



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

**INSTITUTO DE GOBIERNO Y  
GESTIÓN PÚBLICA  
PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017**

**JULIO 2013**



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **PRESENTACION**

El presente documento constituye el Plan Estratégico del Instituto de Gobierno y de Gestión Pública (IGGP) de la Universidad de San Martín de Porres (USMP) y ha sido elaborado por el Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad, con la participación de los directivos, docentes, administrativos, estudiantes y grupos de interés del Instituto.

El Plan Estratégico del IGGP está alineado al Plan de la USMP y contiene la Misión, Visión, oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, objetivos y estrategias, que permitirán continuar posicionándonos como la institución más importante de su tipo a nivel nacional y una de las más prestigiosas en el continente.

El Plan Estratégico, será evaluado anualmente, con el propósito de determinar el nivel de su cumplimiento y establecer las acciones preventivas y correctivas que sean necesarias, para alcanzar los objetivos y metas propuestos.

**Alan García Pérez**  
Director

## CONTENIDO

### 1. GENERALIDADES

- 1.1. Propósito
- 1.2. Proceso de Formulación
- 1.3. Participantes

### 2. ANÁLISIS EXTERNO

- 2.1. Estructura de la Industria
- 2.2. Oportunidades
- 2.3. Amenazas

### 3. ANÁLISIS INTERNO

- 3.1. Fortalezas
- 3.2. Debilidades

### 4. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

- 4.1. Misión
- 4.2. Visión
- 4.3. Cultura Institucional
- 4.4. Objetivos de Calidad
- 4.5. Políticas de Calidad
- 4.6. Factores Críticos de Éxito
- 4.7. Posicionamiento
- 4.8. Objetivos
- 4.9. Indicadores de Desempeño y Metas
- 4.10. Estrategias

### 5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

- 5.1. Plan de Acción



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **1. GENERALIDADES**



USMP

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

### 1.1. Propósito

La elaboración del Plan Estratégico del Instituto de Gobierno y de Gestión Pública, alineado con el Plan Estratégico de la Universidad de San Martín de Porres, tiene como propósito:

1. Definir el marco general para el desarrollo del Instituto en el período 2013-2017, teniendo en cuenta los lineamientos institucionales; las demandas, oportunidades y amenazas del ambiente; y, los recursos, fortalezas y debilidades de que dispone.
2. Establecer objetivos, estrategias y metas para el período 2013-2017.
3. Servir de guía para la elaboración de los planes operativos anuales y los presupuestos correspondientes.

### 1.2. Proceso de Formulación

1. La coordinación del proyecto estuvo a cargo del Sr. Director Alan García Pérez, el Dr. H. Iván Hidalgo Romero y los miembros del Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad de la Instituto.
2. Para la formulación del Plan se realizaron diversas reuniones con los responsables de oficinas académicas y administrativas de la USMP, así como con estudiantes, profesores, administrativos, y representantes de los grupos de interés del Instituto.

### 1.3. Participantes

El Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad está integrado por las siguientes personas:

Alan García Pérez	Presidente del Comité – Director IGGP
H. Iván Hidalgo Romero	Miembro del Comité – Coordinador IGGP
Renán Quispe Llanos	Miembro del Comité - Docente
Jorge E. Gobitz M.	Miembro del Comité – Docente
Judith Real Rostaing	Miembro del Comité - Administrativo
Claudia Espinoza Borra	Miembro del Comité - Egresado
Milagros Espinoza H.	Miembro del Comité - Alumno



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **2. ANÁLISIS EXTERNO**



## 2.1. Estructura de la Industria

### PROVEEDORES

#### Proveedores de bienes y servicios

Este rubro incluye principalmente a los proveedores de mobiliarios, equipos, servicios – vigilancia, limpieza, mantenimiento, servicios profesionales, entre otros.

Dado que las adquisiciones las realizan las oficinas administrativas de la USMP, tenemos un alto poder de negociación, debido a los siguientes factores:

- Fuerte competencia entre proveedores
- Oferta > Demanda
- Oportunidad de promoción de sus marcas y productos entre los alumnos (futuros profesionales y decisores)
- Volumen de compras (economías de escala)

Este poder de negociación nos permite obtener las siguientes condiciones ventajosas:

- Precios sustancialmente menores
- Financiamiento a largo plazo (2 a 4 años) con intereses muy por debajo de los del mercado financiero y con garantías mínimas de nuestra parte

#### Personal Docente

Son profesionales de diversas disciplinas relacionadas con la estructura curricular de los programas del Instituto. Todos ellos han alcanzado una importante experiencia profesional y académica, que aseguran la prestación de un servicio docente de alta calidad. Varios de ellos son líderes de opinión en sus campos de actuación, lo que les confiere un considerable poder de negociación.

#### Personal Administrativo

Son profesionales y técnicos de diversas disciplinas, que están en condiciones de ofrecer los servicios del Instituto. Por la dimensión del servicio, su número es reducido, por lo que su poder negociador no es significativo.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **COMPETIDORES**

El único instituto con el mismo perfil del IGGP es de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), el cual surgió varios años después del nuestro. El público objetivo, desde el punto de vista socioeconómico es el mismo. Aunque tiene un importante posicionamiento a nivel nacional, no alcanza el que ha logrado el IGGP desde su creación.

## **COMPETIDORES EMERGENTES**

La Universidad Privada TELESUP ha creado recientemente un Instituto de Gestión, pero con énfasis en diplomados y con una mayor orientación a la gestión municipal. Su público objetivo representa a sectores de menores ingresos a los de la USMP.

La Escuela Nacional de Administración Pública es una institución del sector estatal orientada a la capacitación de gerentes públicos de nivel subnacional (gobiernos regionales y locales). No imparte maestrías ni doctorados, por lo que puede considerarse como competidor únicamente para los programas de extensión universitaria.

A partir de lo expuesto, ambas instituciones no pueden considerarse como competidores importantes en la actualidad, aunque se debe seguir su evolución en el corto y mediano plazo para tomar las medidas preventivas que fueran necesarias.

## **PRODUCTOS SUSTITUTOS**

En la formación de posgrado en el campo de Gobierno, Política Pública y la Gestión Pública no existen productos sustitutos.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **CLIENTES**

Nuestros clientes son profesionales egresados de las diferentes universidades públicas y privadas del país, que comparten algunas de las siguientes características:

- Se desempeñan en la actividad política como dirigentes partidarios, miembros del parlamento o de los consejos regionales o municipales.
- Son gerentes públicos de las dependencias del gobierno central o de los gobiernos subnacionales.
- Son egresados de universidades públicas y privadas que tienen interés de ingresar a la vida política o a la administración pública.

Dada la reducida oferta de programas similares, y el alto prestigio del IGGP, el poder negociador de los clientes, no es muy significativa.

### **2.2. Oportunidades**

1. Creciente importancia que le confiere la sociedad peruana a la formación de gerentes públicos de alta calidad.
2. Implementación de la ley SERVIR, que regula el ejercicio de la carrera de los servidores públicos y exige altos niveles de formación y capacitación.
3. Existe una demanda acumulada e insatisfecha de servidores públicos debidamente formados y calificados.
4. Estabilidad política permite que se perciba la carrera pública como una fuente importante de empleo, prestigio y desarrollo personal.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

### **2.3. Amenazas**

1. Preferencia por el sector privado, por parte de la mayoría los egresados de las universidades.
2. Inexistencia de un mercado de créditos educativos reduce el universo de posibles postulantes.
3. Escasa información disponible sobre necesidades actuales y futuras acerca de la formación en gobierno, política pública y gestión pública.
4. La implementación de la nueva Ley Universitaria podría vulnerar en alguna medida la autonomía universitaria y modificar las formas de gestión de algunos de nuestros procesos.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

### **3. ANÁLISIS INTERNO**



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

### **3.1. Fortalezas**

1. El prestigio que le confiere el hecho de que su Director haya sido dos veces Presidente Constitucional de la República.
2. La mayoría de sus docentes tiene gran experiencia en el campo de acción del Instituto, ya que han sido ministros, viceministros y directores nacionales. Otros son académicos de reconocido prestigio profesional y constituyen líderes de opinión con un importante acceso a los medios masivos de comunicación.
3. Amplio apoyo por parte de las autoridades universitarias.
4. Convenios con Instituciones nacionales e internacionales.
5. La sede del Instituto se ubica en una de las zonas urbanas más importantes de la ciudad, con rápido acceso y cercanía a las zonas donde reside o labora la mayoría de los estudiantes.
6. Sólida situación económico-financiera de la USMP (Calificación de Riesgo AA+).
7. Imagen positiva de la Universidad y del Instituto.
8. Consistente percepción como una de las mejores universidades privadas del país.
9. Poder de negociación frente a los proveedores por economías de escala.
10. Buen posicionamiento en los sectores socio-económicos A y B.
11. Imagen y prestigio de nuestros graduados.
12. Liderazgo institucional reconocido.
13. Estabilidad del equipo directivo.
14. Capacidad de trabajo en equipo.
15. Rapidez para tomar decisiones.
16. Biblioteca especializada.
17. Identificación de los docentes y alumnos con el Instituto.



USMP

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

### 3.2. Debilidades

1. No existe un esfuerzo significativo en el área de marketing institucional.
2. Falta mejorar la explotación y difusión de los convenios suscritos.
3. Falta perfeccionar el seguimiento al egresado.
4. Poca presencia de publicaciones en revista indexadas.
5. La dotación de la biblioteca especializada no es suficiente.
6. Carencia de una política de incentivos para la investigación.
7. No se ha realizado un esfuerzo significativo para la movilidad académica de alumnos y docentes.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **4. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA**



#### **4.1. Misión**

Ser una institución académica líder, de investigación y de análisis de políticas públicas, que contribuya a formar profesionales de alto nivel, capaces de generar cambios positivos significativos en la política y gestión del Estado.

#### **4.2. Visión**

Consolidarse como una institución académica y plural, líder a nivel nacional y una de las primeras del continente, por su calidad en la formación de profesionales capacitados para el liderazgo político y la alta gerencia gubernamental en la esfera pública

#### **4.3. Cultura Institucional**

El IGGP asume la cultura institucional de la Universidad de San Martín de Porres, la cual promueve los siguientes valores, que contribuyen a darle un claro sentido de identidad que trasciende a los cambios del entorno y sirven de guía de acción de nuestra casa de estudios.

##### **1. Respeto a la persona**

Es la clara y completa comprensión de los derechos y deberes individuales y colectivos, así como la disposición para reconocer y entender las diferencias y asumir constructivamente la controversia y la pluralidad de ideas. Es también el reconocimiento, aprecio y valoración de las cualidades del otro.

##### **2. Búsqueda de la verdad**

La búsqueda de la verdad es la preocupación constante del ser humano por dar respuesta a todas sus cuestiones fundamentales y constituye una necesidad de la vida humana.

##### **3. Integridad (Honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)**

Es la realización del trabajo con actitud positiva, cooperativa y desinteresada, para satisfacción personal, de la Institución y la sociedad. Nuestro accionar debe ser por convicción, haciendo lo éticamente correcto. Debemos pensar, hablar y actuar con apego a principios y valores morales.

##### **4. Búsqueda de la excelencia**

Estamos siempre orientados hacia el mejoramiento y la innovación continua. Nos proponemos objetivos ambiciosos y apoyamos su logro.



Es la conciencia de la propia perfectibilidad, ligada a una clara filosofía de mejoramiento permanente.

La excelencia es una constante en la ejecución de nuestras actividades académicas y administrativas, las cuales realizamos con calidad y productividad.

Ante el reto de la excelencia, únicamente la alta calidad profesional, la actitud idónea y la pasión con la que asumamos nuestras funciones, nos permitirán seguir creando futuro y responder a las necesidades de un país que nos demanda ser cada día mejores.

**5. Liderazgo (académico, tecnológico y otros)**

Comprendido como la capacidad de cada miembro de la comunidad universitaria para autogestionar su realización personal y lograr el compromiso de las personas que le rodean en función de objetivos comunes.

**6. Actitud innovadora y emprendedora**

Incentivamos la creatividad como un instrumento para la innovación y la optimización en el uso de recursos, para enfrentar los retos profesionales y la capacidad de poder llevar a cabo con éxito un proyecto, interpretando las características reales del entorno y viendo en ellas la oportunidad para la realización de un negocio.

**7. Conservación ambiental**

Es una práctica permanente y continua de la comunidad universitaria respecto al uso racional y sostenible de los recursos, el progreso generacional y la preservación del ambiente, del que somos parte integrante. Impulsamos además una cultura y una preocupación constante por el desarrollo sostenible del país.

**8. Trabajo en equipo**

Trabajamos en forma colaborativa, con una apropiada cohesión, coordinación, cooperación y comunicación asertiva. Compartimos nuestros talentos, valorando las diferencias de opinión y fomentando se logren las aspiraciones individuales en cada miembro de la comunidad universitaria.

**9. Comunicación efectiva**

Uso de todos los canales de información para crear un clima de confianza, respeto y bienestar que favorezca la efectividad de las tareas y que tenga en cuenta todos los aspectos relevantes, garantizando la coordinación transversal entre las diferentes entidades que constituyen y articulan el conjunto de la USMP.



## 10. Compromiso con el desarrollo del país

Mantenemos un alto compromiso con la constante adecuación del quehacer universitario para que responda a las realidades sociales, formando profesionales con una gran sensibilidad y responsabilidad, capaces de contribuir con el bienestar de las comunidades, a fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

### 4.4. Objetivos de calidad

Los objetivos generales del IGGP, para el fomento de la calidad son definidos y actualizados por su Comité Directivo. Se centran en los siguientes aspectos:

- a) Implementar y actualizar permanentemente el Sistema de Gestión de la Calidad como una herramienta de gestión que contribuya a la mejora continua de sus procesos y resultados.
- b) Incentivar una cultura de calidad y mejora continua en el cuerpo directivo y el personal del Instituto.
- c) Lograr y mantener la acreditación internacional de los programas del Instituto.
- d) Fomentar la generación, difusión y aplicación del conocimiento a través del desarrollo de la investigación en nuestro campo de acción.
- e) Alcanzar un alto nivel de satisfacción de los estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicios, egresados y otros grupos de interés, así como de la sociedad en general, por la calidad de los servicios que se prestan.

Estos objetivos generales se concretarán anualmente a través de objetivos específicos, las acciones concretas, los responsables, los recursos, el cronograma de consecución y los indicadores de seguimiento. La excepción la constituye el presente año, ya que la primera evaluación se realizará al finalizar el año 2014.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

#### **4.5. Políticas de Calidad**

La Dirección del IGGP, acorde con las políticas de calidad de la USMP considera que la calidad es un factor de primera importancia, y enfoca su gestión desde dos perspectivas complementarias: la centrada en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés, y la que se basa en cumplir con las necesidades de formación y capacitación, en función del perfil del Instituto.

La Política de Calidad se incorpora de manera transversal en el Plan Estratégico, por medio de la Misión, la Visión, la cultura organizacional, los objetivos, las estrategias y los planes de acción.

La Dirección del IGGP dispone que la Política de Calidad sea de conocimiento de estudiantes, personal docente, administrativo y de servicios, egresados y otros grupos de interés; y asimismo, que sea difundida a la sociedad en general, a través de la página web y por otros medios que se considere conveniente.

#### **4.6. Factores Críticos de Éxito**

1. Calidad del Servicio
2. Calidad de los Docentes
3. Investigación
4. Biblioteca Especializada y Acceso a Información vía Internet
5. Solvencia Financiera
6. Calidad de los Cuadros Directivos

#### **4.7. Posicionamiento**

El Instituto de Gobierno y de Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres ofrece formación de excelencia a nivel de postgrado, para lo cual dispone de una plana docente de alto nivel, adecuada infraestructura y convenios con diversas instituciones internacionales, que lo sitúan como la entidad formadora de su tipo más importante del país.



#### 4.8. Objetivos

1. Consolidar al Instituto de Gobierno y de Gestión Pública como una institución líder en el Perú, especializada en desarrollar programas de posgrado y actividades de investigación y difusión de conocimientos sobre temas vinculados a Gobierno, Política Pública, Gestión Pública y Administración Pública.
2. Formar líderes y profesionales competitivos, íntegros, con sentido crítico y visión integral para optimizar la eficiencia, eficacia y efectividad en el funcionamiento de la gestión pública, mediante el fortalecimiento de sus competencias, conocimientos y valores, a través de la investigación, la enseñanza y actividades de difusión del conocimiento.
3. Incorporar al IGGP a los más destacados docentes, investigadores y estudiantes, quienes a través de su gestión e investigaciones contribuyan a realizar propuestas conducentes a fomentar el desarrollo económico y social del país, así como a la consolidación de la cultura democrática.

#### 4.9. Indicadores de Desempeño y Metas

**Objetivo 1** –Consolidar al Instituto de Gobierno y de Gestión Pública como una institución líder en el Perú, especializada en desarrollar programas de posgrado y actividades de investigación y difusión de conocimientos sobre temas vinculados a Gobierno, Política Pública, Gestión Pública y Administración Pública.

Indicador de Desempeño	Metas
Programas de Maestría y Doctorado acreditados internacionalmente	Lograr 100% en 2014
Satisfacción de los estudiantes	80% satisfechos con los servicios del Instituto.
Satisfacción de los egresados	90% satisfechos con los servicios del Instituto.
Relación postulantes / vacantes	Mayor a 2
% de Docentes con Doctorado	75%



**Objetivo 2** –Formar líderes y profesionales competitivos, íntegros, con sentido crítico y visión integral para optimizar la eficiencia, eficacia y efectividad en el funcionamiento de la gestión pública, mediante el fortalecimiento de sus competencias, conocimientos y valores, a través de la investigación, la enseñanza y actividades de difusión del conocimiento.

Indicador de desempeño	METAS			
	2013 - 2014	2015	2016	2017
# de publicaciones de los docentes en Revistas Indexadas/Año (publicaciones en las que se acredite que el docente es del Instituto)	3	5	7	10
# de libros publicados (libros en los que se acredite que el docente es del Instituto)	3	3	3	4
# de Alumnos de participando en programas de movilidad académica	-	2	3	4
# de Alumnos de otras instituciones participando en programas de movilidad académica en la Instituto.	-	1	2	3
# de profesores de la Instituto participando en programas de movilidad académica	-	1	2	2
# de profesores de otras instituciones participando en programas de movilidad académica en la Instituto.	-	1	1	2
% de egresados graduados por año	-	20	40	50



**Objetivo 3** – Incorporar al IGGP a los más destacados docentes, investigadores y estudiantes, quienes a través de su gestión e investigaciones contribuyan a realizar propuestas conducentes a fomentar el desarrollo económico y social del país, así como a la consolidación de la cultura democrática.

Indicador de desempeño	METAS			
	2013 - 2014	2015	2016	2017
% de docentes con experiencia y eficacia reconocida en gobierno y gestión pública	70	70	70	70
% de docentes con experiencia reconocida en investigación en gobierno y gestión pública, puesta de manifiesto por medio de libros de impacto nacional y/o internacional, así como publicaciones en revistas indexadas	20	25	30	30
% de egresados que se han incorporado a funciones directivas en el gobierno y la gestión pública, en el sector privado, a la docencia y/o investigación universitaria de posgrado	30	40	50	60
Cantidad de proyectos realizados por el Instituto con impacto en el desarrollo nacional, regional o local.	-	1	2	3



#### **4.10. Estrategias**

##### **Calidad del Servicio**

1. Establecer una política integral de calidad del servicio para todos los grupos de interés internos y externos.
2. Implementar el Sistema de Gestión Interna de la Calidad.
3. Establecer una política interna de apoyo académico al estudiante y al egresado.

##### **Calidad de los Docentes**

4. Mejorar la política de formación, selección, contratación y evaluación de docentes, en función de las metas establecidas.
5. Implementar incentivos dirigidos a los docentes con desempeño excelente en la docencia, la investigación, la proyección y extensión universitaria.

##### **Investigación**

6. Priorizar líneas de investigación del Instituto, en función de las necesidades nacionales, regionales y locales.
7. Gestionar fondos para incentivar y reconocer los resultados de las investigaciones.
8. Profundizar el uso de la Internet y las redes sociales para la docencia y la investigación.

##### **Infraestructura y Tecnología**

9. Mantener de manera permanente la calidad de la infraestructura física del Instituto y fortalecer el equipamiento de laboratorios, de manera que se conviertan en una fortaleza con respecto a nuestros competidores.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

**Biblioteca Especializada y Acceso a Información vía Internet**

10. Aumentar la cantidad y el nivel de actualización el material bibliográfico en todas sus modalidades.
11. Potenciar los convenios con otras bibliotecas especializadas para el uso compartido de recursos de información.

**Calidad de los Cuadros Directivos**

12. Mantener y fortalecer la formación de los cuadros directivos del Instituto.



**USMP**

INSTITUTO DE GOBIERNO  
Y DE GESTIÓN PÚBLICA

## **5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN**

## 5.1 Plan de Acción

**Estrategia 1** – Establecer una política integral de calidad del servicio para todos los grupos de interés internos y externos.

1. Diseñar y aprobar políticas de calidad del servicio en concordancia con la cultura institucional.	
Director - Presidente del Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Enero 2014
2. Difundir las políticas de calidad del servicio entre todos los grupos de interés.	
Director	Permanente a partir de Enero 2014
3. Evaluar anualmente la calidad del servicio.	
Presidente Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Diciembre 2014
4. Elaborar y proponer planes de mejora	
Presidente Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Enero 2015
5. Implementar planes de mejora	
Director	Febrero 2015
6. Obtener la acreditación internacional del Instituto.	
Director - Presidente Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Agosto 2014

**Estrategia 2** – Implementar el Sistema de Gestión Interna de la Calidad

7. Adecuar SGIC de la Universidad al Instituto (SGIC - Instituto).	
Presidente Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad	Marzo 2015
8. Aprobar e implementar SGIC – Instituto	
Director	Agosto 2015
9. Evaluar funcionamiento de SGIC – Instituto	
Director - Presidente Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Diciembre 2015, 2016, 2017



10.	Elaborar e implementar acciones de mejora del SGIC-Instituto.
Presidente Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad	Febrero 2016 Y 2017

**Estrategia 3** – Establecer una política interna de apoyo académico al estudiante y al egresado.

11.	Diseño e implementación de políticas.
Director	Febrero 2014

12.	Evaluación del impacto de las políticas y proponer acciones de mejora
Presidente Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad	Diciembre 2014

13.	Implementar las acciones de mejora
Director	Febrero 2015

**Estrategia 4** – Mejorar la política de formación, selección, contratación y evaluación de los docentes, en función de las metas establecidas.

14.	Adecuar las normas de la Instituto a las políticas y normas institucionales sobre formación, selección, contratación y evaluación de docentes
Director	Diciembre 2014

15.	Evaluación del impacto de las políticas en el desempeño de los docentes y proponer acciones de mejora
Presidente Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Diciembre 2015

16.	Implementar las acciones de mejora
Director	Febrero 2016

**Estrategia 5**– Implementar incentivos dirigidos a los docentes con desempeño excelente en la docencia, la investigación, la proyección y extensión universitaria.

17.	Diseñar e implementar programa de incentivos.
Director	Agosto 2014



18. Evaluación del impacto del programa en el desempeño de los docentes y proponer acciones de mejora	
Presidente Comité Planeamiento, Acreditación y Calidad	Julio 2015
19. Implementar las acciones de mejora	
Director	Agosto 2015

**Estrategia 6** –Priorizar líneas de investigación del Instituto, en función de las necesidades nacionales, regionales y locales.

20. Encargar al Comité Académico, entre otras funciones, diseñar y proponer las normas de investigación, en concordancia con las políticas y lineamientos institucionales.	
Director	Julio 2014
21. Realizar un estudio acerca de las líneas de investigación que deben priorizarse, en función de las necesidades nacionales, regionales y locales.	
Presidente del Comité Académico	Marzo 2015
22. Proponer líneas de investigación priorizadas	
Presidente Comité Académico	Marzo 2015
23. Implementar las líneas de investigación priorizadas	
Centro de Investigación	Abril 2015

**Estrategia 7** – Gestionar fondos para incentivar y reconocer los resultados de las investigaciones.

24. Designar responsables de la gestión de los fondos para la estimular los resultados de la investigación.	
Director	Agosto 2014
25. Establecer una escala de incentivos para los docentes y alumnos en función de los resultados de investigación, con énfasis en la publicación de artículos en revistas indexadas.	
Director	Noviembre 2014
26. Gestionar alianzas internacionales para investigaciones conjuntas.	
Director	Permanente - A partir de Mayo 2015



**Estrategia 8** – Profundizar el uso de la Internet y las redes sociales para la docencia y la investigación.

27. Organizar la publicación en Internet de e-books desarrollados en el Instituto.	
Coordinador General del Instituto – Comité Académico	Permanente, a partir de Enero 2015
28. Ampliar sustancialmente la información que se ofrece en la página web del Instituto, a los grupos de interés, a la comunidad académica y al público en general sobre investigaciones, publicaciones y eventos.	
Director	Agosto 2014

**Estrategia 9** – Mantener de manera permanente la calidad de la infraestructura física del Instituto y fortalecer el equipamiento de laboratorios, de manera que se conviertan en una fortaleza con respecto a nuestros competidores.

29. Potenciando el equipamiento tecnológico y el mobiliario de las aulas y auditorio.	
Director	Diciembre 2015
30. Continuar manteniendo en forma óptima la calidad de la infraestructura física.	
Director	Permanente



**Estrategia 10** –Aumentar la cantidad y el nivel de actualización el material bibliográfico en todas sus modalidades.

31.	Incrementar las suscripciones a editoriales, revistas especializadas y bancos de información.
Director – Coordinador General	Permanente, a partir de Julio 2014

32.	Incrementar la adquisición o acceso al uso de textos, libros y otras publicaciones.
Director – Coordinador General	Permanente, a partir de Julio 2014

**Estrategia 11** – Potenciar los convenios con otras bibliotecas especializadas para el uso compartido de recursos de información.

33.	Incrementar el número de convenios con universidades y otras instituciones para compartir Centros de Documentación e intensificar los convenios ya existentes.
Director – Coordinador General	Permanente, a partir de Julio 2014

34.	Implementar campañas de difusión interna sobre las acciones que realiza el Sistema de Bibliotecas de la Universidad y la Biblioteca Especializada de la Instituto.
Coordinador Académico	Permanente, a partir de Marzo 2015

**Estrategia 12** – Mantener y fortalecer la formación de los cuadros directivos del Instituto.

35.	Realizar un diagnóstico de las necesidades de desarrollo de los cuadros directivos.
Director – Coordinador General	Noviembre 2014

36.	Elaborar e implementar plan de desarrollo de los cuadros directivos del Instituto.
Director – Comité de Planeamiento, Acreditación y Calidad	Marzo 2015

37.	Evaluar el impacto del Plan de Desarrollo.
Director	Marzo 2016, 2017