

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO

CAPITULO I

GENERALIDADES

	Pág.
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2 GIRO DEL NEGOCIO	4
1.3 PORTAFOLIO DE SERVICIOS	6
1.4 ESTRUCTURA Y CULTURA ORGANIZACIONAL	7
1.5 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.6 OBJETIVOS	16
1.7 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	16
1.7.1 MARCO TEÓRICO	16
1.7.2 MARCO CONCEPTUAL	43
1.7.3 LISTADO DE ABREVIATURAS	45

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

	Pág.
2.1 ANÁLISIS EXTERNO	46
2.1.1 MACROAMBIENTE	46
2.1.1.1 FACTOR ECONÓMICO	47
2.1.1.2 FACTOR POLÍTICO	57
2.1.1.3 FACTOR LEGAL	58
2.1.1.4 FACTOR SOCIAL	59
2.1.1.5 FACTOR TECNOLÓGICO	61
2.1.1.6 FACTOR AMBIENTAL	62
2.1.2 MICROAMBIENTE	62
2.1.2.1 PROVEEDORES	63
2.1.2.2 CLIENTES O USUARIOS	64
2.1.2.3 COMPETENCIA	76
2.2 ANÁLISIS INTERNO	77

2.2.1 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	77
2.2.2 CAPACIDAD TALENTO HUMANO	79
2.2.3 CAPACIDAD DE SERVICIO Y PRODUCCIÓN	80
2.2.4 CAPACIDAD FINANCIERA	81
2.3 MATRICES	83
2.3.1 MATRICES DE RESUMEN EXTERNA E INTERNA	83
2.3.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN EXTERNA	86
2.3.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA	88
2.3.4 MATRIZ GENERAL ELECTRIC	90
2.3.5 MATRIZ DE PRIORIZACIÓN	90
2.3.6 MATRIZ DE ACCIÓN	95
2.3.6.1 MATRIZ DE ÁREAS OFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA FO	95
2.3.6.2 MATRIZ DE ÁREAS DEFENSIVAS E INICIATIVA ESTRATÉGICA DA	97
2.3.6.3 MATRIZ DE ÁREAS DE RESPUESTA ESTRATÉGICA. F.A.	99
2.3.6.4 MATRIZ DE ÁREAS DE MEJORAMIENTO ESTRATÉGICO "D.O"	101
2.3.7 MATRIZ DE SÍNTESIS	103
2.4 RESUMEN	105

CAPITULO III DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

	Pág.
3.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	107
3.2 FILOSOFÍA CORPORATIVA	108
3.2.1 PRINCIPIOS	108
3.2.1.1 MATRIZ AXIOLÓGICA	109
3.2.2 VALORES	110
3.2.2.1 MATRIZ AXIOLÓGICA	111
3.2.3 PARADIGMAS	112
3.2.4 MISIÓN	112
3.2.5 VISIÓN	114
3.2.6 OBJETIVOS	115
3.2.6.1 PROPUESTAS DE VALOR POR PERSPECTIVAS	115
3.2.6.1.1 PROPUESTA DE VALOR PARA FAE	116

3.2.6.1.2 PROPUESTA DE VALOR PARA LOS ALUMNOS	116
3.2.6.1.3 PROPUESTA DE VALOR EN LOS PROCESOS INTERNOS	117
3.2.6.1.4 PROPUESTA DE VALOR EN CAPITAL INTANGIBLE	117
3.2.6.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CLAVES	118
3.2.7 MAPA POR PERSPECTIVAS	121
3.2.8 TIEMPO DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CLAVE	122
3.2.9 ESTRATEGIA CORPORATIVA	125
3.2.10 MAPA ESTRATÉGICO CORPORATIVO	129

CAPITULO IV

CUADRO DE MANDO INTEGRAL (B.S.C.)

	Pág.
4.1 MEDIDAS	130
4.1.1 DEFINICIÓN DE MEDIDAS	131
4.1.1.1 PROPUESTA DE VALOR PARA INSTITUCIÓN	131
4.1.1.2 PROPUESTA DE VALOR PARA LOS ALUMNOS	132
4.1.1.3 PROPUESTA DE VALOR EN LOS PROCESOS INTERNOS	133
4.1.1.4 PROPUESTA DE VALOR EN CAPITAL INTANGIBLE	134
4.2 METAS	135
4.2.1 DEFINICIÓN DE METAS	135
4.2.1.1 PROPUESTA DE VALOR PARA INSTITUCIÓN	135
4.2.1.2 PROPUESTA DE VALOR PARA LOS ALUMNOS	136
4.2.1.3 PROPUESTA DE VALOR EN LOS PROCESOS INTERNOS	137
4.2.1.4 PROPUESTA DE VALOR EN CAPITAL INTANGIBLE	138
4.3 MEDIOS	139
4.3.1 DEFINICIÓN DE MEDIOS	139
4.3.1.1 PROPUESTA DE VALOR PARA INSTITUCIÓN	139
4.3.1.2 PROPUESTA DE VALOR PARA LOS ALUMNOS	140
4.3.1.3 PROPUESTA DE VALOR EN LOS PROCESOS INTERNOS	141
4.3.1.4 PROPUESTA DE VALOR EN CAPITAL INTANGIBLE	142
4.4 RESUMEN CUADRO DEMANDO INTEGRAL	143

CAPITULO V

IDENTIFICACIÓN DE PROYECTOS

	Pág.
5.1 DETERMINACIÓN DE PROYECTOS	144
5.1.1 PROPUESTA DE VALOR PARA FAE	144
5.1.2 PROPUESTA DE VALOR PARA LOS ALUMNOS	145
5.1.3 PROPUESTA DE VALOR EN LOS PROCESOS INTERNOS	146
5.1.4 PROPUESTA DE VALOR EN CAPITAL INTANGIBLE	147
5.2 PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS	148
5.3 ELABORACIÓN DE PERFILES DE PROYECTOS	149
5.3.1 CORTO PLAZO	149
5.3.2 MEDIANO PLAZO	154
5.3.3 LARGO PLAZO	160
5.4 PROGRAMACIÓN DE PROYECTOS	165
5.5 DESARROLLO DE DE PROYECTOS	175
5.5.1 PROYECTO No. 1: DIFUSIÓN Y EJECUCIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL SEV	175
5.5.1.1 DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES:	176
5.5.2 PROYECTO No. 2.- EJECUTAR UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DIRECTIVO, OPERATIVO Y TUTORES.	179
5.5.2.1 DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES:	180
5.5.3 PROYECTO No. 3.- ESTUDIO DE NECESIDADES EDUCATIVAS DE LA FAE	183
5.5.3.1 DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES:	184

CAPITULO VI

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

	Pág.
6.1 DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO	189
6.1.1 MATRIZ DE RESUMEN DE PROYECTOS	190
6.1.2 MATRIZ DE PRESUPUESTO	191
6.1.3 MATRIZ DE PRESUPUESTO POR PARTIDAS	193
6.2 BENEFICIO SOCIAL	194

CAPITULO VII
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

	Pág.
7.1 CONCLUSIONES	195
7.2 RECOMENDACIONES	195

ANEXOS

	Pág.
ANEXO 2A.- ENCUESTA CLIENTES	196
ANEXO 2B.- RESULTADO ENCUESTA CLIENTES	200
ANEXO 3A.- ENTREVISTA PARA DETERMINAR PRINCIPIOS Y VALORES	209
ANEXO 5A.- ENCUESTA PARA DETERMINAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN	210
ANEXO 5B.- ENTREVISTA PARA DETERMINAR NECESIDADES EDUCATIVAS	212
ANEXO 5C.- ENCUESTA PARA DETERMINAR NECESIDADES EDUCATIVAS	213

BIBLIOGRAFÍA

214

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

CAPITULO I

GENERALIDADES

	Pág.
FIGURA N° 1.1 MODELO EDUCATIVO FAE	5
FIGURA N° 1.2 ORGÁNICO ESTRUCTURAL FAE	7
FIGURA N° 1.3 ORGÁNICO ESTRUCTURAL DEL COED	8
FIGURA N° 1.4 ORGÁNICO ESTRUCTURAL SEV	9
FIGURA N° 1.5 DIAGRAMA CAUSA EFECTO	15
FIGURA N° 1.6 DIAGRAMA METODOLÓGICO	19
FIGURA N° 1.7 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	20
FIGURA N° 1.8 DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO	23
FIGURA N° 1.9 EXCELENCIA ORGANIZACIONAL	25
FIGURA N° 1.10 PERSPECTIVAS DEL BSC	28

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

	Pág.
FIGURA No 2.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO	49
FIGURA No. 2.2 INFLACIÓN	51
FIGURA No 2.3 DESEMPLEO	52
FIGURA No 2.4 RIESGO PAÍS	54
FIGURA No 2.5 PRECIO DEL BARRIL DE PETRÓLEO	56
Tabla N° 2.1 PRINCIPALES INDICADORES	47
Tabla N° 2.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO	48
Tabla N° 2.3 INFLACIÓN	50
Tabla N° 2.4 DESEMPLEO	52
Tabla N° 2.5 RIESGO PAÍS	53
Tabla N° 2.6 PRECIO DEL BARRIL DE PETRÓLEO	55

CAPITULO III
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

	Pág.
Tabla N° 3.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	107
Tabla N° 3.2 MATRIZ AXIOLÓGICA PRINCIPIOS	109
Tabla N° 3.3 MATRIZ AXIOLÓGICA VALORES	111
Tabla N° 3.4 PARADIGMAS	112
Tabla N° 3.5 ELEMENTOS CLAVES MISIÓN	113
Tabla N° 3.6 ELEMENTOS CLAVES VISIÓN	114

CAPITULO IV
CUADRO DE MANDO INTEGRAL (B.S.C.)

FIGURA N° 4.1 ADMINISTRACIÓN A TRAVÉS DE SCORECARD

CAPITULO V
IDENTIFICACIÓN DE PROYECTOS

	Pág.
Tabla N° 5.1 RESUMEN PROYECTOS PRIORIZADOS	149
Tabla N° 5.2 CRONOGRAMA PARA LA REALIZACIÓN DE TALLERES	178
Tabla N° 5.3 PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN	181
Tabla N° 5.4 CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES	182
Tabla N° 5.5 PRESUPUESTO DEL ESTUDIO DE MERCADO	187