han ganado el premio a la mejor currícula que ofrecen los institutos del medio y que fue otorgado por la Comunidad Informática del País.

El Programa de Gestión & Negocios ha sido desarrollado tomando en cuenta un enfoque sistémico de la empresa, y la poli funcionalidad que debe caracterizar a un profesional en la gestión

empresarial eficiente. Es por ello que ofrece una currícula moderna e integral que permite conseguir casi 02 títulos en el mismo periodo de tiempo. El Programa de Gestión & Negocios realiza una sinergia única a nivel educativo y lleva a un mejor performance en las especialidades de Administración de Negocios, Contabilidad de Negocios y Marketing Empresarial.

La carrera de Administración de Negocios esta orientada a que el profesional tenga una formación integral en todas las áreas, que le permita elaborar y ejecutar planes estratégicos de gestión empresarial, participar en la elaboración, evaluación e implementación de proyectos de inversión, así como la participación en la capacitación de los miembros de las organizaciones. Igualmente puede especializarse en Marketing o Contabilidad gracias a nuestra moderna estructura curricular.

Ostenta el titulo a la mejor currícula otorgado por la Comunidad Informática del País. Cuenta con centro de idiomas propio. Y Bolsa de trabajo para sus estudiantes.

Carreras Profesionales

- Sistemas e Informática.
- Gestión y Negocios: Administración, contabilidad, Mercadotecnia.
- Secretariado Ejecutivo.

- Ciencias de la Comunicación: Comunicación audiovisual, periodismo

Extensión Profesional

- Especialización en Sistemas e Informática.
- Especialización en Redes.
- Programa de actualización para secretarias.
- Teleoperador.
- Técnico en Diseño gráfico y Web.
- Técnico en Hardware.
- Cursos Libres – Talleres.

Programas técnicos

Técnico en Ofimática.

Programa avanzado de ofimática

Técnico en computación.

Certificación MS office specialist - MOS

Ofrece: SISE mantiene convenios con las universidades Ricardo Palma y Universidad Cesar Vallejo. Cuentan con premios a la innovación empresarial, mejor curricula, aplicación informática, etc.

SISE ofrece servicios educativos a menores con su colegio SISE, centro de educación Inicial SISE y cursos de certificación en computación para escolares.

Análisis:

- SISE cuenta con alumnado mayormente femenino gracias a la aceptación de sus carreras de secretariado y educación.
- Las carreras de gestión y Negocios son también integradas mayormente por alumnado femenino (Administración, contabilidad, Marketing).
- La Carrera de Computación e Informática si bien cuentan con buena cantidad de alumnado, no es la carrera principal de SISE.
- SISE no es percibido por el público como un Instituto especializado en carreras de computación e informática.
- Los conceptos visuales y argumentos de su publicidad marcan claramente un perfil de clase media acomodada y buscan diferenciarse del resto de institutos entrando en el nicho de ser la opción en carreras de letras; administración, secretariado ejecutivo, marketing, educación. Etc.

Locales de SISE

Av. Arequipa 1290

Av. Larco 756

Av. San Juan 779, San Juan de Miraflores

Av. La Marina 1429, San Miguel

Av. Tomás Marsano 4845, Surco

Av. Universitaria 1250, Comas

3.1.2.5. INSTITUTOS LIDERES QUE NO ESTAN EN EL CLUSTER

3.1.2.5.1. IPAE

Es una institución empresarial no gremial dedicada a la transmisión de conocimientos para impulsar el desarrollo del sector empresarial peruano. IPAE es una organización no gubernamental privada sin fines de lucro.

IPAE fue fundada en 1959 por un grupo de empresarios peruanos, como una organización no gubernamental privada sin fines de lucro dedicada a la formación y al perfeccionamiento de empresarios y ejecutivos de empresas, para beneficio de la empresa y el desarrollo del país.

Brinda capacitación con alto valor académico y de carácter eminentemente práctico, adaptándose a las necesidades de las empresas y del mercado. Es un pionero en la formación y capacitación formal y profesional en temas de gestión empresarial, pues antes la formación y capacitación del personal de las empresas se realizaba fundamentalmente mediante la práctica diaria en el trabajo.

En 1961, IPAE celebra la primera Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE). CADE 1961 abordó el tema "Mayor eficiencia, aumento de

la producción. Claves del progreso económico y social del país", y contó con 73 participantes. Desde ese entonces las CADE se convirtieron en cita obligada de líderes empresariales, políticos y académicos, propiciándose el diálogo entre éstos, así como la discusión de temas de trascendencia nacional. Si bien CADE continúa siendo el evento estandarte de IPAE, se organizan otros eventos, entre los cuales destaca la Conferencia Anual de Estudiantes que ya está en su onceava edición. Actualmente IPAE organiza más de 10 eventos anuales.

Las CADE proponen la discusión abierta de los grandes temas del país y la problemática nacional en un marco de reflexión y tolerancia. El objetivo es propiciar la generación de aportes y propuestas para solucionar los principales problemas de orden socio-económico del país y ayudar al desarrollo del Perú

En sus 46 años de existencia IPAE ha brindado capacitación a más de 40,000 estudiantes a través de su Escuela de Empresarios, y ha impartido capacitación específica mediante su amplia gama de cursos a un número aun mayor de profesionales. IPAE cuenta con 7 sedes a nivel nacional, dos en Lima (Pueblo Libre y Surco), así como en Piura, Chiclayo, Ica, Arequipa e Iquitos, las cuales se constituyen en centros descentralizados permanentes de difusión de conocimiento y bastiones para llegar a más lugares del país.

3.1.2.5.2. INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA

Es uno de los principales institutos encargados de la formación de administradores de empresas que ha su vez ha dado el salto a tener una Universidad, la misma que esta muy bien posicionada y en la cual se puede convalidar los cursos y continuar los estudios a nivel universitario.

Forman especialistas en administrar empresas propias o de terceros. La labor educativa se desarrolla bajo una metodología que combina los conceptos teóricos con la experiencia gerencial, técnica y empresarial de los profesores, a través de la resolución de casos. Los conocimientos adquiridos en clase se complementan con el desarrollo de trabajos de aplicación práctica. Otra de las principales características de la metodología utilizada en clase consiste en la interacción alumno-profesor, que permite lograr un proceso de aprendizaje dinámico.

Esta formación se complementa con talleres prácticos que permiten desarrollar habilidades orientadas a ejercitar aptitudes de liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, negociación, creatividad e innovación, así como emprender la realización de su propio negocio.

ISIL posee amplias y modernas instalaciones de nivel universitario. Cuenta con aulas multimodales, laboratorios, un auditorio central, biblioteca, cafetería y salas de estudio implementadas con equipos audiovisuales, sistemas multimedia y circuito cerrado de TV. Asimismo, los alumnos de ISIL pueden acceder a Internet y correo electrónico personal desde el primer ciclo.

ISIL cuenta con una plataforma académica virtual, la cual sirve de apoyo en el desarrollo de nuestros cursos, permitiéndonos brindar a los estudiantes a través de accesos web, una serie de servicios de información académica, como por ejemplo syllabus, separatas, ayudas audiovisuales, enlaces a bibliotecas, grupos de discusión, encuestas, entre otros.

Los alumnos de ISIL también cuentan con el servicio del Departamento de Recursos Empresariales, el cual les facilita el acceso a prácticas y empleos en diversas empresas de nuestro medio y en el extranjero, donde podrán iniciar su desarrollo profesional incluso antes de culminar su carrera. La Biblioteca ISIL cuenta con amplias y modernas instalaciones y una gran diversidad de material bibliográfico y audiovisual, en temas para cada una de las especialidades de nuestras carreras.

3.1.2.5.3. CEPEA

Tiene como visión ser una corporación líder y reconocida a nivel nacional por desarrollar una formación diferencial en valores, nuevos conocimientos y tecnologías, pero sobre todo con un enfoque empresarial para un mundo globalizado, que además está orgullosa de su cultura organizacional, con una plana docente altamente calificada que garantiza la exitosa inserción del egresado en el campo social, laboral y empresarial del país.

Cuadro No 14
Programas de CEPEA

PROGRAMAS	TIEMPO	COSTOS
Administración	6 ciclos	S/. 260
Contabilidad	6 ciclos	S/. 250
Enfermería Técnica	6 ciclos	S/. 225
Electrónica	6 ciclos	S/. 240
Ciencias de la Comunicación	6 ciclos	S/. 345
Computación	6 ciclos	S/. 290
Guía Oficial de Turismo	6 ciclos	S/. 350
Secretariado Ejecutivo	6 ciclos	S/. 225

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3. LOCALIZACIÓN DEL INSTITUTO

Para efectos de determinar la localización del Instituto hemos definido tener en cuenta los siguientes criterios:

- Tal como se ha visto en el estudio de la demanda hemos decidido que en la primera fase de operación del nuevo instituto vamos ingresar al mercado del NSE C, por ser el segmento que presenta una mayor demanda y que tiene una percepción positiva de los IST y en específico de la carrera de Administración.
- Los distritos del NSE C se encuentran en los diferentes Conos de Lima Metropolitana por lo tanto se evaluarán la población de los Conos y el peso del NSE C en cada Cono.
- Si bien es cierto que se apunta en primera instancia al NSE C, se tendrá en cuenta la cercanía de los distritos de nivel B para ofrecer servicios que también atraigan al público de este segmento.
- Un factor importante para la definición de la ubicación del IST se relaciona con la cantidad de locales con los que cuentan los IST líderes en cada Cono de Lima Metropolitana.
- Otro elemento a tomar en cuenta para la ubicación será el nivel de empuje y desarrollo de cada zona expresada en la presencia del sector empresarial.

Cuadro No 15
POBLACION DE DISTRITOS DE LIMA CENTRO

Distrito	Población	NSE A	NSE B	NSE C	Locales
Lima Centro					
BARRANCO	40243		40243		
BREÑA	87474			87474	
JESUS MARIA	58692		58692		1
LA MOLINA	121802	121802			1
LA VICTORIA	200241			200241	
LIMA	278804		278804		13
LINCE	55805		55805		3
MAGDALENA DEL MAR	45003		45003		
MIRAFLORES	85284	85284			3
PUEBLO LIBRE	64283		64283		2
RIMAC	187475			187475	
SAN BORJA	119110	119110			
SAN ISIDRO	58585	58585			
SAN LUIS	43297		43297		
SAN MIGUEL	131421		131421		2
SANTIAGO DE SURCO	245065		245065		3
Subtotal	1822584	384781	962613	475190	28

Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

Podemos apreciar que en Lima Centro existen un total de 28 locales con programas de Administración, los cual se justifica principalmente por el Cluster de la Capacitación y además por la gran cantidad de líneas de transporte que circulan por las grandes avenidas como la Avs. Grau, Alfonso Ugarte, Arequipa, Garcilazo y la Vía Expresa.

Cuadro No 16

POBLACION DE DISTRITOS DE LIMA NORTE

Distrito	Población	NSE A	NSE B	NSE C	Locales
Lima Norte					
SANTA ROSA	5803		5803		
ANCON	23844		23844		
CARABAYLLO	149154			149154	
PUENTE PIEDRA	179109			179109	1
INDEPENDENCIA	195186		195186		1
LOS OLIVOS	335268		335268		1
SAN MARTIN DE PORRES	436756			436756	
COMAS	457605			457605	2
Subtotal	1782725	0	560101	1222624	5

Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

En Lima Norte existen 5 locales de IST dedicados a la enseñanza de Administración de Empresas, con lo cual vemos que aparentemente no alcanzaría para tan amplia cantidad de habitantes, motivando el desplazamiento de los jóvenes de estas zonas hacia el Centro de Lima. También en estas zonas se observa la presencia de IST de mucho menor performance y sin posicionamiento en las preferencias de los jóvenes.

Cuadro No 17

POBLACION DE DISTRITOS DE LIMA SUR

Distrito	Población	NSE A	NSE B	NSE C	Locales
SANTA MARIA DEL MAR	242		242		
SAN BARTOLO	3577		3577		
PUCUSANA	4243		4243		
PUNTA NEGRA	4659		4659		
PUNTA HERMOSA	5695		5695		
PACHACAMAC	33489		33489		
LURIN	46784		46784		
SURQUILLO	81959			81959	
CHORRILLOS	257804		257804		
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	333132			333132	
VILLA EL SALVADOR	355055			355055	
S. JUAN DE MIRAFLORES	377621			377621	2
Subtotal	1504260	0	356493	1147767	2

Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

Cuadro No 18

POBLACION DE DISTRITOS DE LIMA ESTE

Distrito	Población	NSE A	NSE B	NSE C	Locales
CHACLACAYO	41823		41823		
CHOSICA	119959			119959	
SANTA ANITA	144907		144907		
EL AGUSTINO	162588			162588	
CIENEGUILLA	12428		12428		
ATE	400117		400117		1
S. JUAN DE LURIGANCHO	731739			731739	1
Subtotal	1613561	0	599275	1014286	2
TOTAL	6723130	384781	2478482	3859867	37

Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

Podemos apreciar que a pesar de contar con amplios volúmenes de población, los Conos Sur y Este sólo muestran la presencia de 2 locales por Cono de los principales IST líderes en la carrera de Administración de Empresas. Esta ausencia es cubierta por la presencia de IST públicos como es el caso del IST Carlos Cueto Fernandini de Comas o el Julio Cesar Tello de Villa El Salvador. En el siguiente resumen podemos apreciar los importantes pesos en población que tienen los segmentos B y C de la población y la cantidad de locales con los que cuentan.

Cuadro No 19

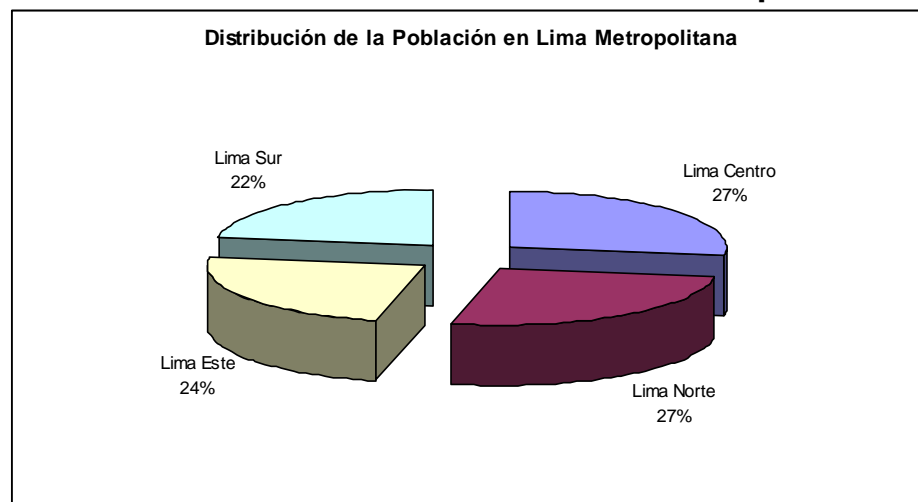
POBLACION POR CONOS LIMA METROPOLITANA

Lima Metropolitana	Población	NSE A	NSE B	NSE C	Locales
Lima Centro	1822584	384.781	962.613	475.190	28
Lima Norte	1782725	0	560.101	1.222.624	5
Lima Este	1613561	0	599.275	1.014.286	2
Lima Sur	1504260	0	356.493	1.147.767	2
TOTAL	6723130	384.781	2.478.482	3.859.867	37

Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

La distribución de la población por conos se muestra en el siguiente gráfico, en él cual podemos apreciar que tanto Lima Centro como Lima Norte tienen un 27% de la población total, seguidos por Lima Este con el 24% y finalmente Lima Sur con el 22%.

Gráfico 19
Distribución de la Población en Lima Metropolitana

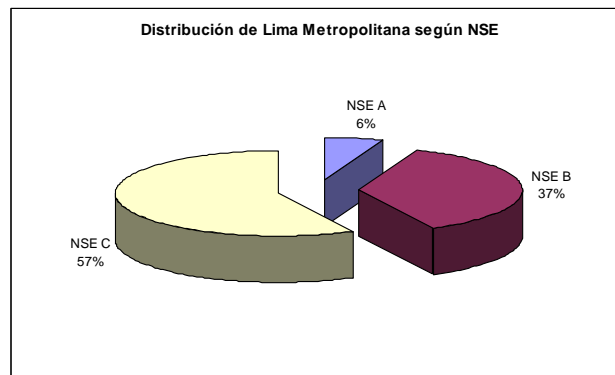


Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

Seguidamente se presenta un gráfico que muestra la distribución de la población de Lima Metropolitana según NSE, se aprecia que el NSE C es el más significativo con un 57% del total seguido por el NSE B que tiene un 37% del total.

Gráfico 20

Distribución de Lima Metropolitana según NSE

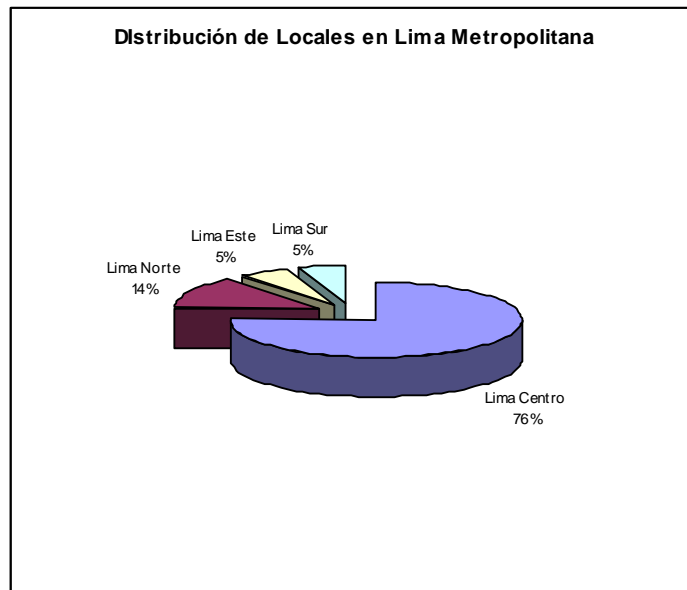


Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

Al analizar la distribución de los locales de los principales IST con programas de Administración de Empresas para cada Cono de Lima vemos que el 76% están en Lima Centro, el 14% en Lima Norte y que Lima Este y Lima Sur sólo tienen el 5% del total. Esta constatación aunada con la importante presencia de los segmentos C y B en estos Conos nos orienta a ubicar el IST en cualquiera de estas dos zonas geográficas.

Gráfico 21

Distribución de locales en Lima Metropolitana



Estadísticas INEI 2000
Elaboración Propia

Si además tenemos en cuenta que los distritos que componen Lima Sur han venido mejorando sus condiciones de vida y que para el caso de Villa El Salvador se ha notado un gran crecimiento económico debido a la presencia de un importante Parque Industrial que alberga a cerca de 3,000 pequeñas empresas de diferentes rubros como carpintería, metalmecánica, confecciones, calzado, alimentos, fundición, etc., y que dicha presencia es importante para la práctica pre-profesional y posterior empleo de los jóvenes egresados hemos definido que el IST podría estar ubicado en este distrito específicamente en la Av. Pachacutec que colinda

con el Parque Industrial y con los distritos de Villa Maria del Triunfo, San Juan de Miraflores, Lurin y Pachacamac.

3.2. ANALISIS DEL SERVICIO: LA CARRERA

3.2.1.DETERMINACION DE NECESIDADES DE FORMACION

La determinación del perfil ocupacional se ha realizado según un proceso ya definido por la institución que permite definir previamente las necesidades de formación profesional, por ello se ha considerado información procedente de los gremios empresariales, empresarios individuales, opiniones de expertos, propuestas de perfil de otras instituciones.

Por esa razón se llevo a cabo una reunión con un grupo de empresarios de la Micro y Pequeña empresa de la Sociedad Nacional de Industrias y sobre esa base realizándose un Taller de Identificación de Necesidades, y en el cual los empresarios definieron el tipo de competencias que debería tener el personal administrativo de mando medio de forma tal que sirva como un soporte para los empresarios en todo lo concerniente a la administración de su empresa.

Como parte del taller se evaluaron las competencias que los empresarios requerían para una función de Administración de Empresas como un mando medio dentro de su empresa, definiéndose la necesidad que los egresados tengan las siguientes competencias:

- Manejo de técnicas y procedimientos administrativos.
- Aplicación de principios contables.
- Manejo de la estadística para procesar diagnósticos sectoriales y diagnósticos económicos de la empresa
- Conocimientos de la administración de personal
- Manejo de la logística
- Capacidad para analizar los costos de la empresas
- Elaborar de estudios de mercado.
- Formular y desarrollar proyectos de inversión
- Utilizar la informática como un instrumento para la administración eficiente de la empresa.

3.2.2.LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mundo de hoy, experimenta cambios muy profundos y rápidos en el campo político, económico, social, científico, tecnológico, ambiental, etc. Esto obliga a las sociedades y a las naciones a tener comportamientos con características muy particulares, nunca antes consideradas. Nuevos conceptos y prácticas se vienen desarrollando, tal es el caso de la competitividad con solidaridad, de la globalización de las economías, de la internacionalización de la información y del conocimiento y del desarrollo de las capacidades y de las actitudes de la persona hacia la creatividad, el cambio, la universalidad y el equilibrio.

Dentro de este contexto, esta nueva institución formará profesionales capaces de desenvolverse con propiedad y eficiencia dentro de esta dinámica, así como estar preparados para enfrentar los cambios aún más profundos, que traerá el próximo siglo. Esta formación está caracterizada por el desarrollo y la práctica de los siguientes RASGOS FUNDAMENTALES QUE DEFINEN EL PERFIL PROFESIONAL DEL EGRESADO.

- Capacidad de Liderazgo, en el establecimiento de valores y estrategias que guiarán a la institución y para formar, conducir, monitorear y asesorar equipos de trabajo que se desempeñen en un clima de autoconfianza, seguridad, competencia leal, productividad y calidad tendientes a la autorrealización del personal y al desarrollo corporativo y liderazgo empresarial.
- Conocimiento de teoría y manejo de tecnología, que permitan actuar a nivel micro y macro para realizar una eficiente gestión empresarial con caracteres de innovación, creatividad y pensamiento divergente, dentro del proceso de globalización o internacionalización de las sociedades.
- Ética profesional, sustentada en la interiorización y aplicación de los valores morales como parte de su desempeño individual y corporativo, donde la ética, el trabajo y la eficiencia constituyan una unidad, en base a la verdad y a la honradez, la generosidad y la lealtad, la libertad y la justicia y la solidaridad y el equilibrio.

- Capacidad de comunicación, y de creación de consensos que permitan la interrelación personal de la empresa en forma fluida, coherente y clara, tanto en forma horizontal como vertical. Asimismo, que facilite el uso adecuado de los sistemas de información por una eficiente gestión empresarial y para una permanente actualización y/o renovación de conocimientos.
- Actitud de cambio, que se manifieste en la creatividad para la innovación y el cambio permanentes, en la permeabilidad a las nuevas tendencias micro y macro empresariales, así como, en el ejercicio de una actitud crítica y objetiva en la toma de decisiones.
- Capacidad para asumir y manejar riesgos, identificar oportunidades con sentido de logro, que se demuestre en la capacidad de análisis crítico para evaluar y reconocer las mejores oportunidades con sentido de logro, que se demuestre en la capacidad de análisis crítico para evaluar y reconocer las mejores oportunidades con sentido de logro, que se demuestre en la capacidad de análisis crítico para evaluar y reconocer las mejores oportunidades donde actuar con pleno conocimiento de los riesgos; así como en su permanente búsqueda de excelencia gerencial teniendo en cuenta los fines y objetivos empresariales.
- Visión de futuro y competitividad, que le permita proyectarse a la sociedad y a la empresa del futuro, haciendo uso de sus capacidades intelectuales, actitudes y valores éticos, para integrarse con éxito en un mundo cada vez mas complejo, exigente, competitivo y cambiante, y contribuir al desarrollo de una mejor sociedad.

- Actitud dirigida hacia una formación profesional permanente; capacidad para aprender, desaprender y reaprender. Asimismo, para facilitar una permanente democratización del conocimiento entre los trabajadores de la empresa en el marco de una organización en constante aprendizaje.
- Búsqueda del éxito y la excelencia: constante preocupación y respeto por el usuario final de los productos y servicios ofertados.

3.2.2.1. PERFIL PROFESIONAL DEL EGRESADO

El egresado estará en condiciones de ejercer eficientemente su profesión. Para ello estará equipado con características personales y profesionales que habiliten su desempeño. Por razones metodológicas, se presentan desagregadas en tres dimensiones. Sin embargo su dominio está orientado a la formación integral.

3.2.2.1.1. APTITUDES – CONOCIMIENTOS

Para desempeñar las siguientes funciones de Dirección o de Gerencia en las microempresas, pequeñas empresas y eventualmente en las medianas. En las grandes empresas el desempeño será en los diferentes niveles de ejecución de la administración.

- Dirigir, hacer el seguimiento y evaluar el cumplimiento de las políticas, objetivos, metas y estrategias relacionadas

con la adecuada administración de los recursos humanos, materiales tecnológicos, de tiempo y económico-financieros de la organización, así como con la elaboración de estudios económicos, proyectos, y de las actividades de comercialización.

- Planificar, dirigir y evaluar las actividades vinculadas con la administración del personal, de las estructuras organizacionales, de los recursos materiales, de la producción de bienes y/o servicios y de la seguridad interna y externa de la organización.
- Organizar y controlar las actividades relacionadas con el procesamiento electrónico de las operaciones, la racionalización administrativa, y la elaboración de estadísticas de la organización, así como de los sistemas de información.
- Planificar y evaluar los programas de investigación, inversión, formación y desarrollo de recursos humanos, desarrollo de nuevos productos y/o servicios, desarrollo institucional, innovaciones tecnológicas y otros de índole corporativa o de áreas específicas que impliquen un desarrollo significativo en los sistemas de la empresa.
- Planificar, dirigir, desarrollar y evaluar los proyectos de inversión orientados a la microempresa, pequeña y

mediana empresa, en el marco de la realidad nacional y teniendo en cuenta la conservación del medio ambiente.

- Supervisar la correcta y oportuna conservación de los documentos contables y su sustentación, el pago de las obligaciones de la organización, así como la aplicación de los sistemas de control interno.
- Planificar, evaluar y tomar decisiones financieras en base a la información económica financiero-contable de la empresa, minimizando en riesgo y maximizando su valor en la perspectiva de la globalización de la economía.
- Planificar, desarrollar y evaluar los estudios de investigación, así como los planes vinculados al área de marketing.
- Planificar, evaluar y tomar decisiones de marketing en base a la información de mercado y estudios económicos pertinentes a fin de satisfacer en forma óptimas las exigencias del mercado y lograr objetivos de la empresa.
- Diagnosticar, evaluar, y pronosticar la gestión empresarial en base a los estudios económicos, a los proyectos formulados y a los planes de comercialización y al comportamiento de las variables micro y macro económicas.

3.2.2.1.2. ACTITUDES

Cualquiera que sea el tipo o tamaño de la empresa y el puesto que ocupe deberá desarrollar inclinaciones o disposiciones mentales para definir y actuar, es decir tomar decisiones, características que se manifiestan a través de:

- La seguridad y autonomía en el manejo de sus emociones, potencialidad y limitaciones, así como de su capacidad de adaptación al medio, y de toma de decisiones.
- La laboriosidad, perseverancia, objetividad y superación en sus actos.
- Las capacidades de observación, concentración, reflexión, análisis y síntesis en sus actividades, así como en la investigación para el desarrollo empresarial.
- El oportuno y adecuado uso de la comunicación y de su capacidad para la negociación y resolución de conflictos.
- La creatividad, la iniciativa, la capacidad crítica y lógica para la innovación y el cambio, el aprovechamiento de las buenas ideas y lo bueno de la experiencia de otras organizaciones.
- La planificación e integración de los elementos componentes de la organización, en función a los fines,

objetivos y lineamientos institucionales a la realidad nacional y a la conservación del medio ambiente.

- El liderazgo ante el personal orientando, estimulando, motivando, integrando y generando un ambiente de confianza y fomentando una competencia leal, eficiente y productiva, a nivel interno y externo.
- La responsabilidad, el orden y la disciplina que generen credibilidad. El análisis y la revisión permanente de la reflexión y la aplicación sobre su ubicación.
- La visión y comprensión dentro de la sociedad en que vive.

3.2.2.1.3. VALORES

Dentro del desempeño de sus funciones profesionales, así como en su vida personal, deberá cultivar y practicar acciones orientadas a la trasmisión permanente de valores éticos de:

- La verdad y la honradez
- La libertad y justicia en búsqueda de la armonía y el equilibrio.
- La generosidad y la lealtad
- La solidaridad, el bien común, la proyección a la comunidad y el respeto a la dignidad humana.

- La valoración e identificación con su cultura y el ejercicio cívico frente a la sociedad.
- La valoración y respeto de las creencias, culturas y escalas de valores de los demás.

Cuadro 20

ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA CARRERA

AREA TEMATICA	HR	AREA TEMATICA	HR	AREA TEMATICA	HR
MATEMATICA		ESTADISTICA		INFORMATICA	
MATEMÁTICA I	40	ESTADÍSTICA I	40	INFORMATICA I	30
MATEMÁTICA II	40	ESTADÍSTICA II	40	INFORMATICA II	30
MATEMÁTICA III	40	ESTADÍSTICA III	40	INFORMATICA III	30
ADMINISTRACION		CONTABILIDAD Y FINANZAS		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	30
ADMINISTRACIÓN GENERAL I	40	CONTABILIDAD GENERAL I	40	INF. APLIC. PROY. DE INVERS.	30
ADMINISTRACIÓN GENERAL II	40	CONTABILIDAD GENERAL II	40	SISTEMAS DE INF. GERENCIAL	30
ADMINISTRACIÓN GENERAL III	40	CONTABILIDAD GENERAL III	40	INGLES	
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL I	40	COSTOS Y PRESUPUESTOS	40	INGLES I	40
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL II	30	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA I	40	INGLES II	40
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	40	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA II	40	INGLES III	40
PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL	40	AUDITORIA FINANCIERA	40	INGLES IV	40
ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA	40	AUD. ADMINIST. Y OPERAT.	40	INGLES V	40
SOCIOLOGÍA DEL TRABAJO	40	MERCADOTECNIA		INGLES VI	40
TOMA DE DECISIONES	40	INVESTIGACIÓN DE MERCADO I	40	LEGISLACION	
DESARROLLO EMPRESARIAL	60	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	30	LEGISLACIÓN I	40
DESARROLLO HUMANO		ESTUDIO DE MERCADO	40	LEGISLACIÓN II	40
DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD	40	MERCADOTECNIA GENERAL	40	LEGISLACIÓN III	20
MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO	40	DIAGNOSTICO SECTOR INVERS.	40	PRODUCCION Y LOGISTICA	
PROYECCIÓN SOCIAL	43	TÉCNICA DE VENTAS Y PUBLICIDAD	50	LOGÍSTICA	40
TÉCNICAS DE ESTUDIOS	40	ECONOMIA		INVESTIGACIÓN OPERATIVA	40
TUTORIA	45	MICROECONOMÍA	40	ADMINISTRACIÓN PRODUCCIÓN	40
LENGUAJE Y REDACCIÓN	40	ECONOMIA GENERAL	40	PRODUCTIVIDAD	40
PROYECTOS		MACROECONOMIA	40	PRACTICAS	
TECNOLOGÍA DE PROYECTOS	30	POLÍTICA Y DESARROLLO ECONOMICO	40	PRACTICA PREPROFES.	552
ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD	40			CURSOS ELECTIVOS	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	40			CURSOS ELECTIVOS	200

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 21

RESUMEN DE LA CARRERA AREA TEMATICA

AREA TEMATICA	HORAS	%
PRACTICA PREPROFES.	552	17.04%
ADMINISTRACION	450	13.89%
CONTABILIDAD Y FINANZAS	320	9.88%
MERCADOTECNIA	280	8.64%
DESARROLLO HUMANO	248	7.65%
INGLES	240	7.41%
CURSOS ELECTIVOS	200	6.17%
INFORMATICA	180	5.56%
PRODUCCION Y LOGISTICA	160	4.94%
ECONOMIA	160	4.94%
MATEMATICA	120	3.70%
ESTADISTICA	120	3.70%
PROYECTOS	110	3.40%
LEGISLACION	100	3.09%
TOTAL	3240	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

3.3. PLAN ESTRATEGICO

3.3.1.MISION

Contribuir al desarrollo empresarial e industrial del país, mediante la implementación de carreras de formación profesional que responden a los desafíos de pertinencia, calidad, eficiencia y de excelencia educativa, utilizando para el logro de sus fines tecnologías de avanzada, una alta calificación de sus recursos humanos y una oferta educativa acorde con las demandas del mercado laboral,

3.3.2.VISIÓN

Nos proponemos al año 2010, haber logrado un buen nivel de reconocimiento en cuanto a la calidad de nuestros egresados con gran aceptación y demanda en el sector empresarial, por la capacidad profesional de nuestros docentes, una infraestructura y equipamiento acorde con los requerimientos de un modelo educativo de vanguardia, que en conjunto constituyen un concepto educativo innovador y centrado en la demanda.

3.3.3.CONTEXTO ACTUAL

Los fenómenos sociales y económicos del mundo contemporáneo, nos obligan a adecuar la marcha de la institución a las nuevas reglas de juego, principalmente en los aspectos económico, social, legal y tecnológico.

Son aspectos resaltantes de la sociedad contemporánea:

- Globalización de la economía y los medios de comunicación.
- Predominio mundial del modelo de economía liberal.
- Vertiginoso desarrollo de la ciencia y la tecnología a nivel mundial.
- Cambios demográficos importantes como modificación de la composición de la pirámide poblacional por aumento de la tasa de sobrevivencia de la población mundial y crecimiento poblacional sostenido en los países de menor desarrollo.
- Persistencia de la pobreza, la miseria y sus secuelas en el Perú y consecuencias en el desarrollo de la ciencia y la tecnología en nuestro país.

Nos proponemos establecer una cultura institucional que se distinga, por lo menos en tres características:

- Identidad institucional, que hermane a nuestros egresados en cualquier rincón del país o del mundo en que se encuentren.
- Culto a la calidad académica y rechazo a la mediocridad, que atrae las miradas sobre nuestros docentes.

- Espíritu de tolerancia y pluralismo, que busca darle cauce institucionalista a los naturales matices y que alienta sin recelo las iniciativas de nuestros docentes y estudiantes.

Desde hace 4 décadas el sistema de educación superior no universitaria ha experimentado un crecimiento explosivo con el ingreso de amplias franjas populares a los institutos superiores tecnológicos, la creación y desarrollo de los institutos privados, la caotización de los institutos públicos y su declive académico e institucional.

Entorno Mundial

- Globalización de la economía y los medios de comunicación.
- Predominio mundial del modelo de economía liberal.
- Vertiginoso desarrollo de la ciencia y la tecnología a nivel mundial.
- Cambios demográficos importantes como modificación de la composición de la pirámide poblacional por aumento de la tasa de sobrevivencia de la población mundial y crecimiento poblacional sostenido en los países de menor desarrollo.

Entorno Educativo Nacional

- Desde hace 4 décadas el sistema de educación superior no universitaria ha experimentado un crecimiento explosivo con el ingreso de amplias franjas populares a los institutos superiores tecnológicos,
- Creación y ampliación de los institutos privados,

- Declive de los institutos públicos
- Desestabilización de los mercados de educación superior.
- Cambios en las demandas educativas de los jóvenes.
- Aplicación del modelo de economía liberal a la educación superior,
- Generación de nuevos institutos
- Uso intensivo de los medios de publicidad y comunicación.
- Fuerte inversión económica en el desarrollo de recurso tecnológicos y captación de lo mejor de los recursos humanos existentes en el país.

POSTURA ESTRATEGICA

Apunta al posicionamiento de la excelencia académica de nuestra oferta educativa y la creciente participación en el mercado nacional ampliando la gama de productos y servicios exitosos, ejerciendo un adecuado proceso de mejoramiento continuo de la calidad.

3.3.4.OBJETIVOS ESTRATEGICOS SEGÚN BSC

Nuestro plan estratégico y en particular los objetivos estratégicos se han planteado en 4 perspectivas estratégicas: Clientes (CI), Financiera (Fi), Procesos (Pr) y Aprendizaje (Ap), que se anotan al inicio de cada objetivo.

A. (CI) Posicionar la institución en el sector educativo, laboral y empresarial

- B.** (CI) Establecer Alianzas Estratégicas que permitan el desarrollo profesional de los egresados.
- C.** (Pr) Establecer un modelo de gestión moderno, eficaz y eficiente capaz de responder a los retos que plantea los nuevos desarrollos para alcanzar el liderazgo institucional.
- D.** (Pr) Lograr la acreditación y certificación como institución con alto nivel de calidad en gestión, medio ambiente y salud ocupacional
- E.** (Ap) Desarrollar el potencial humano del personal estimulando los logros y el mejoramiento las competencias.
- F.** (Ap) Desarrollar una cultura emprendedora en la organización así como la racionalidad económica-administrativa necesaria para la formulación, financiamiento, gestión y evaluación permanente de las alternativas de crecimiento y diversificación de la institución.
- G.** (Fi) Alcanzar la rentabilidad planificada que permita la reinversión, el crecimiento y la diversificación institucional.

Cuadro 22

MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVA ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	RELACIONES
CLIENTE	SERVICIO DE CALIDAD ORIENTADO A LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.	SATISFACCIÓN PLENA DEL CLIENTE.
	INICIATIVAS EMPRENDEDORAS Y LA CONSOLIDACIÓN DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS.	
APRENDIZAJE	RECURSOS HUMANOS CON COMPETENCIAS PARA RESPONDER A LAS EXIGENCIAS DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PROFESIONAL.	RECURSOS HUMANOS, PROPUESTA ACADÉMICA Y EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA QUE RESPONDA A LAS DEMANDAS DE UN MERCADO EDUCATIVO EXIGENTE Y QUE SIRVE DE BASE PARA IMPULSAR UN CAMBIO EN LOS PROCESOS.
	PROPUESTA PEDAGÓGICA QUE PERMITA A SUS EGRESADOS SER COMPETENTES EN EL MUNDO LABORAL EMPRESARIAL.	
PROCESOS	EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS PARA LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PROFESIONAL Y LA PREVISIÓN DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS.	
	SISTEMA DE GESTIÓN FLEXIBLE QUE RESPONDA EFICAZ Y OPORTUNAMENTE A LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO.	PROCESOS ORIENTADOS A LA CONSOLIDACIÓN DE LOS NUEVOS DESARROLLOS ACADÉMICOS, AL MEJORAMIENTO DE LAS COMPETENCIA DEL PERSONAL Y LA IMPLEMENTACIÓN DE EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA.
FINANCIERA	RECURSOS FINANCIEROS SUFICIENTES PARA IMPULSAR EL DESARROLLO INSTITUCIONAL.	SOLIDEZ FINANCIERA QUE POSIBILITA CAMBIOS Y ORIENTA EL DESARROLLO FUTURO DEL SENATI.

Fuente: Elaboración Propia

3.4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El Plan de Recursos Humanos, está en directa relación con las metas institucionales, para lo cual se ha creado en primer lugar los lineamientos generales que será de aplicación en la gestión de las personas que trabajen en la institución.

3.4.1. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Los objetivos estratégicos que proponemos se desprenden del plan estratégico y servirá para identificar las tareas puntuales y compromisos vinculados a la gestión de personas.

En tal sentido proponemos los siguientes objetivos estratégicos:

1. Asegurar la cobertura de recursos humanos eficientes, proactivos y capaces de adaptarse al cambio.
2. Implementar un sistema de desarrollo de recursos humanos, con líneas de carrera definidas y estructuras de cargos acordes con los perfiles académicos, experiencia laboral y performance de los trabajadores.
3. Implementar políticas de bienestar para los trabajadores, que permitan lograr mejores estándares del clima laboral.
4. Contar con un sistema de evaluación de las competencias del personal que permita identificar líneas de acción orientadas a la optimización del uso de los recursos.
5. Implementar planes de capacitación, que permitan cerrar las brechas funcionales y mejorar los rendimientos individuales.
6. Contar con sistema de compensaciones justo, moderno y motivador que aliente la eficiencia y calidad del servicio de los recursos humanos.
7. Contar con alianzas estratégicas que permitan el desarrollo de los recursos humanos.

8. Elevar las competencias de gestión del personal y facilitar el aprendizaje organizacional.

3.4.2.LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS

3.4.2.1. PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

La Gestión de los Recursos Humanos en la institución tendrá los siguientes principios universales:

- a) Orden y coherencia salarial, que permita contar con un sistema remunerativo racional, coherente, motivador, compensador de resultados y logros.
- b) Capacidad de gasto, por medio del cual sólo se incorporará personal en base a sus recursos disponibles y la capacidad de autosostenimiento.
- c) No-violencia; es decir promover el desarrollo de relaciones humanas y de un clima laboral y de aprendizaje donde se respete la capacidad y estilo personales que tiene cada participante para crecer y aportar con sus ideas y trabajo.
- d) Participación, el trabajo de los equipos tendrá la cualidad de ser participativo. Eso quiere decir que convocará a los distintos agentes de desarrollo, intercambiando aportes, fomentando alianzas y cooperación.

- e) Interculturalidad y Democracia: esto quiere decir que se debe fomentar el trabajo en donde personas de distintas disciplinas, ámbitos laborales y culturas sociales puedan participar con sus ideas, aportes, promoviendo la democracia amplia desde la misma organización del trabajo.

3.4.2.2. SELECCIÓN

Será uno de los procesos de capital importancia en el desarrollo presente y futuro de los recursos humanos, lo cual redundará no solamente ahorros por largos periodos de adaptación y capacitación sino que logrará superar la curva de productividad del trabajador en el menor tiempo posible.

A través de este proceso lograremos determinar de entre varios solicitantes de empleo, cuales son los que mejor llenaron los requisitos de trabajo y serán evaluados conforme a los requisitos de los puestos vacantes.

Nuestro proceso de selección comprende las siguientes etapas:

- a. de la aplicación de pruebas

Los tipos de pruebas más usuales que aplicaremos para la selección del personal son:

- Pruebas de aprovechamiento

- Pruebas de Oficio
- Pruebas de inteligencia
- Pruebas de Aptitud
- Pruebas de Actitud
- Pruebas de estabilidad y ajuste emocional o de personalidad

Frente a ello, las pruebas se aplicarán de la siguiente manera:

Docentes

Prueba psicotécnica

Test de personalidad

Clase magistral

Administrativos

Prueba psicotécnica

Test de personalidad

Examen de conocimientos

b. de entrevista de empleo

Nos permitirá obtener la información necesaria que proporcione el candidato, para que de acuerdo con el resultado de este encuentro el solicitante sea evaluado.

Los modelos o métodos de entrevistas que se implementarán son:

- Entrevista no dirigida

- Entrevista profunda
- Entrevista Estandarizada
- Entrevista de Grupo

3.4.2.3. POLITICAS DE CONTRATACION

Después de la selección se prosigue con la contratación, para lo cual el trabajador debe presentar: partida de nacimiento, partida de matrimonio, certificados de educación básica (primaria y secundaria), grados y títulos, documento nacional de identidad, libreta de servicio militar, carnet del seguro social, carnet del sistema privado de pensiones, licencia de conducir o chofer, licencia sanitaria, pasaporte, carnet de extranjería o visa de trabajo (tratándose de extranjeros), otros documentos. Así también es necesario el llenado de formas, filiación dactilografía, etc. Una vez integrado el expediente, se procede a la contratación.

Sin embargo el proceso de contratación enfrenta otros problemas como los relacionados a la modalidad contractual y los riesgos que estos representan. El Decreto Legislativo 728 Ley de Competitividad y Productividad Laboral establecen las modalidades para contratar, siendo la que mas usaremos los contratos sujetos a modalidad por “necesidad de mercado” a jornada menor de 4 horas diarias.

Nuestra institución tendrá una política de contratación que establece los siguientes aspectos:

- a) La institución no tendrá más del 25% de personal estable, del 75% restante un 20% será a tiempo completo y el grupo restante a jornada menor de 4 horas diarias.
- b) Se adoptará el contrato por horas a menos de 20 horas como práctica cotidiana de incorporación de trabajadores, sobre todo para la docencia.
- c) Se intermediará ciertos servicios considerados como actividades no principales.

3.4.2.4. DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS

El desarrollo de nuestros recursos humanos se sustenta en una intensiva capacitación con la finalidad de mejorar sus competencias y la calidad del servicio.

La capacitación tiene fundamentalmente dos aspectos:

- a) la inducción como fase de iniciación del proceso de desarrollo del trabajador, que será un proceso sistemático y permanente que logre adaptar rápidamente al nuevo trabajador generando compromiso y visión compartida.
- b) la capacitación, como factor estratégico de desarrollo, y que incidirá en los aspectos y competencias que requiere mejorar el trabajador de la institución.

3.4.2.5. GRUPOS OCUPACIONALES Y ESCALAS SALARIALES

GRUPOS OCUPACIONALES

Nuestra organización tiene dos grupos ocupacionales muy definidos:

- a) El personal docente
- b) El personal administrativo

GRUPO OCUPACIONAL DOCENTE

El grupo ocupacional docente establece sus niveles en función de sus grados o acreditaciones académicas, las mismas que tienen una relación directamente proporcional con su estructura salarial.

Los niveles del grupo ocupacional docente son:

1. ASISTENTE DE DOCENCIA.- relacionado con tareas académicas de fácil realización y vinculadas al apoyo a los docentes en la función instruccional. Requieren algunos estudios o competencias académicas, con una experiencia menor de 1 año.
2. DOCENTE PROFESIONAL 3.- docentes de formación universitaria con grado de bachiller y licenciatura o su equivalente.

3. DOCENTE PROFESIONAL 2.- corresponde a profesionales con grado de magíster o titulados. Pueden ejercer cargos de gestión sin dejar la función docente.
4. DOCENTE PROFESIONAL 1.- corresponde a docentes con grado de doctor o su equivalencia. Pueden ejercer cargos de gestión manteniendo alguna carga docente.

GRUPO OCUPACIONAL ADMINISTRATIVO

Se han definido los siguientes niveles:

- a) NIVEL OPERATIVO.- relacionado con tareas de fácil realización y que provienen de ocupaciones prácticas que no requieren mayores estudios ni competencias académicas sino básicamente operacionales y manuales, como jardinería, conductores, gasfiteros, manuales, conserjes.
- b) NIVEL TECNICO.- relacionado con actividades técnico ocupacionales que proviene de estudios en escuelas técnicas o en niveles preliminares de estudios universitarios. Comprenden las ocupaciones secretariales, técnicos en general, auxiliares de oficina, etc.
- c) NIVEL ASISTENTE.- personas de formación universitaria por concluir o concluidas que actúan como asistentes de jefaturas directas. Sus denominaciones cargos son de asistentes y cumplen la función de asistir a los jefes. De acuerdo a la

importancia de la unidad o el nivel en que ha sido posicionada el asistente podrá ser considerado como personal de confianza.

- d) NIVEL PROFESIONAL – DE COORDINACIÓN.- corresponde a profesionales con grado de bachiller o titulados, que ejercen actividades propias de su profesión como administradores. Comprende este grupo a los Jefes y Coordinadores. Son personal con cargo de confianza.
- e) NIVEL EJECUTIVO.- corresponde a niveles de dirección y gerencias. Son los directores administrativos (que podrían ser del grupo ocupacional docente). Comprende a los Gerentes y asesores de alta dirección. Se les asignará el cargo de dirección.

3.4.2.6. PROPUESTA DE NIVELES SALARIALES

Nuestra organización propone un sistema salarial coherente que se sustenta en:

1. Piso salarial
2. Compensación por grupo ocupacional
3. Compensaciones por mérito
 - o Por productividad
 - o Por mérito académico
4. Compensaciones por cargo

3.4.2.7. EVALUACIÓN POR COMPETENCIAS

Considerando que hemos establecido en la organización dos (2) grandes grupos ocupacionales, docentes y administrativos, nuestra estrategia de evaluación por competencias estará en función de estos grupos y se dividirán en el análisis de las siguientes competencias:

- a) Las transversales o cardinales, relacionadas a los conocimientos habilidades y destrezas que debe reunir todo trabajador que se integre a la institución. Estas competencias también denominadas genéricas deben ser evaluadas en el proceso de selección de los candidatos.
- b) Las específicas, relacionados con las funciones que desempeña cada trabajador al interior de su grupo ocupacional.

VALORES PONDERADOS DE LA EVALUACIÓN

Como instrumento de gestión de Recursos Humanos, la evaluación del desempeño tendrá 3 referentes que deben ser considerados para determinar la renovación de un trabajador, entre los que destacamos:

1. La evaluación de desempeño.- Que permite conocer la percepción de los Jefes Directos sobre la performance del evaluado, dentro de criterios de objetividad, pertinencia y con un formato que consta de 3 partes:
 - Competencias centrales, genéricas o cardinales
 - Competencias específicas
 - Hoja resumen

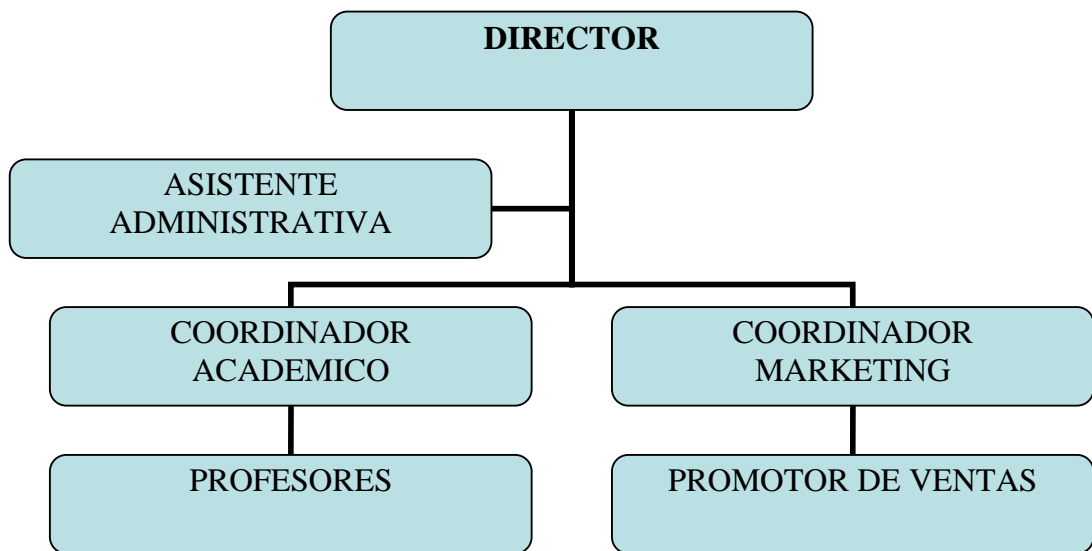
2. Evaluación del cliente externo.- en el caso de los docentes se considerará como variable de calificación la opinión de los alumnos que se plasma en los formatos de evaluación que se hacen a los instructores. En el caso de los administrativos se evaluará la existencia de quejas y reclamos asignándoles un factor de reducción a la evaluación de desempeño.
3. Asistencia a cursos de capacitación.- El último factor a evaluar estará condicionado por la importancia que el trabajador le asigne a la capacitación, estableciendo un número mínimo de horas que debe cumplir para obtener el puntaje ponderado establecido máximo.

3.4.2.8. ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCION

De acuerdo a la estructura propuesta la organización contaría con la siguiente estructura:

Gráfico 22

Organigrama Propuesto



Cuadro 23

CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

CARGO	Nº PLAZAS
Director	1
Asistente Administrativo	1
Coordinador Académico	1
Docentes	Por demanda del servicio
Coordinador de Marketing	1
Promotor de ventas	1

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2.9. FUNCIONES DEL PERSONAL

3.4.2.9.1. DIRECCIÓN

- 1.- Cargo: Director
- 2.- Ubicación orgánica Dirección

3.- Línea Jerárquica

Responde a las políticas emanadas del Promotor.

Asesoría Legal

Coordinador Marketing

Coordinador Académico

Promotor de ventas

Docentes

4.- Responsabilidad

Es el máximo nivel ejecutivo, siendo responsable de los aspectos académico, administrativo, legal y de ejecución de las acciones de formación y capacitación profesional y servicios técnicos.

5.- Funciones Básicas

- a) Planear, organizar, dirigir, ejecutar, coordinar, supervisar, controlar y evaluar los procesos técnico pedagógicos, administrativos y de servicios técnicos, de acuerdo al Sistema de Aseguramiento de la Calidad.

- b) Formular y proponer la política de Formación y Capacitación Profesional y Servicios, en concordancia con los lineamientos de política institucional.
- c) Formular los proyectos anuales de plan operativo y de presupuestos de ingresos y egresos, elevándolos al Consejo Directivo, para su aprobación respectiva.
- d) Controlar y cumplir dentro del ámbito zonal, el acatamiento de los dispositivos legales vigentes y de las normas y directivas.
- e) Ejercer la representación legal de la institución.
- f) Controlar el patrimonio de la institución en su zonal.
- g) Presentar al CD los informes de sus actividades que se le solicite.

6.- Funciones Específicas

De Formación y Capacitación Profesional y Servicios Técnicos

- a) Desarrollar y controlar los programas de Formación y Capacitación Profesional y Servicios Técnicos proponiendo modificaciones y/o innovaciones de las mismas.
- b) Conducir los procesos técnicos de admisión, inscripción, evaluación y certificación de los aprendices y participantes en los programas de su zonal.

- c) Cumplir y hacer cumplir las normas técnicas -pedagógicas, hojas de procedimientos, reglamentos y otros dispositivos vigentes en la Institución.
- d) Proponer planteamientos o iniciativas, para mejorar el funcionamiento de la zonal; así como los requerimientos de construcciones y equipamientos.
- e) Elaborar el Plan Operativo y presupuesto de su zonal.
- f) Divulgar los fines y objetivos; así como sobre los programas de formación y capacitación profesional y servicios técnicos

De Administración

- a) Dirigir y supervisar el desarrollo de las acciones administrativas: Caja, Presupuesto, Personal, Logística (Abastecimiento y Patrimonio), Promoción de Servicios, Asesoría Legal y Secretariales.
- b) Promover, apoyar y desarrollar programas de capacitación para el personal técnico y administrativo de su zonal.
- c) Contratar y remover a los trabajadores.
- d) Supervisar y evaluar al personal que tiene a su cargo.
- e) Propiciar y controlar el pago de las contribuciones de las empresas contribuyentes, manteniendo el control estadístico respectivo.

- f) Autorizar la adquisición de bienes (O/C) y servicios (O/S) que se efectúen y Unidades Operativas, de acuerdo a las directivas establecidas.
- g) Preparar bases, especificaciones técnicas para la adquisición de bienes y servicios.
- h) Cuando corresponda, convocar licitaciones públicas, concursos de precios y de méritos, y suscribir los correspondientes contratos para adquisiciones de bienes y servicios.
- i) Mantener un registro y control de los bienes patrimoniales.
- j) Disponer la realización de los inventarios físicos de bienes.
- k) Proponer altas, bajas y transferencias de bienes.
- l) Controlar el mantenimiento de los talleres, proveyendo los bienes y servicios necesarios.

Del Consejo Directivo

- a) Asistir a las sesiones del Consejo Directivo, para informar de su gestión, cumplir las instrucciones dictadas y prestar el asesoramiento que le soliciten.
- b) Atender las auditorias y exámenes especiales que realizan los auditores internos y externos, disponiendo y ejecutando las medidas correctivas sobre las observaciones planteadas.

- c) Participar. en eventos nacionales en representación de la institución.
- d) Preparar y remitir la información estadística solicitada.
- e) Otras actividades que le sean asignadas por el Consejo Directivo.

3.4.2.9.2. ASISTENTE ADMINISTRATIVO

1.- Cargo: Asistente Administrativo

2. - Ubicación Orgánica: Dirección

3.- Línea Jerárquica:
Depende del Director

4.- Responsabilidad
Es responsable de la ejecución de las acciones de apoyo administrativo en la Dirección

5.- Funciones Básicas
Organizar, ejecutar, coordinar y controlar las acciones administrativas de la Dirección

6.- Funciones Específicas
a) Recepcionar y registrar los documentos dirigidos al Director.

- b) Clasificar y remitir los documentos que despacha el Director a las diferentes áreas.
- c) Recepcionar llamadas telefónicas internas y externas.
- d) Registrar la programación de citas y entrevistas del Director.
- e) Llenar registros de los documentos de la Dirección.
- f) Organizar los archivos y archivar la documentación que corresponda.
- g) Atender las visitas.
- h) Preparar los antecedentes de la documentación que se presentan para la firma del Director.
- i) Localizar al personal cuando es requerido por el Director.
- j) Recopilar de la información necesaria para las reuniones del Consejo Directivo dos veces por mes.
- k) Preparar informes específicos cuando lo requiere el Director.
- l) Mantener permanentemente informado al Director sobre la agenda a cumplir.
- m) Coordinar con las áreas para llevar a efecto tareas específicas ordenadas por el Director.
- n) Ejecutar todas las tareas que le asigne el Director.

7.- REQUERIMIENTOS DEL CARGO:

- Educación superior.
- Experiencia comprobada de mínimo cinco (5) años como Asistente de Gerencia o Asistente Administrativo en empresas industriales o de servicios.

- Dominio de procesador de textos y hojas de cálculo.
- Dominio de software para uso de oficina.
- Dominio del idioma Inglés en forma escrita y hablada.
- Facilidad para interactuar a todo nivel.

3.4.2.9.3. COORDINADOR DE MARKETING

1.- Cargo: Coordinador de Marketing

2.- Ubicación Orgánica: Dirección

3.- Línea Jerárquica

Depende del Director

Supervisa directamente a:

- Promotores de ventas

4.- Responsabilidad

Es el profesional encargado de promocionar los programas de formación y capacitación profesional y servicios técnicos, a través de la conducción de actividades de difusión, atención y seguimiento del servicio brindado al cliente.

5.- Funciones Básicas

- a) Proponer políticas y estrategias de promoción de los servicios institucionales.
- b) Planear, organizar, dirigir, ejecutar, coordinar, supervisar, controlar y evaluar, las actividades de promoción, difusión, atención y seguimiento del servicio brindado al cliente, que

hayan sido autorizados por el Director y considerados en el Plan Operativo.

- c) Presentar al Director los informes de sus actividades.

6.- Funciones Específicas

- a) Programar, dirigir, coordinar y ejecutar la realización de certámenes oficiales y especiales con los sectores industriales propiciando la participación institucional en aquellas que estén relacionadas con sus funciones.
- b) Divulgar los fines y objetivos institucionales así como los programas de formación y capacitación profesional y servicios técnicos, que se ofrecen.
- c) Establecer contacto con los medios de difusión masiva para la difusión de favorables informaciones institucionales.
- d) Dirigir y orientar. la edición y publicación de revistas y boletines.
- e) Coordinar las acciones de promoción, difusión, atención y seguimiento del servicio brindado al cliente.
- f) Coordinar y efectuar estudios técnicos del mercado de los programas de formación y capacitación, asesoría y servicios que brinda la institución en el ámbito de su jurisdicción.
- g) Participar en eventos nacionales previa autorización del Director.

h) Realizar otras actividades que sean asignadas por el Director.

7.- REQUERIMIENTOS DEL CARGO:

- Educación superior nivel universitario, de preferencia Ingeniero Mecánico, Eléctrico o Industrial.
- Experiencia comprobada de mínimo 03 años en dirección técnica, o administrativa, en empresas industriales o de servicios.
- Formación complementaria en Gestión Empresarial y/o marketing. Conocimiento de sistemas de gestión ISO, mejor si ha participado en la implementación de un Sistema de Gestión.
- Capacidad de liderazgo, creativo y dinámico.
- Capacidad para planificar, organizar y obtener resultados.

3.4.2.9.4. PROMOTOR DE VENTAS

- 1.- Cargo: Promotor de ventas
- 2.- Ubicación Orgánica: Coordinador de marketing
- 3.- Línea Jerárquica
Depende del Coordinador de Marketing
- 4.- Responsabilidad
Es el encargado de promocionar y comercializar los programas de formación y capacitación profesional y servicios técnicos.
- 5.- Funciones Básicas
 - a) Promocionar los programas y servicios institucionales.
 - b) Tomar contacto con empresas para la venta de los servicios y programas
 - c) Desarrollar un intensivo plan de actividades promocionales, visitas a colegios, participación en ferias y evento al cual sea invitada la institución.
 - d) Presentar al Coordinador los informes de sus actividades.
- 6.- Funciones Específicas
 - a) Divulgar los programas de formación y capacitación profesional y servicios técnicos, que se ofrecen.
 - b) Establecer contacto con los medios de difusión masiva para la difusión de favorables informaciones institucionales.

- c) Participar en la elaboración de revistas y boletines.
- d) Intervenir en las acciones de promoción, difusión, atención y seguimiento del servicio brindado al cliente.
- e) Participar en los estudios técnicos del mercado de los programas de formación y capacitación, asesoría y servicios que brinda la institución.
- f) Participar en eventos nacionales.
- g) Realizar otras actividades que le sean asignadas.

7.- REQUERIMIENTOS DEL CARGO:

- Educación superior nivel no universitario, de preferencia administración.
- Experiencia comprobada de mínimo 03 años en venta de productos intangibles.
- Capacidad de liderazgo, creativo y dinámico.
- Capacidad para planificar, organizar y obtener resultados.

3.4.2.9.5. COORDINADOR ACADÉMICO

- 1.- Cargo: Coordinador Académico
- 2.- Ubicación Orgánica: Dirección
- 3.- Línea Jerárquica
Depende del Director
Supervisa directamente a:
- Instructores

4.- Responsabilidades

Es el responsable académico de la institución y conduce y desarrolla los aspectos técnicos, documentación técnica - académicos y de ejecución de las acciones de formación y capacitación profesional y servicios técnicos. Asimismo, de la aplicación de las directivas pertinentes, dentro lo establecido por el Consejo Directivo.

5.- Funciones Básicas

- a) Planear, organizar, coordinar, supervisar, controlar y evaluar la formación y capacitación profesional de los diferentes programas y servicios técnicos.
- b) Planear, organizar, dirigir, supervisar y evaluar las acciones técnico pedagógico, académico y administrativas de su competencia.

6.- Funciones Específicas

- a) Cumplir y hacer cumplir, los procesos técnico pedagógico, académico y procesos de servicios técnicos.
- b) Desarrollar y controlar los programas de formación y capacitación profesional, documentación, documentación técnica, asesoría y servicios, proponiendo innovaciones y /o modificaciones de las mismas.
- c) Elaborar y consolidar el Plan Operativo Anual y formular la evaluación correspondiente de las acciones de los

diferentes programas en relación a las reales necesidades de las empresas.

- d) Recomendar y disponer la ejecución de trabajos utilitarios, productivos, en el desarrollo de las prácticas de taller.
- e) Dirigir, coordinar y controlar la elaboración del Plan Anual de Necesidades de Materiales, equipos, máquinas, etc. para el cumplimiento de las metas.
- f) Proponer la contratación del personal técnico docente cuando sea requerido.
- g) Proponer al Director planteamientos o iniciativas, para mejorar el funcionamiento institucional, así como los requerimientos de documentación técnica, construcciones y equipamiento
- h) Desarrollar labores de Instructor.

- De Administración

- a) Evaluar el desarrollo laboral del personal subordinado, proponer promociones del mismo, así como mejoras económicas cuando lo ameritan..
- b) Efectuar reuniones de coordinación y de trabajo.
- c) Elaborar proyectos de cooperación técnica necesarias para mejorar el desarrollo de las acciones formativas.

- d) Promover y programar acciones de formación y perfeccionamiento del personal, a través de seminarios y otros eventos.
- e) Promover las acciones tendentes a establecer los sistemas de control de calidad en los programas de capacitación.
- f) Coordinar y supervisar los procesos de evaluación del desempeño de personal, del rendimiento de alumnos y participantes, así como los de certificación.
- g) Mantener una estrecha comunicación con las empresas y padres de familia en relación a actividades de los alumnos y participantes.

- De Aseguramiento de la Calidad,

- a) Cumplir y Hacer cumplir el sistema de aseguramiento de la calidad
- b) Participar activamente en la aplicación de acciones correctivas/preventivas necesarias para la plena implementación del sistema
- c) Establecer informes de sus centros de formación y enviarlos al Director.

- Otras

- a) Ejecutar acciones que procuren el desarrollo humano, a través de orientación profesional, tutoría, psicología, desarrollo físico y deportivo, desarrollo de habilidades artísticas y conocimientos culturales

- b) Participar en eventos previa autorización del Director.
- c) Realizar las demás funciones de capacitación que asigne la Dirección.

7.- REQUERIMIENTOS DEL CARGO:

- Profesional con educación superior de nivel universitario, de preferencia Ingeniero Mecánico o Industrial o Profesor de Educación Técnica de Nivel Superior.
- Experiencia comprobada de mínimo cinco 05 años en gestión técnica y administrativa en empresas industriales o de servicios.
- Experiencia en la gestión de centros de formación profesional. Conocimiento de sistemas de gestión ISO, mejor si ha participado en la implementación de un Sistema de Gestión
- Preferentemente con conocimientos del idioma Inglés.
- Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, creativo y dinámico Capacidad para planificar, organizar y obtener resultados.

3.4.2.9.6. DOCENTES

- 1.- Cargo: Docente
- 2.- Ubicación Orgánica: Coordinación académica
- 3.- Línea Jerárquica:
Depende del Coordinador Académico
Supervisa directamente a:
 - Alumnos y/o participantes
- 4.- Responsabilidad
 - a) Es responsable de la formación y/o capacitación profesional de alumnos y/o participantes que se le asigne, de acuerdo a su carga de instrucción, tanto dentro de la Institución como en las empresas
 - b) Es responsable de la aplicación de las normas de los procesos técnico pedagógicos de la Institución en la labor de formación y capacitación profesional.
 - c) Es responsable de la calidad y precisión de los trabajos de capacitación - producción efectuado dentro de los programas de formación - capacitación.
 - d) Es responsable de los bienes de activo fijo, bienes controlables y fungibles, tales como máquinas, equipos instrumentos, herramientas y materiales para la instrucción en el taller o aula que se le asigne.

5.- Funciones Básicas

Conducir los procesos de enseñanza- aprendizaje de aprendices, alumnos y/o participantes que se desarrollen en la Institución y/o en las empresas de conformidad con la planificación y al diseño de actividades.

6.- Funciones Específicas

De Formación y Capacitación Profesional

- a) Organizar, conducir, controlar, supervisar, ejecutar y evaluar las acciones de formación y capacitación que se le encomienda.
- b) Participar en tareas de estudio de necesidades de formación y/o capacitación, o de diseño curricular, cuando se le requiera.
- c) Plantear requerimientos en materiales y equipos técnicos necesarios para el desarrollo de sus funciones.
- d) Velar por que los alumnos y participantes cumplan con las normas internas establecidas.
- e) Controlar la asistencia, puntualidad y rendimiento de los alumnos y/o participantes, en forma permanente y periódica de acuerdo a las exigencias del Programa en que trabaja
- f) Elaborar los manuales y material didáctico que se requiera para desempeñar su labor.

- g) Establecer contacto con las empresas para obtener patrocinios y/o oportunidades de aprendizaje práctico.
- h) Supervisar, y evaluar a los aprendices que se encuentran haciendo aprendizaje práctico en las empresas (seguimiento) cuando corresponda a su carga de trabajo.

De Administración,

- a) Elaborar el cuadro de obtención de bienes de su especialidad y colaborar con la jefatura. de la unidad en la preparación del plan anual de adquisiciones y el plan operativo anual.
- b) Apoyar al área de abastecimiento de la sede de la zonal con la definición exacta de las especificaciones técnicas de los bienes a ser adquiridos.
- c) Administrar los libros de registro, actas de notas y en general toda la documentación de apoyo pedagógico manteniendo informado al jefe de la unidad.
- d) Efectuar si fuera el caso el control de pago de los alumnos.
- e) Ejercer el control sobre el uso de máquinas, equipos, instrumentos, herramientas y material utilizado por los participantes.
- f) Participar en la elaboración y velar por el mantenimiento preventivo y correctivo de máquinas y equipos.

Otros

- a) Desarrollar actividades de asistencia social con los alumnos y participantes cuando las circunstancias lo requieran.
- b) Tener un acercamiento dinámico con el alumno que permita lograr los objetivos de formación y capacitación.
- c) Dar cumplimiento al sistema de calidad en el área de su especialización.
- d) Colaborar en la aplicación de acciones correctivas y preventivas del sistema de aseguramiento de la calidad.
- e) Cumplir y hacer cumplir las normas relativas al Sistema de Aseguramiento de la calidad, que le compete.
- f) Realizar las funciones se le asigne.

7.- REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO:

- Educación superior tecnológica o de nivel universitario, de la especialidad que va a impartir.
- Experiencia comprobada de mínimo 03 años en actividad industrial o de servicios en la especialidad.
- Experiencia en formación profesional.
- Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, creativo y dinámico.

3.5. ASPECTOS TECNICOS Y DE INFRAESTRUCTURA

3.5.1.PLAN OPERATIVO

El Programa de formación Profesional de Administración de Empresas es un programa que dura 6 semestres académicos, cada uno de 540 horas, la elaboración del Plan Operativo que es la base para la planificación financiera ha tenido en cuenta lo siguiente:

Escenario pesimista: Sólo el 1er Turno, 7:30am a 12:30pm , 40 ingresantes

Escenario Moderado: Dos Turnos: de 7:30am a 12:30pm y de 5:30 a 10:00 pm., 40 ingresantes por turno

Escenario Optimista: Tres Turnos: 7:30am a 12:30pm, de 12:30 a 5:00 y de 5:30 a 10:00 pm, 40 ingresantes en el 1er y 3er turno y sólo 30 ingresantes en el 2do turno.

Para el caso del segundo turno, de 12:30 a 17:00 horas siempre se proyecta tener menos participantes debido a que es un horario que tiene menor preferencia por parte de los jóvenes ya que en muchos casos los jóvenes ya están laborando.

3.5.2.PLAN OPERATIVO OPTIMISTA

El Plan Operativo Optimista considera tres turnos, el primero tendrá una participación de 40 participantes a partir del primer semestre de operaciones, los cuales se mantienen durante todos los semestres para el primer turno, el segundo turno empieza desde el segundo semestre y el tercer turno (medio día) a partir del tercer trimestre, los tres turnos con un promedio de 40 participantes, los avances de los turnos se dan cosechando las ventajas de un mejor posicionamiento, con lo cual se estabiliza el flujo financiero y se alcanza un aproximado de 500 alumnos los cuales requieren un funcionamiento máximo de 7 aulas en tres turnos.

Cuadro 24

PLAN OPERATIVO OPTIMISTA

CONCEPTO	SEM1	SEM2	SEM3	SEM4	SEM5	SEM6	SEM7	SEM8	SEM9	SEM10
Ingresantes 1er Turno	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Estudiantes sem anterior		40	78	114	148	181	212	211	211	210
Egresados							30	30	30	30
Deserciones 5%		2	4	6	7	9	11	11	11	11
Total Alumnos	40	78	114	148	181	212	211	211	210	210
Total Horas Docente	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
Total Aulas 1er Turno	1	2	3	5	6	7	7	7	7	7
Ingresantes 2do Turno		0	30	30	30	30	30	30	30	30
Estudiantes sem anterior		0	0	30	59	86	111	106	100	95
Egresados							30	30	30	30
Deserciones 5%		0	0	2	3	4	6	5	5	5
Total Alumnos	0	0	30	59	86	111	106	100	95	91
Total Horas Docente		0	540	540	540	540	540	540	540	540
Total Aulas 2do Turno	0	0	1	1	2	3	3	3	2	2
Ingresantes 3er Turno		40	40	40	40	40	40	40	40	40
Estudiantes sem anterior		0	40	78	114	148	181	182	183	184
Egresados							30	30	30	30
Deserciones 5%		0	2	4	6	7	9	9	9	9
Total Alumnos	0	40	78	114	148	181	182	183	184	185
Total Horas Docente		540	540	540	540	540	540	540	540	540
Total Aulas 3er Turno	0	1	2	3	4	5	5	5	5	5
Total de alumnos	40	118	222	321	415	504	499	494	489	485
Total Horas Docente	540	1080	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620

Fuente: Elaboración Propia

3.5.3. PLANIFICACION OPERATIVA MODERADA

El Plan Operativo Moderado considera tener dos turnos con una participación cada uno de 40 participantes a partir del primer semestre de operaciones, los cuales se mantienen durante todos los semestres para el primer turno, el segundo turno es el de la noche y empieza desde el segundo semestre.

Cuadro 25

PLAN OPERATIVO MODERADO

CONCEPTO	SEM0	SEM1	SEM2	SEM3	SEM4	SEM5	SEM6	SEM7	SEM8	SEM9	SEM10
Ingresantes 1er Turno		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Estudiantes sem anterior			40	78	114	148	181	212	211	211	210
Egresados								30	30	30	30
Deserciones 5%			2	4	6	7	9	11	11	11	11
Total Alumnos		40	78	114	148	181	212	211	211	210	210
Total Horas Docente		540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
Total Aulas 1er Turno		1	2	3	5	6	7	7	7	7	7
Ingresantes 3er Turno			40	40	40	40	40	40	40	40	40
Estudiantes sem anterior			0	40	78	114	148	181	182	183	184
Egresados								30	30	30	30
Deserciones 5%			0	2	4	6	7	9	9	9	9
Total Alumnos		0	40	78	114	148	181	182	183	184	185
Total Horas Docente			540	540	540	540	540	540	540	540	540
Total Aulas 3er Turno		0	1	2	3	4	5	5	5	5	5
Total de alumnos		40	118	192	262	329	393	363	335	308	283
Total Horas Docente		540	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080

Fuente: Elaboración Propia

3.5.4. PLANIFICACION OPERATIVA PESIMISTA

El Plan Operativo Moderado considera tener sólo el primer turno con 40 participantes a partir del primer semestre de operaciones, los cuales se mantienen durante todos los semestres para el primer turno, el segundo turno empieza desde el segundo semestre.

Cuadro 26

PLAN OPERATIVO PESIMISTA

CONCEPTO	SEM0	SEM1	SEM2	SEM3	SEM4	SEM5	SEM6	SEM7	SEM8	SEM9	SEM10
Ingresantes 1er Turno		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Estudiantes sem anterior			40	78	114	148	181	212	211	211	210
Egresados								30	30	30	30
Deserciones 5%			2	4	6	7	9	11	11	11	11
Total Alumnos		40	78	114	148	181	212	211	211	210	210
Total Horas Docente		540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
Total Aulas 1er Turno		1	2	3	5	6	7	7	7	7	7

Fuente: Elaboración Propia

También se han calculado las deserciones en un porcentaje promedio de 5% semestral, cifra que se calcula en base de otras experiencias similares, producidas en muchos casos por problemas familiares o económicos que atraviesan los estudiantes o sus respectivas familias.

Seguidamente se presenta un cuadro que calcula la cantidad de deserciones y los saldos de alumnos que quedan por semestre por cada grupo de ingresantes, sea de 40 ó 60 alumnos, de esta forma vemos que de los primeros 40 ingresantes que tuvo el IST sólo egresan 31

Con este porcentaje tenemos que para el caso de semestres con 40 ingresantes, tenemos que al final egresan sólo 40 y la deserción es de 10

alumnos, en el caso de los semestres con 60 ingresantes, vemos que egresan 46 y su deserción alcanza a los 14 participantes.

Cuadro No 27
Deserciones por Semestre

Deserciones	Con 40 Ingresantes		Con 60 Ingresantes	
	Saldo de Alumnos	Deserciones	Saldo de Alumnos	Deserciones
SEMESTRE 1	40	2	60	3
SEMESTRE 2	38	2	57	3
SEMESTRE 3	36	2	54	3
SEMESTRE 4	34	2	51	3
SEMESTRE 5	32	2	48	2
SEMESTRE 6	30		46	
TOTAL		10		14

Fuente: Elaboración Propia

3.5.5.REQUERIMIENTOS PARA FUNCIONAMIENTO

Para atender el programa de enseñanza planteado se requieren contar con los siguientes ambientes:

07 aulas de enseñanza de 50 metros cuadrados

02 laboratorios de informática

01 sala de profesores

03 oficinas administrativas

02 baterías de servicios higiénicos, tanto para damas como para caballeros

01 cafetín o comedor pequeño

01 ambiente para atención a clientes

3.5.6.CAPACIDAD INSTALADA NECESARIA

El equipamiento tiene que servir para albergar a 40 personas por aula por turno y 20 jóvenes por turno en los laboratorios de informática.

Las aulas serán conformadas como aulas tecnológicas ya que contarán con equipos de proyección multimedia, ecran y computadora para el profesor. Por lo tanto se requieren la siguiente cantidad de equipos:

10 PC para uso de los docentes

05 PC para uso de personal administrativo

42 PC para los 2 laboratorios, cada uno de 20 participantes + 02 instructores

12 proyectores Multimedia

12 ecran

Además se hará necesario implementar bancas en el patio del primer piso, para el descanso de los alumnos, ya que la población se incrementará gradualmente.

El personal de instructores será contratado en forma gradual de acuerdo al número de alumnos que inicien los programas

3.6. PLAN DE MARKETING

3.6.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Nuestra institución se propone desarrollar la carrera de Administración de Empresas, con un modelo novedoso que responde a las exigencias de un mercado altamente competitivo.

3.6.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

- Posicionar la Institución como la nueva alternativa en Formación Profesional en Administración que brinda alta calidad académica, infraestructura y equipamiento adecuado que responde a las necesidades de los alumnos y padres de familia.
- Iniciar la carrera de Administración de Empresas con 80 participantes
- Crecer progresivamente incrementando su participación en el mercado.

Promesas al consumidor

Nuestro producto tiene como ventajas comparativas las siguientes:

- Un precio atractivo en el mercado
- Un equipo de profesionales altamente calificados
- Una infraestructura moderna
- Un equipamiento de primera línea

- Buena localización y fácil acceso.
- Una estructura liviana que permitirá atenderlos de manera personalizada.

3.6.3.FODA

3.6.3.1. FORTALEZAS

- Promotores con visión empresarial
- Docentes con alto nivel académico
- Local bien ubicado en Lima metropolitana.
- Estrecha relación con la industria y otros sectores productivos.
- Estructura curricular incorpora la necesidad de atender a sectores con mayor dinamismo.
- Se han desarrolla los perfiles y diseños curriculares de acuerdo a las necesidades de las empresas.

3.6.3.2. OPORTUNIDADES

- Mayor demanda de formación profesional en capacitación por acuerdos comerciales.
- Con la firma del TLC las empresas exportadoras demandarán mayor personal calificado.
- El mercado exigirá nuevas especialidades a los administradores
- Incursionar en nuevos cursos en función de avance tecnológico.
- Incremento del sector manufacturero como consecuencia de los convenios de comercio exterior.

- La tecnología disponible para adecuar la formación profesional y combinar la formación presencial con la no presencial.

3.6.3.3. DEBILIDADES

- Institución nueva no tiene posicionamiento
- Se requiere de un gran esfuerzo en marketing para ganar una imagen en el mercado educativo
- El inicio a veces demora hasta poner los procesos y procedimientos a punto

3.6.3.4. AMENAZAS

- Existe mucha competencia por la provisión de servicios similares pero de menor calidad y precio.
- Aparición de instituciones con mayores recursos económicos.
- Creación de nuevos centros de formación profesional privada.
- Cambios en la legislación educativa y laboral en el país.
- Empresas toman menos practicantes debido al nuevo marco legal laboral.
- Falta de estabilidad jurídica y política.

3.6.4. ESTRATEGIA PUBLICITARIA

PÚBLICO OBJETIVO

- Primario: Hombres y mujeres de nivel socioeconómico C y B entre las edades de 16 y 25 años aprox. (jóvenes- estudiantes)
- Secundario: Hombres y mujeres de nivel socioeconómico C y B entre las edades de 40 y 55 años aprox. (padres de familia).

Posicionamiento a lograr

- Se buscará posicionar a la institución como un instituto de enseñanza de administración que forma verdaderos líderes de acuerdo a los más altos estándares de calidad de enseñanza. Una sede de alta tecnología e infraestructura donde el alumno desarrolla todas sus habilidades y se convierte en todo un “experto” logrando reconocimiento y valoración dentro del mercado laboral.

Concepto Central Creativo

- Transmitir al público que se ofrece la carrera de administración de empresas con una excelente calidad de enseñanza e infraestructura. Reflejar en la publicidad una imagen de alta

tecnología, futurismo, inventiva, creatividad con amplia participación de los alumnos

Beneficio básico al alumno (racional)

- Al estudiar administración de empresas obtienes la mejor instrucción, la mejor tecnología y la mejor infraestructura dentro de un ambiente ideal para el desarrollo de tu creatividad.

Sustento del beneficio

- Se cuenta con excelente plana de profesores, una currícula académica muy bien diseñada de acuerdo a los requerimientos del mercado laboral, tecnología de punta e infraestructura adecuada para el desarrollo de clases.

Promesa básica al alumno (emocional)

- El ser estudiante nuestro te otorga reconocimiento, prestigio y valoración como profesional. Te abre las puertas para un buen trabajo y te prepara para ser un excelente profesional.

3.6.5. ESTRATEGIA DE PROMOCION

Con el fin de competir de igual a igual con los líderes de la categoría y obtener resultados inmediatos en matriculas para las carreras y cursos se recomienda realizar el siguiente, plan de actividades de marketing .

Brochure y folletería.-

Al igual que todos los Institutos de la competencia, presentar la información de las carreras y cursos en formato brochure (A-4) full color bond 90 gramos alisado con diseño moderno que transmita tecnología, futurismo y grafique logros y superación de los alumnos.

Este material será entregado por señoritas de informes en el hall de entrada del local. Y también servirá como herramienta de informes y motivación en promotorías. Es material básico, elemental y se deberá considerar un brochure por cada carrera y otro tipo folleto díptico en medida A-4 exclusivamente de cursos cortos.

Volantes.-

Con el fin de informar al público de la inauguración del local así como de las carreras y cursos que imparte, se recomienda diseñar e imprimir volantes tipo mosquito (1/4 de A4) a repartir entre el público de las calles aledañas y en la puerta del propio local por jaladoras - volanteras.

Actividad (BTL).-

Jaladores volanderos, no se trata de los tradicionales jaladores que todos conocemos, se recomienda utilizar moderna y creativamente a señoritas y jóvenes para la motivación y reparto de volantes. Jóvenes uniformados con un polo luciendo el logotipo de la institución. Se utilizará dos equipos uno en las inmediaciones del local repartiendo volantes y dando

información a los transeúntes y otro paseando en bicicleta portando cartelón que informe del nuevo local y las carreras que se imparten.

Gigantografías.-

Se utilizaran Gigantografías a ser colocadas en la puerta del local a manera de detallar información de las carreras, indicar la puerta de ingreso a informes y como apoyo a las señoritas volanteras.

Promotoria.-

Actividad a realizar con el fin de captar matriculas para las carreras y cursos que ofrecemos. Consiste en el uso de promotores que visitaran colegios, instituciones, centros laborales, academias pre-universitarias, etc. Informando, motivando y captando matriculas para las carreras y cursos procuraran levantar convenios con instituciones para capacitación de personal administrativo al tiempo de levantar información (data) de gente interesada que alimente al call center y a la central de matrículas. Este equipo participara en ferias vocacionales, visitara a colegios en fechas clave y motivara a la matricula ofertando ganchos como: medias becas, exoneraciones o cualquier otra promoción que decida la dirección. Así mismo y de acuerdo a la ocasión y lugar, entregaran material promocional (merchandising) del tipo: cuadernos, lapiceros, brochures, otros. Estos promotores funcionaran como vendedores y relacionistas públicos durante todo el año e incrementaran su labor en fechas claves. Promoverán

matrículas para cursos libres y durante fechas idóneas matrículas para las carreras profesionales.

Call Center.-

Se encargará de realizar llamadas a los interesados e invitarlos a charlas informativas motivacionales. Canalizaran los datos que proporcionen los promotores en sus visitas y se dedicaran a llamar y ofrecer los cursos por teléfono pudiendo propiciar matrículas para las diferentes carreras y cursos que ofrecemos.

Merchandising.-

Con el fin de crear imagen, informar y mantenernos en el recuerdo de la gente interesada, se recomienda utilizar material merchandising a ser entregado por los promotores en lugares y situaciones especiales. Ejemplo: para visitas a colegios y ferias vocacionales (cuadernos con logo en la carátula informando las carreras y cursos), para centros laborales, instituciones, gente interesada en cursos libres (lapiceros con logo y frase también es computación, dirección y teléfono).

Charlas informativas – motivacionales.-

Para los meses de matrícula para las carreras profesionales, se recomienda organizar un ciclo de charlas informativas motivacionales dirigidas a padres y alumnos interesados provenientes de colegios visitados por los promotores. Los asistentes serán invitados por la

operadora del Call Center asegurando su asistencia para una de las fechas de las charlas.

La Charla se realizara en la sala de conferencias en donde los asistentes serán recibidos y ubicados por anfitrionas, recibirán una bolsa con logotipo conteniendo material promocional de las carreras (brochures), algún boletín institucional y material de merchandising (lapicero, cuaderno).

La charla iniciara con la intervención de un animador – motivador que “caliente” el ambiente a través de una breve conferencia sobre la necesidad de profesionales técnicos su campo laboral, etc. Concluida la intervención del animador, participará el Director dando la bienvenida e informando sobre la Institución a los concurrentes, seguidamente el Director Académico informara sobre las carreras y cursos que ofrece así como las ventajas, infraestructura, tecnología, facilidades, etc. Finalmente se invitara a los asistentes a escuchar una charla mas intima por profesores representativos de cada especialidad quienes les resolverán preguntas y tomaran sus datos para reserva de matrículas de ser al caso. Durante este momento las anfitrionas pasaran galletitas y gaseosas a los invitados.

Herramientas de comunicación y marketing a utilizar.

- Comercial de Tv 30 segundos en noticieros matutinos.
- Mención en radio de 10 segundos (patrocinando la hora)
- Spot de radio 20 segundos en horario rotativo dentro de bloque horario de interes.
- Aviso de prensa nombrando cursos y carreras
- Desarrollo de brouchure de carreras y folleto de cursos
- Volantes mosquito
- Gigantografías
- Promotoría en colegios, Centros pre-universitarios, instituciones públicas y privadas.
- Participación en ferias vocacionales.
- Charlas motivacionales.
- Seguimiento, venta de cursos y convocatoria a charlas vía call center
- Volante web y banner web conectado a página web institucional. (ofreciendo gancho)
- Souvenirs promocionales: cuadernos con logotipo, carreras y cursos. Lapiceros y reglas.
- Jaladores volanderos en calle (BTL)
- Marketing interno entre los alumnos para captar nuevos alumnos por referidos (ofrecimiento de premio).

3.6.6.ANALISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Grupo IDAT

Precio de carreras técnicas:

Matricula: 50 nuevos soles

Mensualidad: 350 nuevos soles

Seguro Estudiantil: 30 nuevos soles (cada 6 meses)

Precio cursos libres

Cursos libres: 150 nuevos soles.

SISE Instituto de Educación Superior

Precio carrera profesional:

Matricula: 60 nuevos soles.

Pensión: 290 nuevos soles.

Precio Carreras técnicas:

Matricula: 70 nuevos soles

Pensión: 149 nuevos soles.

GRUPO CIMAS

Precio Carrera profesional

Matricula: 50 nuevos soles.

Pensión: 215 nuevos soles.

GRUPO Norbert Wiener

Precio de Carreras Técnicas:

Matricula: 50 nuevos soles.

Pensión: 242 nuevos soles.

IST. Federico Villarreal

Precio de Carrera Profesional:

Matricula: 50 nuevos soles

Pensión: 150 nuevos soles

3.7. ASPECTOS FINANCIEROS

3.7.1.DATOS Y SUPUESTOS UTILIZADOS

En este cuadro se han planteado todos los supuestos en los cuales se basa el calculo de los flujos de egresos, ingresos así como los flujos de caja para los tres escenarios de esta forma apreciamos que tenemos ingresantes tanto en el primer turno como en el tercer turno, que tenemos dictado de clases de 22 semanas por semestre, con un promedio de 5 horas diarias. También se expresan los costos unitarios de los equipos requeridos.

Cuadro No 28
Datos usados para el Análisis Económico Financiero

CONCEPTO	Cantidad
Alumnos por aula	40
Ingresantes primer y tercer turno	40
Pago mensual	180
Semanas por semestre	22
Costo de PCs	3300
Costo de Impresoras	500
Total PCs en laboratorios	40
Total Impresoras	10
Número de horas por semestre	540
Costo por hora docente	15
Costo por hora docente con beneficios sociales	16.35
Maquinarias + Implementos	140700
Años depreciación	5
Depreciación anual Maquinaria + Implementos	28140
Depreciación mensual Maquinaria + Implementos	2345
Valor Depreciado	140700
Gastos de Instalación	6000
Amortización anual de Intangibles	1200
Amortización mensual de Intangibles	100
Tasa de COK	0.12
TEA	0.12

Fuente: Elaboración Propia

3.7.2. CUADRO DE PAGO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Para calcular el costo anual del personal administrativo se ha tenido en consideración los pagos mensuales, las gratificaciones de julio y diciembre, los pagos por Compensación por Tiempos de Servicios, las vacaciones trucas y los pagos a las AFP.

Cuadro No 29

Cuadro de pagos al Personal Administrativo

Nº	CODIGO	HABER BASICO	SUBTOTAL MENSUAL1	APORTACION PATRONAL 9%	TOTAL MENSUAL	GRATIFICACION	APORTACION PATRONAL POR GRATIF.9%	CTS	TOTAL ENE-DIC
1	Coord. Académico	1,500.00	1,500.00	135.00	1,635.00	1,500.00	135.00	875.00	S/24,640.00
2	Coord. Marketing	1,500.00	1,500.00	135.00	1,635.00	1,500.00	135.00	875.00	S/24,640.00
3	Promotor de Ventas	800.00	800.00	72.00	872.00	800.00	72.00	466.67	S/13,141.33
4	Director	3,000.00	3,000.00	270.00	3,270.00	3,000.00	270.00	1,750.00	S/49,280.00
	SUB-TOTAL	6,800.00	S/6,800.00	S/612.00	S/7,412.00	S/6,800.00	S/612.00	S/3,966.67	S/111,701.33

Fuente: Elaboración Propia

3.7.3. CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS POR SEMESTRE

En este cuadro podemos apreciar la proyección de egresos en los primeros 10 semestres, tiempo en el cual se estabilizan los ingresos y egresos del negocio, en este cuadro se han considerado el costos de horas docente por semestre por grupo de alumnos, y los costos de adquisición de carpetas, computadoras e impresoras necesarias, los útiles

de oficina, el personal de vigilancia y limpieza, el costo de los servicios de luz, agua y teléfonos y los gastos de publicidad.

Cuadro No 30

Principales Ingresos y egresos Escenario Moderado

CONCEPTO	SEM1	SEM2	SEM3	SEM4	SEM5	SEM6	SEM7	SEM8	SEM9	SEM10
Ingresos mes	7200	21240	34578	47249	59287	70722	65386	60317	55501	50926
Ingresos semestre	36000	106200	172890	236246	296433	353612	326931	301584	277505	254630
Costo total en hor/sem con BBSS	8100	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200
Total Carpetas	40	40	40	40	40	40				
Costo Carpetas	1400	1400	1400	1400	1400	1400				
Costo Equipos de Computo	137,000									
Costo de Alquiler mensual	2310									
Costo de Alquiler semestral	13860	13860	13860	13860	13860	13860	13860	13860	13860	13860
Costo de Útiles de Oficina mes	500									
Costo de Útiles de Oficina semestral	1000	1500	2000	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Personal de Vigilancia (costo mensual)	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
Número de Vigilantes	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2
Costo del Personal de Vigilancia x semestre	4500	4500	13500	13500	13500	13500	13500	13500	9000	9000
Personal de limpieza (costo mensual)	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Número de personas	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2
Costo del Personal de limpieza x semestre	2700	2700	5400	5400	8100	8100	8100	8100	5400	5400
Servicios (luz, agua, teléfono) mes	700	700	700	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Servicios (luz, agua, teléfono) semestre	4200	4200	4200	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Plan de Lanzamiento Institucional	53752									
Gastos de Publicidad y Marketing semestre		21000	21000	21000	21000	21000	21000	21000	21000	21000

Fuente: Elaboración Propia

3.7.4.FLUJO ECONOMICO ESCENARIO MODERADO

En el flujo de caja del escenario moderado, calculado con 10 años de horizonte económico, vemos que se obtiene una Tasa Interna de Retorno Económica de 104.10% y un Valor Actual Neto Económico de 3'539,057 nuevos soles. Lo cual expresa que cuando la institución opera con dos turno por día tiene una buena rentabilidad la inversión, asimismo al

respecto el Valor Actual Neto Financiero es de 3'503,443 ya que cubre el pago del financiamiento con el Interés respectivo.

Cuadro No 31 Flujo de Caja Escenario Moderado

PROYECTO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO											
1. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO NUEVOS SOLES (ESCENARIO MODERADO)											
Ingresos	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos gravables		142,200	409,136	650,045	628,515	603,169	603,169	603,169	603,169	603,169	603,169
Derechos de enseñanza		142,200	409,136	650,045	628,515	603,169	603,169	603,169	603,169	603,169	603,169
2. Egresos deducibles		178,112	176,660	178,960	176,160	176,160	176,160	176,160	176,160	176,160	176,160
Gastos Administrativos		24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640
Gastos de Personal		38,700	64,800	64,800	64,800	64,800	64,800	64,800	64,800	64,800	64,800
Gastos Operativos		40,020	45,220	47,520	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720
Gastos de Publicidad y Marketing		74,752	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
3. Ing. netos gravables (1 - 2)		-35912	232476	471085	452355	427009	427009	427009	427009	427009	427009
Impuestos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Utilidad después de imp.		-35912	232476	471085	452355	427009	427009	427009	427009	427009	427009
Equipos de cómputos	-137,000										
Gastos de Instalación	-6,000										
Capital de trabajo				0	0						
5. Flujo de caja económico	-143,000	-35,912	232,476	471,085	452,355	427,009	427,009	427,009	427,009	427,009	427,009
5. Flujo de caja económico acum.	-143,000	178,912	53,564	524,648	977,004	1,404,013	1,831,021	2,258,030	2,685,039	3,112,048	3,539,057
TIR ECONOMICA	104.10%										
VAN ECONOMICO	3,539,057										
2. FLUJO DE CAJA DEL FINANCIAMIENTO NETO NUEVOS SOLES											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Saldo	143000	100622	53159	0							
Cuota principal		-42378	-47463	-53159							
Cuota interés		-17160	-12075	-6379							
Financiamiento neto	143000	-59538	-59538	-59538							
3. FLUJO DE CAJA FINANCIERO NUEVOS SOLES											
Flujo de caja económico	-143,000	-35,912	232,476	471,085	452,355	427,009	427,009	427,009	427,009	427,009	427,009
Flujo de caja del financiamiento neto	143000	-59538	-59538	-59538	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de caja financiero	0	-95450	172938	411547	452355	427009	427009	427009	427009	427009	427009
VAN FINANCIERO	3,503,443										

Fuente: Elaboración Propia

3.7.5.FLUJO ECONOMICO ESCENARIO PESIMISTA

En el flujo de caja del escenario pesimista, calculado con 10 años de horizonte económico, vemos que se obtiene una Tasa Interna de Retorno

Económica de 55.18% y un Valor Actual Neto Económico de 1'596,237 nuevos soles. En este flujo con un expresa aún operando con un solo turno la inversión es rentable, asimismo al respecto el Valor Actual Neto Financiero es de 1'560,623 ya que cubre el pago del financiamiento con el Interés respectivo.

Cuadro No 32 Flujo de Caja Escenario Pesimista

PROYECTO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO											
1. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO NUEVOS SOLES (HORIZONTE PESIMISTA)											
Ingresos	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos gravables		106200	236246	353612	379884	379375	379375	379375	379375	379375	379375
Derechos de enseñanza		106,200	236,246	353,612	379,884	379,375	379,375	379,375	379,375	379,375	379,375
2. Egresos deducibles		170012	160460	162760	159960	159960	159960	159960	159960	159960	159960
Gastos Administrativos		24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640
Gastos de Personal		30,600	48,600	48,600	48,600	48,600	48,600	48,600	48,600	48,600	48,600
Gastos Operativos		40,020	45,220	47,520	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720
Gastos de Publicidad y Marketing		74,752	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
3. Ing. netos gravables (1 - 2)		-63812	75786	190852	219924	219415	219415	219415	219415	219415	219415
Impuestos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Utilidad después de imp.		-63812	75785.5	190852	219924	219415	219415	219415	219415	219415	219415
Equipos de computos	-137,000										
Gastos de Instalación	-6,000										
Capital de trabajo				0	0						
5. Flujo de caja económico	-143000	-63812	75786	190852	219924	219415	219415	219415	219415	219415	219415
5. Flujo de caja económico acum.	-143000	206812	131027	59825	279750	499164	718579	937993	1157408	1376822	1596237
TIR ECONOMICA	55.18%										
VAN ECONOMICO	1,596,237										
2. FLUJO DE CAJA DEL FINANCIAMIENTO NETO NUEVOS SOLES											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Saldo	143000	100622	53159	0							
Cuota principal		-42378	-47463	-53159							
Cuota interés		-17160	-12075	-6379							
Financiamiento neto	143000	-59538	-59538	-59538							
3. FLUJO DE CAJA FINANCIERO NUEVOS SOLES											
Flujo de caja económico	-143,000	-63,812	75,786	190,852	219,924	219,415	219,415	219,415	219,415	219,415	219,415
Flujo de caja del financiamiento neto	143000	-59538	-59538	-59538	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de caja financiero	0	123350	16248	131314	219924	219415	219415	219415	219415	219415	219415
VAN FINANCIERO	1,560,623										

Fuente: Elaboración Propia

3.7.6.FLUJO ECONOMICO ESCENARIO OPTIMISTA

En el flujo de caja del escenario optimista, calculado con 10 años de horizonte económico, vemos que se obtiene una Tasa Interna de Retorno Económica de 126.80% y un Valor Actual Neto Económico de 5'631,904

nuevos soles. En este flujo con un expresa operando tres turno diarios tiene una altísima rentabilidad, asimismo al respecto el Valor Actual Neto Financiero es de 5'596,291 ya que cubre el pago del financiamiento con el Interés respectivo.

Cuadro No 33 Flujo de Caja Escenario Optimista

PROYECTO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO											
1. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO NUEVOS SOLES (ESCENARIO OPTIMISTA)											
Ingresos	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos gravables		142200	488786	827229	893724	889270	889270	889270	889270	889270	889270
Derechos de enseñanza		142,200	488,786	827,229	893,724	889,270	889,270	889,270	889,270	889,270	889,270
2. Egresos deducibles		178112	192860	195160	192360	192360	192360	192360	192360	192360	192360
Gastos Administrativos		24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640	24,640
Gastos de Personal		38,700	81,000	81,000	81,000	81,000	81,000	81,000	81,000	81,000	81,000
Gastos Operativos		40,020	45,220	47,520	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720	44,720
Gastos de Publicidad y Marketing		74,752	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
3. Ing. netos gravables (1 - 2)		-35912	295926	632069	701364	696910	696910	696910	696910	696910	696910
Impuestos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Utilidad después de imp.		-35912	295926	632069	701364	696910	696910	696910	696910	696910	696910
Equipos de computos	-137,000										
Gastos de Instalación	-6,000										
Capital de trabajo				0	0						
5. Flujo de caja económico	-143000	-35912	295926	632069	701364	696910	696910	696910	696910	696910	696910
5. Flujo de caja económico acum.	-143000	178912	117014	749082	1450447	2147356	2844266	3541175	4238085	4934995	5631904
TIR ECONOMICA	126.80%										
VAN ECONOMICO	5,631,904										
2. FLUJO DE CAJA DEL FINANCIAMIENTO NETO NUEVOS SOLES											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Saldo	143000	100622	53159	0							
Cuota principal		-42378	-47463	-53159							
Cuota interés		-17160	-12075	-6379							
Financiamiento neto	143000	-59538	-59538	-59538							
3. FLUJO DE CAJA FINANCIERO NUEVOS SOLES											
Flujo de caja económico	-143,000	-35,912	295,926	632,069	701,364	696,910	696,910	696,910	696,910	696,910	696,910
Flujo de caja del financiamiento neto	143000	-59538	-59538	-59538	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de caja financiero	0	-95450	236388	572531	701364	696910	696910	696910	696910	696910	696910
VAN FINANCIERO	5,596,291										

Fuente: Elaboración Propia

4. CONCLUSIONES

En el presente proyecto se ha evaluado que es factible la conformación de la Carrera e Administración de Empresas en un Instituto Superior Tecnológico, al gozar de una rentabilidad razonable demostrada por sus índices de VAN y TIR en los escenarios tanto pesimista como moderado y optimista.

La demanda esta justificada tanto por las expectativas de estudio de los jóvenes limeños entre los 15 y 18 años de los niveles socioeconómicos A, B y C de Lima Metropolitana como también por la demanda laboral de profesionales de mando medio por parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios. Son los jóvenes del segmento C los que tienen mayor motivación para postular a un IST mientras que los jóvenes de los segmentos B y A tienen una preferencia más moderada.

Entre las razones para preferir un Instituto Superior Tecnológico tenemos que aproximadamente la mitad de los entrevistados que prefieren estudiar en un IST lo hacen por la corta duración de los estudios, ya que al contar con carreras de 4 y 6 semestres, los jóvenes ven que es una opción más rápida para integrarse al mercado laboral. El precio de la mensualidad y las facilidades que existen para ingresar son argumentos claves por la preferencia, por otro lado la expectativa de conseguir empleo y la imagen de buena enseñanza son también considerados importantes para la decisión.

En general del conjunto de los jóvenes entrevistados en los diferentes niveles socioeconómicos entre las carreras de mayor preferencia está la carrera de Administración. Los jóvenes perciben que la carrera de Administración es una de las que les permitirá trabajar más rápido, de manera que cuando terminen de estudiar podrán conseguir trabajo más fácilmente y con ello generar ingresos para ellos y sus familias.

Los Jóvenes se sienten motivados por carreras profesionales que les permitan trabajar de manera independiente como su estilo actual de vida, los jóvenes se sienten muy libres para manejar sus tiempos y sus espacios de vida, conservando niveles de autonomía propios de espacios de con mayores grados de libertad, por ello es que ven con bastante agrado carreras que les va a permitir trabajos de tipo independiente, por ello prefieren en primer lugar la carrera de Administración, seguida de otras carreras como Medicina, Derecho, Ingeniería de Sistemas y Contabilidad.

Otra motivación que determina la elección de la carrera profesional por parte de los jóvenes se relaciona a los sueldos que se obtienen luego de terminar los estudios e ingresar al campo laboral, tanto los jóvenes del NSE B como los del NSE C opinan que la carrera de Medicina es la más beneficiosa seguida de las carreras de Administración, Ingeniería de Sistemas y Derecho, bajo esta óptica la carrera de administración esta muy bien vista y por ello capta gratamente la atención de los jóvenes.

La competencia actual esta muy bien desarrollada y cuenta con presencia en diferentes distritos de Lima Metropolitana principalmente en el Centro de Lima en el denominado Cluster de la Capacitación compuesto por la Av. Gracilazo de la Vega, Av. Alfonso Ugarte y la Av. Arequipa, entre estas avenidas existen más de 30 instituciones dedicadas a dar formación y capacitación en diferentes áreas temáticas.

Muchos de estos centros de educación superior no universitarios en el Perú, han venido creciendo de manera permanente tanto en cantidad de alumnos como en programas de formación, con mucha inversión en aulas, equipos y con la construcción, compra o alquiler de nuevos locales de enseñanza y los más importantes como IDAT, CESCO, CIMAS, SISE, ISIL, han elevado su nivel y se han convertido en universidades, consolidándose económicamente y potenciando su infraestructura y sus recursos humanos.

En los IST públicos por las limitaciones de vacantes hay menos estudiantes que en IST privados, en muchos casos se han desmejorado algunas condiciones de enseñanza

5. RECOMENDACIONES

La Institución promotora deberá tener en cuenta los atributos y debilidades de la oferta de las instituciones educativas ya existentes las mismas que ya cuentan con un posicionamiento en nuestro medio y tienen una competencia fuerte entre ellas.

El producto a lanzar al mercado para ser competitivo deberá por lo menos contar con los atributos siguientes: certificación progresiva cada dos semestres, contactos empresariales para crear posibilidad de trabajo desde el primer año, precio atractivo en el mercado, equipo de profesionales altamente calificados, infraestructura moderna, equipamiento de primera línea, buena localización y fácil acceso.

Con estas características el egresado estará en condiciones de ejercer eficientemente su profesión, estará equipado con características personales y profesionales que habiliten su desempeño, las competencias se relacionan con el desarrollo de aptitudes, actitudes empresariales y valores.

La institución tendrá como una de sus principales fortalezas el desarrollo de sus recursos humanos, para lo cual implementará programas de capacitación y actualización, bienestar social, con la finalidad de mejorar sus competencias, la calidad del servicio su motivación e identificación con la institución.

Para competir en este mercado se requiere aplicar un agresivo Plan de Marketing que considere la organización de un equipo de ventas, Boletín especializados, Página Web. Además una efectiva campaña de promoción de ventas y publicidad en medios masivos, principalmente en Radios locales con buen rating en el sector juvenil.

6. BIBLIOGRAFIA

Administración estratégica: un enfoque integrado 1996

McGraw-Hill, paginas 145 - 156

Bogotá

Bases del éxito en la gerencia de empresas 1984

Norma, Tercera edición, paginas 59- 85

Bogotá

El perfil del administrador ante la gerencia de competencia

Autor: Ing. Carlos Mora Venegas,

Artículo de Gestiopolis.com, Noviembre 2006

Perfil Profesional del Administrador de Empresas

Roberto Salazar Guzmán

Artículo de Gestiopolis.com, Diciembre 2004

Artículo de Boletín Electrónico EDUCARED por Hugo Díaz Díaz

Comportamiento del consumidor en el mercado educativo peruano, educación: un

sector más competitivo, Oct 2006