



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

00000637

## Resolución Rectoral N<sup>o</sup> 404-2016-CU-R-USMP

Lima, 15 ABR. 2016

Vista la propuesta de modificación al Plan Estratégico 2013-2017 de la Universidad de San Martín de Porres, presentada por la Oficina de Planificación.

### CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo establecido en la Ley Universitaria –Ley 30220 y el indicador 1 de las Condiciones Básicas de Calidad (CBC) establecido por la SUNEDU, es necesario utilizar el término “objetivos Institucionales” en lugar de simplemente “objetivos” en la formulación del Plan Estratégico de la Universidad de San Martín de Porres.

Que, la Oficina de Planificación en coordinación con la Oficina de Acreditación y Calidad, proponen la modificación requerida que cuenta con la aprobación del Rectorado;

Estando a lo acordado por el Consejo universitario en sesión ordinaria de fecha 04 de abril de 2016; y

En uso de la atribución que le confiere el Inc. A) del artículo 48 del Reglamento General de la Universidad:

### SE RESUELVE:

Artículo 1ro. APROBAR, el Plan Estratégico 2013-2017 de la Universidad de San Martín de Porres en la versión que figura en el anexo adjunto a esta Resolución formando parte integrante de la misma.

Artículo 2do, encargar el cumplimiento de la presente Resolución a todas las autoridades de la Universidad.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
USMP  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

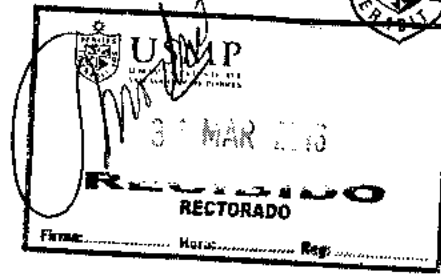
Abg. Rodolfo Gavilano Oliver  
SECRETARIO GENERAL

  
USMP  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Ing. JOSÉ ANTONIO CHANG ESCOBEDO  
RECTOR

JACHE/RGO  
SG.ccb





Santa Anita, 31 de marzo de 2016

**Oficio Nro.32-2016-OP-R-USMP**

Señor Ingeniero  
**JOSE ANTONIO CHANG ESCOBEDO**  
Rector  
Presente. -

De mi especial consideración:

Me es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente e informarle que, de acuerdo a las coordinaciones con la Comisión de Trabajo para la Acreditación Institucional de la USMP, tengo a bien remitir a usted la versión actualizada del Plan Estratégico de 2013-2017 que ha sido corregida para utilizar el término "objetivos institucionales" en lugar de "objetivos", tal como lo establece el indicador 1 de las condiciones básicas de calidad (CBC) determinadas por la SUNEDU.

En tal sentido, mucho agradeceré se sirva autorizar la distribución de esta versión del Plan Estratégico a todas dependencias de la universidad.

Sin otro particular, es propicia la ocasión para reiterar a usted los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



  
**Oscar Becerra Tresierra M. Ed.**  
Jefe de la Oficina de Planificación (e)

c.c.  
Archivo  
Reg 10696



**Rectorado**  
Av. Circunvalación del Club Golf Los Incas Nº 154, Piso 18  
Santiago de Surco  
Telf: 362-0064 / 317-2130

00000639



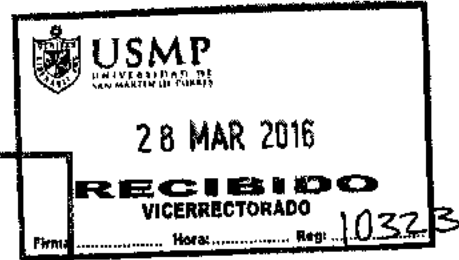
**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Santa Anita, 16 de marzo de 2016

OFICIO N° 013-OAyC-USMP-2016

Señor Ingeniero  
**RAÚL BAO GARCÍA**  
Vicerrector de la Universidad de  
San Martín de Porres  
Presente.

De mi consideración:



En el marco de las acciones que realiza nuestra Universidad, para dar cumplimiento a las condiciones básicas de calidad (CBC), establecidas por la SUNEDU para el licenciamiento institucional, remito adjunto las modificaciones realizadas al Plan Estratégico 2013-2017 para su consideración. La modificación ha consistido en sustituir el término "objetivos" por "objetivos institucionales", tal como lo establece el indicador 1, de las CBC.

Hago propicia la ocasión para expresarle mi consideración y estima personal.

Sin otro particular, queda de usted.

Atentamente,



**Dr. Angel Velázquez Fernández**  
Jefe de la Of. de Acreditación y Calidad



**Rectorado**  
Jr. Las Calandrias 151 - 291 - Santa Anita  
Telf: 317-2130



UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTIN DE PORRES

00000640

**UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN  
DE PORRES  
PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017**



**ENERO 2013**

*"No incurramos en el error tan común de sobrestimar el cambio que va a ocurrir en los próximos dos años y subestimar el que ocurrirá en los próximos diez"*

*Bill Gates*

## 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. Factores Críticos de Éxito
  - 4.5. Posicionamiento
  - 4.6. Objetivos
  - 4.7. Indicadores de Desempeño y Metas
  - 4.8. Estrategias
  
5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN
  - 5.1. Sistema de Gestión Estratégica
  - 5.2. Plan de Acción

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. Propósito

El Rectorado de la Universidad de San Martín de Porres decidió formular el presente Plan Estratégico 2013-2017 con el fin de definir las líneas de acción necesarias para lograr de una manera coordinada y participativa el cumplimiento de la Meta Institucional de la USMP, que consiste en figurar entre las 100 mejores universidades del mundo o entre las 10 mejores de América Latina para el año 2021. Esto implica un reajuste a la meta fijada en 2008, habida cuenta de la necesidad de realizar actividades de lenta maduración como parte de la ejecución de los planes que apuntan al logro de la meta fijada.

Asimismo, la formulación del Plan tiene por objeto:

1. Fijar Objetivos Institucionales y Metas para el período 2013-2017.
2. Formular Estrategias que establezcan las direcciones a seguir para la consecución de los Objetivos Institucionales y Metas en forma coordinada y eficiente.
3. A lo largo del proceso de formulación de las Estrategias, tomar decisiones respecto a los asuntos de mayor trascendencia a largo plazo para la Universidad.
4. Proveer la guía necesaria para la formulación de los planes tácticos y operativos y para la elaboración de los presupuestos.
5. Proveer la orientación necesaria para la formulación de Estrategias de Tecnología de Información alineadas con los Objetivos Institucionales de la Universidad.
6. Establecer el marco de referencia para la formulación de los Planes Estratégicos de las Facultades, de manera que estén alineados con los Objetivos y Estrategias Institucionales.
7. Anticipar el futuro escenario en el que la Universidad tendrá que desarrollar sus actividades, con el fin de prepararse para afrontar los retos y oportunidades que puedan presentarse a corto, mediano y largo plazo.



## 1.2. Proceso de Formulación

1. Para la formulación del Plan se aplicó una metodología basada en el uso combinado de los conceptos de Planeamiento Estratégico de George Steiner, Planeamiento Interactivo de Russell Ackoff, Factores Críticos de Éxito de John Rockart y Fuerzas Competitivas de Michael Porter, siguiendo el esquema aplicado en anteriores oportunidades, enriquecida por los lineamientos recibidos durante el simposio internacional sobre tendencias en la investigación en gestión realizado por el Real Colegio Complutense de Harvard en la Universidad de Harvard, con participación de nuestra Universidad.
2. La formulación del Plan se realizó en el período de setiembre a diciembre de 2012 y la conducción del proceso estuvo a cargo del Jefe de la Oficina de Planificación, Mag. Oscar Becerra Tresierra.
3. La coordinación del proyecto estuvo a cargo de los señores Jorge Ureña Schrack, Director General de Administración, y Oscar Becerra Tresierra, Jefe de la Oficina de Planificación.
4. El Equipo de Planeamiento estuvo conformado por el Rector, el Vicerrector y tres altos directivos.
5. Los integrantes del Equipo de Planeamiento leyeron artículos especializados sobre planeamiento previamente seleccionados y desarrollaron individualmente informes analíticos sobre los factores externos que afectan el desempeño de la Universidad y sobre las actuales fortalezas y debilidades de la misma.
6. A lo largo del período de formulación del Plan se realizaron diversas reuniones de trabajo entre los Coordinadores y el Equipo de Planeamiento así como con los Decanos y autoridades de las diversas instancias de la Universidad.
7. Para el desarrollo del Plan de Acción se llevó a cabo una encuesta entre los Decanos de las Facultades y se realizaron reuniones de trabajo en las que participaron el Jefe de la Oficina de Planificación, el Jefe de la Oficina de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa, el Asesor Externo Carlos Corzo Castañeda y la Comisión Institucional de Acreditación, integrada por representantes de todas las Facultades e instancias de la Universidad.
8. El presente documento, Plan Estratégico 2013-2017 de la Universidad de San Martín de Porres, fue redactado por el Jefe de la Oficina de Planificación, quien lo presentó al Rector, Vicerrector, Director General de Administración, Inspector General y Decanos el viernes 28 de junio de 2013, siendo aprobado por el Rector.



### 1.3. Participantes

El Equipo de Planeamiento estuvo integrado por las siguientes personas:

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1. José Antonio Chang Escobedo  | Rector   |
| 2. Raúl Bao García              | Vicerrector  |
| 3. Jorge Ureña Schrack          | Director General de Administración   |
| 4. Armando Valdés Garrido-Lecca | Inspector General  |
| 5. Oscar Becerra Tresierra      | Jefe de la Oficina de Planificación  |
| 6. Angel Velázquez Fernández    | Jefe de la Oficina de Evaluación,<br>Acreditación y Certificación de la<br>Calidad Educativa |

Los Decanos y autoridades de las diversas instancias de la Universidad participaron en la formulación del Plan a través de reuniones de trabajo con el Equipo de Planeamiento.

Adicionalmente, los Decanos participaron a través de una Encuesta, en la que tuvieron las opciones de responderla personalmente o trabajando en equipo con sus principales colaboradores.





## 2. ANÁLISIS EXTERNO



*Ar*

## 2.1. Estructura de la Industria

### PROVEEDORES

#### 1. Proveedores de Tecnología

Este rubro incluye principalmente a los proveedores de redes, equipos de cómputo, software, servicios en la nube, proyectores multimedia y tecnología médica.

Frente a ellos tenemos un alto poder de negociación debido a los siguientes factores:

- Fuerte competencia
- 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
- Financiamiento para proyectos de infraestructura.

#### 2. Proveedores de Bienes Muebles

Este rubro incluye principalmente a los proveedores de mobiliario y artefactos eléctricos.

Frente a ellos tenemos un alto poder de negociación debido a los siguientes factores:

- Fuerte competencia
- Oferta > Demanda
- Volumen de compras (economías de escala)

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

- Menores precios
- Financiamiento a corto plazo (6 meses) sin intereses ni garantías.

### 3. Proveedores de Suministros

Este rubro incluye principalmente a los proveedores de papel, útiles de oficina y suministros diversos.

Frente a ellos tenemos un alto poder de negociación debido a los siguientes factores:

- Fuerte competencia
- Oferta > Demanda
- Volumen de compras (economías de escala)

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

- Menores precios
- Financiamiento a corto plazo (45 días) sin intereses ni garantías, el cual, por tratarse de un proceso continuo, nos permite utilizarlo como capital de trabajo.

### 4. Proveedores de Servicios de Utilidad Pública

Este rubro incluye principalmente a proveedores de telecomunicaciones, energía eléctrica y agua. En este caso ellos tienen mayor poder de negociación frente a nosotros, a pesar de que somos usuarios importantes por la magnitud de nuestro consumo, ya que constituyen monopolios u oligopolios.

En los casos de telefonía y de otros servicios de comunicaciones, se ha producido el ingreso de nuevos operadores, lo cual nos permite negociar en mejores condiciones.

### 5. Proveedores de Servicios Privados

Este rubro incluye principalmente a los proveedores de seguros, vigilancia, limpieza, mantenimiento y servicios profesionales.

Frente a ellos tenemos un alto poder de negociación debido a los siguientes factores:

- Fuerte competencia
- Oferta > Demanda

Este poder de negociación nos permite obtener menores precios y mejores condiciones contractuales.

## **6. Proveedores de Construcción**

Dentro de la amplia oferta existente se elige a una empresa que nos provea servicios de calidad, a precios competitivos. Asimismo, se selecciona como proveedor de diseño arquitectónico a una firma especializada que además provea la supervisión de la ejecución de las obras.

Frente a ellos tenemos un alto poder de negociación debido a la fuerte competencia, el cual tiende a disminuir debido al crecimiento de la demanda.

## **7. Proveedores de Servicios Bancarios y Financieros**

Este rubro incluye a todas las empresas que proveen financiamiento y servicios bancarios a la Universidad.

Frente a ellos tenemos un alto poder de negociación debido a los siguientes factores:

- Fuerte competencia
- Oferta > Demanda

Este poder de negociación nos permite obtener mejores condiciones contractuales en relación al mercado normal.

## **8. Proveedores de campos de internado, prácticas pre y profesionales**

Es un conjunto de Instituciones con las que se mantienen relaciones de mutuo beneficio, para complementar la enseñanza-aprendizaje de nuestros alumnos, tanto en el nivel de prácticas pre profesionales como en el desarrollo de los internados hospitalarios, requeridos en las ciencias de la salud.

Su poder negociador continúa aumentando en los últimos años, debido al crecimiento del mercado y a la normatividad vigente que dificulta la ampliación de la oferta.

## **9. Personal Docente**

Son los profesionales de las diversas disciplinas, que están en condiciones de ofrecer servicios calificados de enseñanza, para las diferentes unidades académicas. Su poder negociador es variable, en función de sus calificaciones académicas, profesionales y de experiencia en el campo de su especialidad.



## 10. Personal Administrativo

Son profesionales y/o técnicos de diversas disciplinas, que están en condiciones de ofrecer servicios calificados de apoyo administrativo y/u operativo a las diferentes unidades académicas, administrativas y operativas de la Universidad. Su poder negociador es débil sobre la base de la amplia oferta del mercado.

## 11. Centros Educativos

Son todas las instituciones educativas que proveen el insumo más importante, que son los egresados de la educación secundaria en todas sus formas. Estos se clasifican en: públicos y privados y cada uno de los dos grupos tiene diversas categorías, según la calidad del servicio ofrecido.

- a) Bachillerato Extranjero
- b) Religiosos
- c) Laicos
  - Estos colegios proporcionan gran parte de nuestros clientes actuales. Son un sector importante de nuestro mercado
- d) Nacionales
  - 1. Públicos
  - 2. Fiscalizados
  - 3. Militares
- e) Academias Preuniversitarias y Grupos de Estudio
- f) Institutos Superiores.

## COMPETIDORES TRADICIONALES

Existe un grupo de universidades privadas que ofrecen servicios educativos de pre y postgrado. Algunas de ellas se diferencian por la calidad del servicio, mientras otras lo hacen por el precio de sus pensiones.

Las universidades estatales compiten entre sí, pero dada la gratuidad de la enseñanza representan una alternativa interesante para muchos postulantes, quienes pugnan por acceder a la limitada cantidad de vacantes que éstas ofrecen.

Recientemente se ha notado la presencia en nuestro país de universidades extranjeras, que ofrecen estudios presenciales y virtuales a precios diversos. Un factor nuevo en el mercado es la adquisición de universidades privadas e institutos superiores que funcionan bajo el régimen del DL 882 por parte de grupos de inversión, nacionales y extranjeros que potencialmente alterarán la situación competitiva de la educación superior planteando nuevos retos a universidades como la USMP que deberá estar preparada para responder con estrategias adecuadas.



## COMPETIDORES EMERGENTES

La reducción las barreras de entrada ocurrida con la vigencia del DL 882, dio oportunidad a la creación de una gran cantidad de universidades, con infraestructura precaria, que ofrecen una formación en las modalidades presencial, virtual y a distancia, con diversos niveles de calidad, incluso a precios muy bajos. Estas hoy representan una nueva competencia. Actualmente se encuentra en suspenso la creación de nuevas universidades lo que puede tener efectos encontrados pues, por una parte cesan los incentivos propios de la competencia para mejorar la calidad de la oferta, pero, por otro lado, dan lugar a posibilidades de fusiones y alianzas que apunten a mejoras de la calidad para favorecer la competencia entre los actores ya establecidos.

Existe una presencia creciente de competidores emergentes de procedencia extranjera, que están incursionando en las áreas de formación a nivel de pre y postgrado, en forma presencial y virtual.

## PRODUCTOS SUSTITUTOS

Este grupo está constituido por los Institutos Tecnológicos Superiores, que ofrecen carreras técnicas de no más de tres años de duración y otorgan títulos a nombre de la Nación, a precios algo menores que los de las universidades. Además también existen Clínicas y Hospitales que han abierto sus Institutos de enseñanza, los que ofrecen en muchos casos trabajo a sus egresados.

Se observa una tendencia a reconocer créditos académicos por capacidades adquiridas.

La nueva modalidad MOOC (cursos en línea abiertos masivos) es ofrecida generalmente sin costo alguno por universidades de mucho prestigio de países desarrollados, dictada en forma virtual por eminentes profesores y convoca a miles de estudiantes a nivel global. No incluye certificación.

Continúa la tendencia de grandes empresas a establecer entidades internas de educación superior con diferentes denominaciones (universidad, escuela, instituto, academia) pero de gran magnitud, que respondan a sus requerimientos específicos de competencias.



## CLIENTES

Nuestros Clientes son los estudiantes de las unidades académicas de la Universidad y los usuarios de los centros de producción.

La creciente competencia, originada por la creación de nuevas universidades, está incrementando el poder negociador de los Clientes, que están en condiciones de exigir servicios de calidad.

Dado que la economía del país es estable y estructuralmente sólida y se encuentra en un proceso de crecimiento sostenido; que el potencial de recursos naturales del país es enorme y puede ser aprovechado en el corto, mediano y largo plazo, captando inversión extranjera, ha generado condiciones propicias para continuar con los planes de crecimiento, tanto en infraestructura como en variedad y calidad de servicios sobre la base de nuestra posición actual, aumentando así nuestro poder de negociación frente a los clientes.

## 2.2. Oportunidades

1. Disposiciones legales actuales, obligan a la acreditación.
2. Consenso sobre la necesidad de mejorar la calidad de la educación universitaria peruana.
3. Nuevas modalidades educativas.
4. Posibilidad de incursionar en la modalidad MOOC y de certificar a egresados de dicha modalidad.
5. Posibilidad de asesorar a empresas en organizar y conducir sus universidades internas.
6. Bajo nivel de remuneraciones en las universidades estatales.
7. Desarrollo tecnológico que permite la ampliación de la oferta en nuevas especialidades, como Ciencias Cognitivas y Ciencias de los Datos.
8. Acceso a servicios de tecnología de información y comunicaciones a precios reducidos.
9. Oferta de servicios informáticos en la nube.
10. Creciente relación Universidad-Empresa.
11. Expansión de la ciudad de Lima y crecimiento económico sostenido de varias regiones a nivel nacional.
12. Tendencia creciente en esperanza de vida, crea una nueva oportunidad de captar alumnos mayores de 30 años de edad.
13. Creciente demanda insatisfecha del mercado laboral.
14. Creciente preocupación por el desarrollo sostenible.
15. Posibilidad de establecer Alianzas Estratégicas.
16. Crecimiento sostenido de la economía del país.
17. Estabilidad política.
18. Continua innovación tecnológica.
19. Apertura del comercio exterior a través de los TLC's.

00000655

20. Proceso de Regionalización vigente en el País.
21. APEC; posibilidad de acceso al mercado Asia-Pacífico.
22. Legislación fortaleciendo las MYPE's.
23. Co-existencia de la Ley Universitaria y el DL 882.



### 2.3. Amenazas

1. Baja calidad en el sistema escolar.
2. Escaso apoyo a la investigación científica.
3. Escasa oferta de Docentes calificados en el mercado laboral.
4. Visión de la docencia como actividad profesional complementaria (fuente de ingresos adicionales).
5. Crisis económicas a nivel mundial.
6. Incertidumbre política en las zonas de descentralización USMP.
7. Inexistencia de un mercado de créditos educativos.
8. Excesivo endeudamiento de las personas naturales.
9. Falta de incentivos tributarios para el apoyo de la empresa a la Universidad.
10. Insuficiente cobertura en los medios de comunicación.
11. Oferta de educación superior no universitaria, que entrega títulos a nombre de la Nación.
12. Proliferación de universidades privadas con política de ingreso muy liberal y pensiones muy bajas.
13. Escasa información disponible sobre necesidades actuales y futuras del mercado laboral del país.
14. Ingreso de universidades extranjeras en el país.
15. Nuevos actores invirtiendo en el mercado de Educación Superior, como las MOOC y las universidades internas en las empresas.
16. Proyecto de nueva Ley Universitaria, que de aprobarse podría vulnerar en alguna medida la autonomía universitaria y modificar las formas de gestión de algunos de nuestros procesos, entre ellos la adecuación de todas nuestras carreras y programas a estándares del CONEAU para poder otorgar grados y títulos a nombre de la Nación.
17. Ingreso en los conos Norte, Sur y Este de filiales de universidades de provincias captan postulantes de sectores C y D.

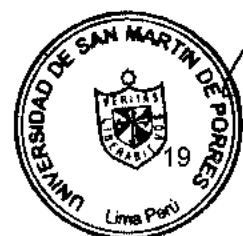
### 3. ANÁLISIS INTERNO

### 3.1. Fortalezas

1. Entrega de material bibliográfico a los alumnos para cada curso.
2. Publicaciones.
3. Interés en desarrollar Investigaciones.
4. Convenios de asistencia recíproca con Empresas e Instituciones nacionales e internacionales.
5. Estandarización de los procedimientos administrativos.
6. Infraestructura.
7. Sólida situación económico-financiera de la Institución.
8. Calificación de Riesgo (AA+).
9. Acceso al Mercado de Capitales.
10. Dimensión e Imagen de la Universidad.
11. Consistente percepción como la segunda mejor universidad privada del País (Encuesta de APOYO).
12. Ubicación entre las primeras 200 Universidades en América Latina (Puesto 150 en QS University Ranking, 2013).
13. Poder de negociación frente a los proveedores por economías de escala.
14. Priorización de las inversiones.
15. Empleo intensivo de tecnología de punta.
16. Escala de pensiones accesible.
17. Buen posicionamiento en los sectores socio-económicos B, C, D y E.
18. Apoyo social a los alumnos mediante becas y medias becas.
19. Pensiones diferenciadas de acuerdo al costo de cada carrera.
20. Estabilidad y anuncio oportuno (al inicio del ciclo) del plan de pensiones.
21. Imagen y prestigio de nuestros graduados.



22. Alta participación en el mercado.
23. Liderazgo institucional reconocido.
24. Liderazgo en la promoción de la cultura y el deporte.
25. Doble certificación ISO 9001:2000, en el proceso de admisión.
26. Estabilidad del equipo directivo.
27. Trabajo en equipo.
28. Rapidez para tomar decisiones.
29. Especialidades acreditadas internacionalmente.
30. Proceso integral de acreditación internacional de la Universidad.
31. Personal Docente altamente especializado y de prestigio.
32. Bibliotecas especializadas descentralizadas e integradas.
33. Identificación de los docentes y alumnos con la Universidad.



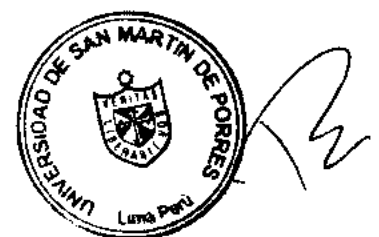
### 3.2. Debilidades

1. Falta de un área de marketing institucional.
2. Falta de un área de logística integral.
3. Deficiencias en calidad y servicio al estudiante.
4. Escasa explotación y difusión de los convenios suscritos.
5. Falta de convenios con empresas, para las prácticas de los alumnos.
6. Falta de una política global para el manejo del postgrado.
7. Escasa difusión de las investigaciones desarrolladas, a pesar del incremento notorio.
8. Escaso apoyo y seguimiento al egresado (Empleabilidad de los Graduados).
9. Insuficiente estandarización y control de los procesos.
10. Porcentaje considerable de docentes sin Maestría ni Doctorado.
11. Insuficiente aprovechamiento de los programas de capacitación en el extranjero para los docentes.
12. Carencia de una política de incentivos para la investigación.
13. Juicios pendientes, principalmente laborales.
14. Falta de una Oficina Central de Tecnología de Información y Comunicación.
15. Falta de capacidad física en varias Facultades.
16. Insuficientes campos deportivos.
17. Insuficientes estacionamientos y cafeterías.
18. Insuficiente presencia en los colegios.
19. Baja proporción de Docentes Internacionales.



20. Baja proporción de intercambio estudiantil.
21. Insuficiente uso y difusión del modelo de educación virtual.
22. Carencia de teleconferencias internacionales especializadas.
23. Falta de integración entre las Facultades.
24. Docentes contratados pueden migrar a otras universidades.
25. No existe una Oficina Central de Investigación.
26. Gran parte de nuestros procesos no cumplen los estándares establecidos por el CONEAU.

## 4. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA





#### 4.1. Misión

*Formar profesionales competentes, con sólidos valores humanísticos, éticos, morales y cívicos.*

*Contribuir a la creación de conocimientos a través de la investigación y promover la difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura.*

*Proyectar nuestra acción a la comunidad, propiciando la construcción de una sociedad moderna y equitativa.*

#### 4.2. Visión

*Figurar en el ranking Quacquarelli Symonds entre las 100 mejores universidades del mundo o entre las 10 mejores de América Latina para el año 2021.*



#### 4.3. Cultura Institucional

La Universidad de San Martín de Porres promueve los siguientes valores, que considera son parte esencial y permanente de la cultura de la Institución, 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.

Desarrollar la capacidad de liderazgo significará la adopción de un programa personal claro y acorde con la misión institucional y de una filosofía de vida basada en el aprendizaje continuo, la innovación, la negociación y la toma oportuna de decisiones, así como el establecimiento de relaciones duraderas, entre los miembros del equipo y con nuestros beneficiarios.

**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. Factores Críticos de Éxito

1. Calidad del Servicio
2. Calidad de los Docentes
3. Investigación
4. Infraestructura y Tecnología
5. Bibliotecas Especializadas y Acceso a Información vía Internet
6. Solvencia Financiera
7. Marketing Efectivo
8. Desarrollo de la Oferta Virtual
9. Calidad de los Cuadros Directivos



#### 4.5. Posicionamiento

La Universidad de San Martín de Porres ofrece formación de excelente calidad, en una amplia gama de carreras profesionales y de estudios de postgrado, para lo cual dispone de una plana docente altamente calificada, tecnología de punta, adecuada infraestructura y centros de producción al servicio de la comunidad, generando oportunidades de práctica para los alumnos.

Las pensiones de enseñanza son accesibles a todos los niveles socio-económicos.

La Universidad de San Martín de Porres patrocina y desarrolla actividades culturales y deportivas, ofreciendo a sus alumnos en particular y a la comunidad en general la oportunidad de participar en ellas.





#### 4.6. Objetivos institucionales

1. Buscar permanentemente la Excelencia apoyando el desarrollo docente
2. Fomentar la Investigación y Publicación de trabajos
3. Incrementar los Ingresos por Centros de Producción
4. Mejorar la Infraestructura
5. Ampliar nuestra Presencia a Nivel Nacional e Internacional



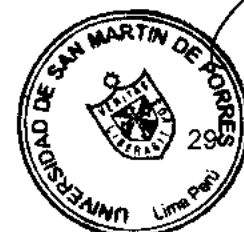




#### 4.7. Indicadores de Desempeño y Metas

Objetivo institucional 1 – Buscar permanentemente la Excelencia

Indicador de Desempeño	Metas
Estructura Orgánica Formal	Completar la elaboración del ROF y el MOF de la Universidad en Noviembre de 2013
% de Carreras y Programas de Posgrado Acreditados Internacionalmente	100%
% de Carreras y Programas de Posgrado Acreditados Nacionalmente	100%
Acreditación de la USMP con el CONUP	Lograda en Junio de 2014
Satisfacción de los Alumnos	Implementar Índice de Satisfacción y Procedimiento de Medición
Satisfacción de los Docentes	Implementar Índice de Satisfacción y Procedimiento de Medición
Satisfacción de los Empleados Administrativos	Implementar Índice de Satisfacción y Procedimiento de Medición
# Alumnos / Docentes (# Docentes = Horas Dictadas / 40)	Mantener niveles mejores que el promedio del mercado.
% de Egresados (3 Últimos Años) Laborando	Establecer Línea de Base y Fijar Metas
% de Docentes con Maestría	Ordinarios ⇨ 100% Contratados ⇨ 100%
% de Docentes con Doctorado	Ordinarios ⇨ 100%





Objetivo institucional 2 – Fomentar la Investigación

Indicador de Desempeño	Metas
# de Publicaciones de los Docentes en Revistas Indexadas / Año en las que se acredite que el docente es de la USMP	2013: 139 – 2014:165 – 2015:178 – 2016:225 – 2017: 244
# de Libros Publicados por los Docentes / Año en los que se acredite que el docente es de la USMP	2013: 20 – 2014:29 – 2015:36 – 2016:48 – 2017: 53
# de Investigaciones Indexadas / Año	2013: 5 – 2014:7 – 2015:9 – 2016:12
% de Crecimiento en Investigación	Establecer Línea de Base y Fijar Metas
% de Alumnos Titulados con Tesis / Año	2013: 21% – 2014: 80% – 2015: 100% – 2016: 100% – 2017: 100%
# de Patentes / Año	2013: 1 – 2014:2 – 2015:2 – 2016:2

Objetivo institucional 3 – Incrementar los Ingresos por Centros de Producción

Indicador de Desempeño	Metas
% de Ingresos por Otros Conceptos / Ingresos Totales	2013: 20 – 2014:20 – 2015:20 – 2016:20

Objetivo institucional 4 – Mejorar la Infraestructura

Indicador de Desempeño	Metas
Obras Programadas por Año Según Relación (Actividades 46 a 59 del Plan de Acción)	2013-2017: 100%

Objetivo institucional 5 – Ampliar nuestra Presencia a Nivel Nacional e Internacional

Indicador de Desempeño	Metas
# de Alumnos de la USMP participando en programas de movilidad académica	2013: 128 – 2014:170 – 2015:204 – 2016:228 – 2017: 250
# de Alumnos de otras instituciones participando en programas de movilidad académica en la USMP	2013: 90 – 2014:118 – 2015:144 – 2016:156 – 2017: 209
# de Profesores de la USMP participando en programas de movilidad académica	2013: 29 – 2014:50 – 2015:64 – 2016:75 – 2017: 86
# de Profesores de otras instituciones participando en programas de movilidad académica en la USMP	2013: 25 – 2014:25 – 2015:36 – 2016:44 – 2017: 55
Posición en QS Latin American University Ranking (Quacquarelli Symonds)	2013: 150 – 2014: 140 – 2015: 100 – 2016: 75 – 2017: 50

#### 4.8. Estrategias

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

1. Estandarizar y documentar los procesos y asegurar su cumplimiento.
2. Establecer una política integral de bienestar en la Universidad.
3. Establecer una política interna de apoyo académico al estudiante y al egresado.
4. Promover entre el personal docente y administrativo una cultura de servicio al cliente.
5. Implementar un Sistema de Gestión interna de la Calidad.

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

6. Potenciar la política de formación, selección y contratación de docentes.
7. Promover la calificación y actualización de los docentes.
8. Evaluar periódica y continuamente a los docentes.

##### **Investigación**

9. Priorizar líneas de investigación por especialidad e interdisciplinarias.
10. Establecer fondos, incentivos y reconocimientos para la investigación.
11. Promocionar en Internet nuestros trabajos de investigación.
12. Apoyar la publicación de nuestras investigaciones en revistas indexadas.

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

13. Consolidar el crecimiento de la infraestructura y mantener el equipamiento necesario.
14. Crear una Dirección de Informática y Comunicaciones.

### **Bibliotecas Especializadas y Acceso a Información vía Internet**

15. Actualizar el material bibliográfico en todas sus modalidades.
16. Potenciar los convenios con entidades bibliográficas y difundirlos en la web.
17. Integrar el Sistema de Bibliotecas de la Universidad.
18. Profesionalizar al personal de bibliotecas.

### **Solvencia Financiera**

19. Impulsar los Centros de Producción.
20. Mantener el control y efectuar seguimiento del pago oportuno de pensiones.
21. Implementar Merchandising.
22. Crear un fondo específico para la investigación universitaria.

### **Marketing Efectivo**

23. Implementar un Plan Integral de Marketing.

### **Desarrollo de la Oferta Virtual**

24. Implementar y ampliar la oferta virtual de la Universidad de San Martín de Porres.

### **Calidad de los Cuadros Directivos**

25. Impulsar la formación de cuadros directivos.

00000074

## 5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN



## 5.1 Sistema de Gestión Estratégica

### 1. Coordinador de Planeamiento Estratégico

- Jefe de la Oficina de Planificación
- Funciones:
  - Administrar el Sistema de Evaluación de la Gestión.
  - Efectuar el seguimiento del Plan de Acción y las Actividades Complementarias del Plan Estratégico.
  - Programar, organizar y conducir las actividades de planeamiento estratégico de nivel institucional.
  - Asesorar a las Facultades en la formulación y en el alineamiento de sus Planes Estratégicos, con el Plan Estratégico de la USMP.

### 2. Comité de Planeamiento Estratégico

- Presidente:
  - Rector
- Integrantes:
  - Vicerrector
  - Decana de la Facultad de Obstetricia y Enfermería
  - Decano de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura
  - Decano de la Facultad de Odontología
  - Decano de la Facultad de Medicina Humana
  - Decano de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras
  - Decano de la Facultad de Derecho
  - Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
  - Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología
  - Director General de Administración
  - Jefe de la Oficina de Planificación
  - Inspector General
  - Director de Admisión
  - Jefe de la Oficina de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa

### 3. Planes Estratégicos de las Facultades

- Cada Decano es responsable de la formación del Comité de Planeamiento de su Facultad y de la formulación de su Plan Estratégico, el que constará de los siguientes elementos: Misión; Visión; Factores Críticos de Éxito, (entre 4 y 8); Objetivos; Indicadores de Desempeño y Metas; Estrategias, (entre 10 y 25) y el Plan de Acción, debiendo la Misión, Visión, Objetivos, Metas y Estrategias estar alineadas con las del Plan Estratégico de la USMP.

### 4. Alineamiento Estratégico

- El Director General de Administración es responsable de que las siguientes unidades asimilen el Plan Estratégico de la USMP y se alineen con el mismo:
  - Escuela de Postgrado
  - Instituto de Gobierno
  - Instituto de Arte
  - Instituto del Perú
  - Instituto del Deporte
  - Instituto para la Calidad de la Educación
  - Filial Norte – Chiclayo (en coordinación con los Decanos)
  - Centro de Idiomas
  - Colegio de Aplicación Rita Castro Ramos
- El Director de Admisión es responsable de que las siguientes unidades asimilen el Plan Estratégico de la USMP y se alineen con el mismo:
  - Oficina de Admisión
  - Centro Pre-Universitario



## 5. Actividades de Planeamiento Estratégico

- En Febrero de 2016 el Rectorado emitirá la Rendición de Cuentas del Plan Estratégico 2013-2017.
- El Plan Estratégico de la USMP será reformulado en Febrero de 2017.
- Las revisiones del avance del Plan Estratégico serán semestrales y se realizarán luego de la finalización de cada ciclo académico.
  - Las revisiones semestrales serán convocadas por el Jefe de la Oficina de Planificación y estarán a cargo del Comité de Planeamiento, presidido por el Rector.
  - La primera revisión semestral será en Enero de 2014.
  - En las revisiones semestrales se verificará el cumplimiento de las Actividades programadas en el Plan de Acción, se reprogramarán aquellas que lo justifiquen y se programarán nuevas Actividades.
  - Asimismo, en las revisiones semestrales se analizarán los valores de los Indicadores de Desempeño con el fin de evaluar el avance en el cumplimiento de las Metas.

## 6. Sistema de Evaluación de la Gestión

- El conjunto de los Indicadores de Desempeño constituye la base del Sistema de Evaluación de la Gestión.
- El Jefe de la Oficina de Planificación establecerá el mecanismo necesario para el acopio y consolidación de la información relativa a los valores de los Indicadores de Desempeño.

## 5.2 Plan de Acción

Formato de las Actividades:

n.	Descripción	Responsable	Fecha
----	-------------	-------------	-------

Estrategia 1 – Estandarizar y documentar los procesos y asegurar su cumplimiento.

1.	Evaluar avances en el rediseño de procesos y actualizar el Plan de Rediseño de Procesos, que deberá incluir capacitación al personal en gestión por procesos.		
	Jefe de la Oficina de Evaluación Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa		SEP 2013
2.	Actualizar el ROF y el MOF de la USMP y de las Facultades de acuerdo al nuevo Reglamento General de la USMP.		
	Director General de Administración		DIC 2013
3.	Rediseñar el o los procesos seleccionados.		
	Jefe de la Oficina de Evaluación Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa		DIC 2014

Estrategia 2 – Establecer una política integral de bienestar en la Universidad.

4.	Elaborar un Reglamento de Bienestar para los trabajadores de la USMP.		
	Jefe de la Oficina de Bienestar		SEP 2013
5.	Diseñar una Política para el Bienestar Universitario.		
	Vicerrector		OCT 2013
6.	Elaborar un procedimiento integral para procesar la Solicitud de Re-Categorización que incluya Normas sobre Pensión de Enseñanza.		
	Jefe de la Oficina de Bienestar		DIC 2013
7.	Postular a la Certificación de Responsabilidad Social SA 8000		
	Jefe de la Oficina de Bienestar		DIC 2013

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

8. Perfeccionar el mecanismo de quejas y sugerencias.	
Responsables de Acreditación de cada Facultad o Instituto	SEP 2013
9. Establecer un programa de apoyo y seguimiento a los egresados.	
Jefe de la Oficina de Proyección y Extensión	SEP 2013
10. Establecer un programa que promueva la relación con otras instituciones para prácticas y bolsa de trabajo para estudiantes y egresados.	
Jefe de la Oficina de Extensión y Proyección Universitaria	SEP 2013
11. Formar una comisión para la implementación de convenios interinstitucionales.	
Decanos	SEP 2013
12. Sistematizar la información de los egresados.	
Jefe de la Oficina de Grados y Títulos	DIC 2013
13. Crear un portal Web con comunidades de práctica y enlaces a redes sociales para mantener contacto con los egresados y entre ellos y apoyar su desarrollo profesional.	
Jefe de la Oficina de Grados y Títulos	DIC 2013

Estrategia 4 – Promover entre el personal docente y administrativo una cultura de servicio al cliente.

14. Efectuar una investigación y realizar una campaña de identificación e integración de los públicos internos.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	OCT 2013
15. Mejorar el programa Universidad Interna haciendo énfasis en el servicio al cliente.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	DIC 2013
16. Implementar las políticas del programa Universidad Interna a nivel de todos los docentes.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	JUN 2014



Estrategia 5 – Implementar un Sistema de Gestión Interna de la Calidad.

17. Implementar el sistema de gestión integral de calidad universitaria.	
Jefe de la Oficina de Evaluación Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa	DIC 2013
18. Obtener la acreditación de la Universidad, Facultades y Carreras con el CONEAU.	
Jefe de la Oficina de Evaluación Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa	JUN 2014

Estrategia 6 – Potenciar la política de formación, selección y contratación de docentes.

19. Establecer mecanismos para la formación de investigadores en todas las áreas profesionales.	
Jefes de los Departamentos Académicos	SEP 2013
20. Establecer mecanismos para la identificación y estimulación de candidatos a docentes entre los egresados.	
Jefes de los Departamentos Académicos	SEP 2013
21. Completar la implementación de las Ayudantías de Cátedra.	
Jefes de los Departamentos Académicos	DIC 2013
22. Implementar un sistema competitivo de compensaciones y facilidades.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	DIC 2013

Estrategia 7 – Promover la calificación y actualización de los docentes.

23. Relanzar el Programa de Formación Pedagógica a cargo del Instituto para la Calidad de la Educación.	
Jefe del Instituto para la Calidad de la Educación	DIC 2013
24. Implementar un programa de capacitación a los docentes en TIC para la educación.	
Jefe del Instituto para la Calidad de la Educación	DIC 2013
25. Continuar promoviendo e incentivar Maestrías y Doctorados.	
Jefes de los Departamentos Académicos	DIC 2014





Estrategia 8 – Evaluar periódica y continuamente a los docentes.

26. Nombrar una comisión multidisciplinaria para la elaboración de un Sistema Integral de Evaluación Docente de acuerdo con los reglamentos elaborados por la Comisión Institucional de Acreditación.	
Vicerrector	SEP 2013

Estrategia 9 – Priorizar y desarrollar líneas de investigación por especialidad e interdisciplinarias.

27. Nombrar un comité multidisciplinario para la priorización de las líneas de investigación de la USMP y creación de la Oficina General de Investigación de la USMP.	
Vicerrector	SEP 2013
28. Implementar la Oficina General de Investigación de la USMP.	
Vicerrector	DIC 2013
29. Crear o mejorar las revistas de investigación en cada Facultad en las que los graduados y titulados puedan publicar sus tesis.	
Vicerrector	DIC 2013
30. Crear un programa de incentivo para la investigación dirigido a profesores y alumnos.	
Vicerrector	DIC 2013
31. Promover las líneas de investigación priorizadas.	
Vicerrector	DIC 2013
32. Crear las carreras de Ciencias Cognitivas y Ciencias de los Datos (efectuar estudio, suscribir alianzas estratégicas con universidades líderes de países desarrollados, formular plan, contratar y desarrollar docentes e investigadores.)	
Rector	JUL 2014



Estrategia 10 – Establecer fondos, incentivos y reconocimientos para la investigación.

33. Nombrar un comité para la búsqueda de fondos para las líneas de investigación.	
Vicerrector	SEP 2013
34. Establecer una escala de incentivos para los docentes y alumnos que investiguen.	
Vicerrector	OCT 2013
35. Suscribir alianzas internacionales para publicaciones conjuntas.	
Vicerrector	DIC 2013
36. Iniciar la producción de libros y artículos indexados.	
Vicerrector	DIC 2013
37. Implementar y sistematizar el Registro de Propiedad Intelectual de la Universidad.	
Vicerrector	DIC 2013

Estrategia 11 – Promocionar en Internet nuestros trabajos de investigación.

38. Establecer un comité calificador de los trabajos de investigación.	
Vicerrector	SEP 2013
39. Organizar la publicación de e-books desarrollados en la USMP.	
Vicerrector	SEP 2013
40. Ampliar sustancialmente la información que se ofrece en la página web de la USMP a los grupos de interés, a la comunidad académica y al público en general sobre las investigaciones y publicaciones de la Universidad, incorporando resúmenes de las tesis, libros y patentes y links a los trabajos de investigación.	
Decano de la Facultad Ingeniería y Arquitectura	DIC 2013
41. Ampliar el ancho de banda e implementar wifi en todo el campus.	
Decano de la Facultad Ingeniería y Arquitectura	DIC 2013
42. Publicar anualmente las investigaciones realizadas.	
Vicerrector	ENE 2014

Estrategia 12 – Apoyar la publicación de nuestras investigaciones en revistas indexadas.

43. Establecer contactos con los editores de las principales revistas científicas de la región.	
Vicerrector	OCT 2013
44. Establecer una escala de incentivos académicos para los investigadores que publican en revistas indexadas.	
Vicerrector	OCT 2013
45. Establecer en el Fondo Editorial de la USMP la práctica de gestionar que la mayor cantidad de publicaciones sean publicadas en revistas internacionales indexadas.	
Vicerrector	OCT 2013

Estrategia 13 – Consolidar el crecimiento de la infraestructura y mantener el equipamiento necesario.

46. Continuar implementando y/o contratando campos deportivos.	
Dir. General de Administración - Decanos	DIC 2014
47. Implementar el proyecto del Hospital de Emergencias – Chiclayo.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2014
48. Ejecutar proyecto de infraestructura de la Facultad de Odontología – Aulas y Laboratorios – Fase 1.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2014
49. Ejecutar proyecto de infraestructura de la Facultad de Derecho – Implementación de ascensores.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2014
50. Continuar mejorando y ampliando los servicios de cafetería.	
Dir. General de Administración - Decanos	DIC 2014
51. Ejecutar proyecto de infraestructura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología – Fase 2.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2014
52. Implementar el Laboratorio de Cómputo para la Facultad de Ciencias Económicas, Financieras y Contables.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2014



53. Implementar el proyecto de la Clínica Médica – Equipamiento y Puesta en Marcha.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2014
54. Ejecutar proyecto de infraestructura de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura – Ambiente Administrativo.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2015
55. Implementar el proyecto del Hospital Universitario.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2015
56. Ejecutar proyecto de infraestructura de la Facultad de Odontología – Clínica – Fase 2.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2015
57. Completar Plan Maestro Filial Norte – Chiclayo.	
Director General de Administración	DIC 2015
58. Continuar potenciando las aulas: sistema inteligente, mejora de la acústica e iluminación, sistema isóptico.	
Dir. General de Administración - Decanos	DIC 2015
59. Ejecutar proyecto de infraestructura de la Facultad de Odontología – Implementación de la Clínica Universitaria – Fase 3.	
Dir. General de Administración - Decano	DIC 2015





Estrategia 14 – Crear una Dirección de Informática y Telecomunicaciones.

60. Implementar la Dirección de Informática y Telecomunicaciones.	
Vicerrector	DIC 2013
61. Desarrollar un proyecto de Big Data a fin de proveer información en tiempo real para la toma de decisiones estratégicas a partir de los sistemas de información internos, de información proveniente de las redes sociales y de información de la web, aplicando ciencias cognitivas, ciencias de datos y software para analítica.	
Decano de la Facultad Ingeniería y Arquitectura	DIC 2013
62. Potenciar el uso y aprovechamiento de herramientas tecnológicas.	
Decano de la Facultad Ingeniería y Arquitectura	DIC 2013
63. Apoyar al docente en el uso eficiente de la tecnología.	
Decano de la Facultad Ingeniería y Arquitectura	DIC 2013
64. Optimizar el uso del SICAT.	
Decano de la Facultad Ingeniería y Arquitectura	DIC 2013

Estrategia 15 – Actualizar el material bibliográfico en todas sus modalidades.

65. Incrementar las suscripciones a editoriales, revistas especializadas y bancos de información.	
Secretarios de Facultad	DIC 2013
66. Incrementar la adquisición de textos, libros y otras publicaciones.	
Secretarios de Facultad	DIC 2013
67. Implementar en cada Facultad facilidades para leer e-books.	
Secretarios de Facultad	DIC 2013

Estrategia 16 – Potenciar convenios con entidades bibliográficas y difundirlos en la web.

68. Incrementar el número de convenios con universidades y otras instituciones para compartir Centros de Documentación e intensificar los convenios ya existentes.	
Jefe de la Biblioteca Central	DIC 2013
69. Implementar campañas de difusión interna sobre las acciones iniciadas por la Biblioteca Central.	
Jefe de la Biblioteca Central	



Estrategia 17 – Integrar el Sistema de Bibliotecas de la Universidad.

70. Implementar el libre acceso de los alumnos de la Universidad a las diversas Bibliotecas de nuestra Casa Superior de Estudios.	
Consejo Universitario	DIC 2013

Estrategia 18 – Profesionalizar al personal de bibliotecas.

71. Efectuar una evaluación del personal actual de las Bibliotecas de la Universidad.	
Jefe de la Biblioteca Central	DIC 2013

72. Implementar un sistema continuo de calificación del personal de Bibliotecas.	
Jefe de la Biblioteca Central	DIC 2013

73. Implementar un Plan de Capacitación en organización de bibliotecas y atención al usuario para el personal de Bibliotecas.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	DIC 2013

Estrategia 19 – Impulsar los Centros de Producción.

74. Diseñar proyectos y servicios orientados a la generación de Centros de Producción.	
Decanos	DIC 2013

75. Identificar los sectores empresariales potencialmente vinculables a los Centros de Producción de la Universidad.	
Decanos	DIC 2013

76. Establecer alianzas estratégicas con empresas e instituciones vinculadas a los Centros de Producción.	
Decanos	DIC 2013

77. Potenciar proyectos de Centros de Producción interdisciplinarios.	
Decanos	JUN 2014





Estrategia 20 – Mantener el control y efectuar seguimiento del pago oportuno de pensiones.

78. Monitorear el rango de deserción de alumnos por efecto de moras.	
Decanos	OCT 2013

79. Elaborar un plan de recuperación de alumnos mediante fraccionamiento-deuda cero con interés reducido.	
Decanos	DIC 2013

80. Establecer convenios para créditos educativos.	
Director General de Administración	DIC 2013

Estrategia 21 – Implementar Merchandising.

81. Crear una Oficina de Merchandising dependiente de la Unidad de Marketing.	
Rector	SEP 2013

82. Desarrollar un estudio de mercado de productos comercializables que generen identificación institucional.	
Jefe de la Oficina de Merchandising - Decanos	DIC 2013

83. Implementar la comercialización y la distribución de los productos de identificación institucional en forma paulatina.	
Jefe de la Oficina de Merchandising - Decanos	JUN 2014



Estrategia 22 – Crear un fondo específico para la investigación universitaria.

84. Señalar un porcentaje de los ingresos de la Universidad para dedicarlos a promover y potenciar la investigación.	
Consejo Universitario	DIC 2013
85. Propiciar la creación de un Consejo de Investigación dependiente del Rector.	
Rector	DIC 2013
86. Propiciar alianzas estratégicas con empresas e instituciones nacionales e internacionales promotoras de investigación.	
Decanos	DIC 2013
87. Propiciar la creación de un INDEX de temas seleccionados para investigación.	
Consejo de Investigación	DIC 2013
88. Propiciar e incentivar la participación de los docentes en proyectos de investigación.	
Decanos	DIC 2013

Estrategia 23 – Implementar un Plan Integral de Marketing.

89. Redefinir la política institucional de marketing incluyendo el marketing digital.	
Rector	SEP 2013
90. Crear la Unidad de Marketing.	
Rector	SEP 2013
91. Convocar y designar al Jefe de la Unidad de Marketing y al Especialista en marketing digital.	
Rector	SEP 2013
92. Crear una comunidad virtual de la USMP empezando con los actuales miembros de la comunidad universitaria.	
Especialista en marketing digital	OCT 2013
Jefe de la Unidad de Marketing	DIC 2013
93. Ampliar y perfeccionar las relaciones con los grupos de interés externos.	
Jefe de la Unidad de Marketing	DIC 2013
94. Organizar Consejos Consultivos a nivel Universidad y en cada Facultad.	
Rector – Decanos	DIC 2013
95. Elaborar el Plan de Marketing, integrando las actividades ya realizadas en relación con la presencia de la USMP en las redes sociales, publicidad en la web, fidelización digital y análisis de imagen, tendencias y requerimientos en las redes sociales para aplicación de big data.	
Jefe de la Unidad de Marketing	NOV 2013
96. Aprobar el Plan de Marketing.	
Rector	DIC 2013
97. Ejecutar el Plan de Marketing.	
Jefe de la Unidad de Marketing	JUN 2014

Estrategia 24 – Implementar y ampliar la oferta virtual de la Universidad de San Martín de Porres.

98. Suscribir alianzas estratégicas con instituciones de nivel internacional especializadas en educación virtual.	
Jefe de la Oficina de Planificación	JUL 2013
99. Elaborar un plan para la implementación y desarrollo de la oferta virtual de la USMP (considerar oferta, alianzas estratégicas, mercadeo, contratación y formación de docentes, desarrolladores y tutores, plataforma, infraestructura tecnológica, complementariedad con la educación presencial).	
Jefe de la Oficina de Planificación	SEP 2013
100. Efectuar un estudio de mercado para identificar la demanda potencial de educación virtual (demanda y competencia nacional y global; considerar diplomados, extensión, cursos, certificaciones, carreras, maestrías, doctorados, MOOC).	
Jefe de la Oficina de Planificación	NOV 2013
101. Lanzar la oferta virtual USMP en programas precalificados.	
Jefe de la Oficina de Planificación	ENE 2014

Estrategia 25 – Impulsar la formación de cuadros directivos.

102. Desarrollar un Diplomado en Gestión Universitaria.	
Jefe de la Oficina de Evaluación Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa	SEP 2013
103. Efectuar un diagnóstico de las necesidades de la organización para elevar la calidad de sus cuadros directivos.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	OCT 2013
104. Implementar programas de formación y capacitación integral en temas gerenciales de acuerdo a las necesidades de la organización.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	DIC 2013
105. Implementar programas de identificación, monitoreo y seguimiento de las capacidades gerenciales.	
Jefe de la Oficina de Recursos Humanos	DIC 2013
106. Completar el dictado del primer Diplomado en Gestión Universitaria.	
Jefe de la Oficina de Evaluación Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa	ABR 2014