

Título del Proyecto

Jesús Alonso Vilca Tumbalobos

Nombre de la Institución: SENATI

Nombre del Curso

Nombre del Profesor

08 de agosto de 2025

Índice

CAPÍTULO I	4
1. Información de la empresa	4
1.1. Razón social	4
1.2. Misión, Visión, Objetivos, Valores de la empresa	5
1.2.1. Misión	5
1.2.2. Visión	5
1.2.3. Objetivo general	5
1.2.4. Valores	5
1.3. Servicios, mercado, clientes	6
1.3.1. Servicios	6
1.3.2. Mercado	6
1.3.3. Clientes	7
1.4. Estructura de la Organización	8
1.5. Otra información relevante de la empresa donde se desarrolla el proyecto . .	8
CAPÍTULO II	8
2. Fundamentación del proyecto	8
2.1. Identificación del problema técnico en la empresa	8
2.2. Objetivos del Proyecto de Innovación	9
2.2.1. Objetivo General	9
2.2.2. Objetivos Específicos	9
2.2.3. Objetivos Operativos	9
2.3. Antecedentes del Proyecto de Innovación y/o Mejora	10
2.3.1. Locales	10
2.3.2. Nacionales	10

2.3.3. Internacionales	11
2.4. Justificación del Proyecto de Innovación y/o Mejora	11
2.4.1. Justificación social	11
2.4.2. Justificación económica	11
2.4.3. Justificación tecnológica	12
2.5. Marco Teórico y Conceptual	12
2.5.1. Fundamento teórico del Proyecto de Innovación y Mejora	12
2.5.2. Conceptos y términos utilizados	12
3. Referencias Bibliográficas	12
Referencias Bibliográficas	12
4. Referencias	13
5. Anexos	13
Anexos	13

1. Información de la empresa

1.1. Razón social

Nombre de empresa: CESTYS - PERU E.I.R.L.

RUC: 20600604733

Dirección: Av.Independencia N°257, Ayacucho 05001

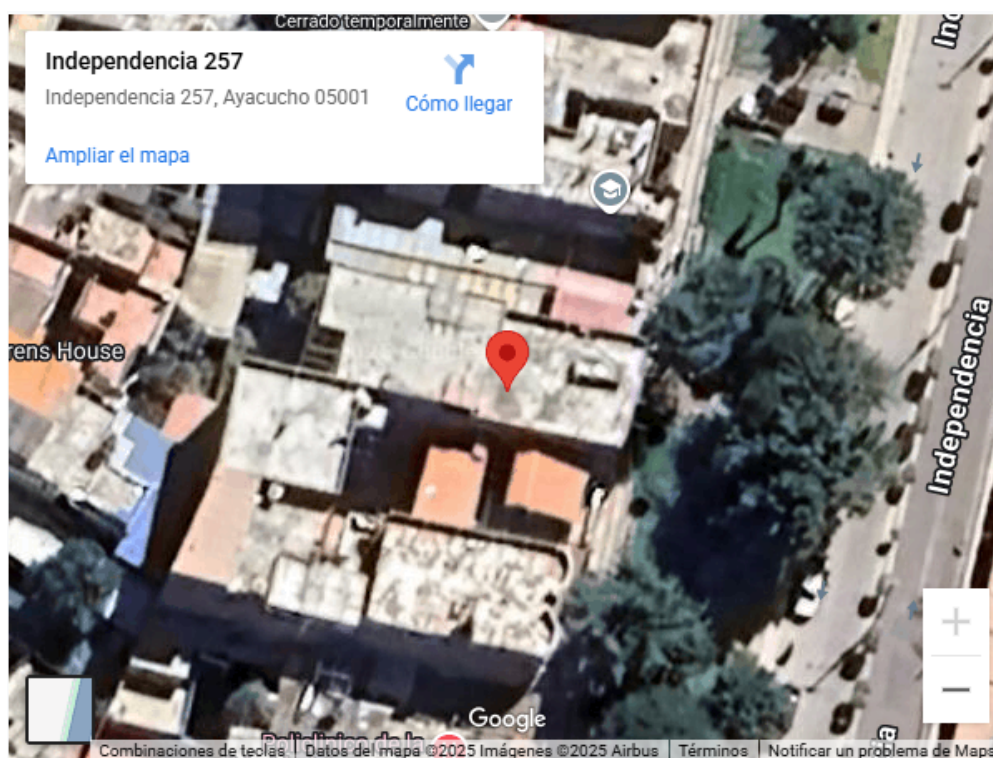
Gerente General: GAMION ESPEJO GUDELIA YADHIRA

Sector: Privado

Actividades Económicas: Principal - 8530 - ENSEÑANZA SUPERIOR

Figura 1

Dirección de la empresa CESTYS - PERU E.I.R.L.



Nota. Imagen

obtenida de Google Maps. <https://maps.app.goo.gl/bD9mycmME8B9z5wA6>

1.2. Misión, Visión, Objetivos, Valores de la empresa

1.2.1. *Misión*

Brindar programas de capacitación en Tecnología, Gestión Pública, Ingeniería, Arquitectura y Salud, con una metodología práctica y actualizada, que permita a nuestros estudiantes adquirir las habilidades necesarias para insertarse en el mundo laboral en corto tiempo, impulsando así su desarrollo personal y profesional.

1.2.2. *Visión*

Ser reconocidos a nivel nacional como una institución líder en formación técnica y profesional de corta duración, que transforma vidas al facilitar el acceso rápido al empleo y promover la continuidad de estudios superiores.

1.2.3. *Objetivo general*

Formar profesionales competentes en un periodo de 2, 4 o 6 meses, capaces de responder a las demandas del mercado laboral y generar oportunidades para el crecimiento educativo y económico de nuestros egresados.

1.2.4. *Valores*

- **Compromiso:** Trabajamos con dedicación para garantizar la calidad de la enseñanza y el éxito de nuestros estudiantes.
- **Excelencia:** Mantenemos altos estándares académicos y profesionales.
- **Innovación:** Incorporamos metodologías y contenidos actualizados según las tendencias del mercado.
- **Responsabilidad:** Cumplimos con nuestra labor educativa con ética y transparencia.
- **Trabajo en equipo:** Fomentamos la colaboración entre docentes, personal y alumnos para alcanzar objetivos comunes.

1.3. Servicios, mercado, clientes

1.3.1. *Servicios*

El servicio principal de esta institución es la capacitación y formación profesional. En lugar de ofrecer productos físicos, la empresa proporciona un servicio educativo integral que busca desarrollar las habilidades y el conocimiento de sus estudiantes.

La oferta académica está diseñada para brindar conocimientos y habilidades relevantes, lo que permite a los participantes mejorar tanto su perfil profesional como su desarrollo personal. La empresa se dedica a enseñar y capacitar a sus estudiantes en diversas áreas de alta demanda en el mercado laboral, adaptando su metodología a las necesidades actuales y futuras de los sectores productivos.

■ **Programas de capacitación:**

- Administración y gestión empresarial (Cajero Financiero y Comercial, Contabilidad y Finanzas, etc).
- Ciencias de la salud (Asistente de farmacia, Asistente dental, Asistente en fisioterapia y rehabilitación).
- Gestión pública (Administración pública, políticas públicas).
- Ingeniería y arquitectura (Topografía, Lectura de planos, etc).
- Tecnología e informática (Ofimatica, Edicion y postproduccion de videos, etc).

- #### ■ **Modalidades de estudio:** Presencial y virtual, ofreciendo flexibilidad y accesibilidad para diferentes perfiles de estudiantes.

1.3.2. *Mercado*

El mercado para esta institución está determinado por factores como ubicación, demanda y competencia.

- **Ubicación geográfica:** Principalmente en Ayacucho, con alcance nacional e internacional gracias a la modalidad virtual.
- **Tamaño del mercado:** Jóvenes de 17 a 25 años y profesionales que buscan formación continua.
- **Tendencias:** Aumento de la demanda de educación virtual y especializada, impulsada por la digitalización y necesidades del mercado laboral.
- **Competencia:** Universidades e institutos (públicos y privados), que compiten en calidad académica, infraestructura, costos y prestigio.

1.3.3. Clientes

Los principales clientes son los estudiantes, quienes se agrupan en dos grandes segmentos:

Estudiantes de pregrado.

- **Demografía:** Jóvenes recién egresados de secundaria (17 a 25 años).
- **Motivación:** Obtener un título profesional, mejorar su calidad de vida y contribuir a su comunidad.
- **Necesidades:** Educación de calidad, tecnología, apoyo académico, orientación, costos accesibles, empleabilidad.

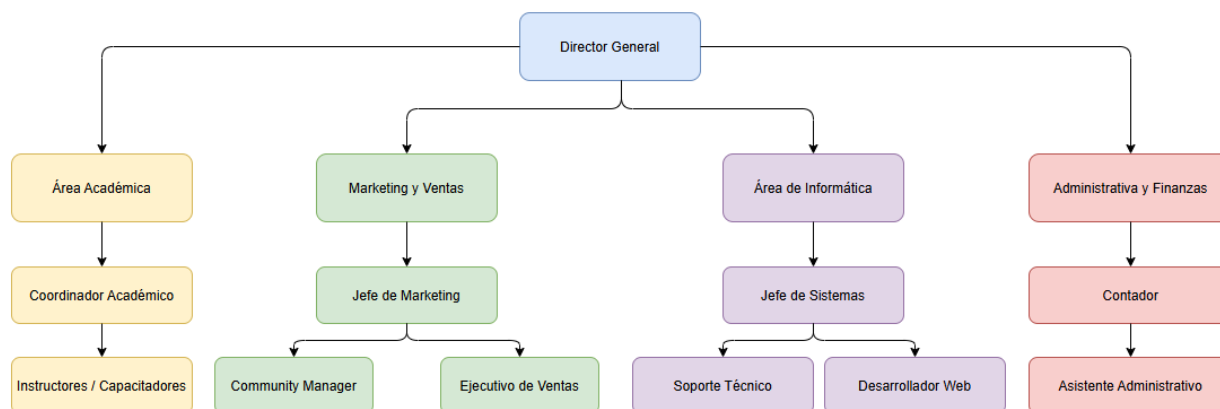
Estudiantes de posgrado y educación continua.

- **Demografía:** Profesionales mayores de 25 años, activos en el mercado laboral.
- **Motivación:** Especializarse, ascender, cambiar de carrera o actualizar conocimientos.
- **Necesidades:** Flexibilidad, modalidad virtual, contenido actualizado, docentes con experiencia, red de contactos.

1.4. Estructura de la Organización

Figura 2

Organigrama de la empresa CESTYS



1.5. Otra información relevante de la empresa donde se desarrolla el proyecto

2. Fundamentación del proyecto

2.1. Identificación del problema técnico en la empresa

El principal problema técnico de la empresa se fundamenta en la baja demanda de sus servicios de capacitación y formación profesional en el mercado de Ayacucho. Si bien la institución ofrece una variedad de programas en áreas de alta demanda (como administración, salud e ingeniería), la respuesta del mercado local no ha sido la esperada.

Este problema no se limita solo a la falta de inscripciones, sino que se manifiesta en varios aspectos técnicos y estratégicos:

- **Falta de penetración en el mercado local:** La institución no ha logrado posicionarse como una opción de referencia para la capacitación en Ayacucho. Esto puede deberse a una limitada estrategia de marketing, una percepción desfavorable de la calidad de los cursos o a una oferta que no se ajusta completamente a las necesidades específicas de los profesionales y empresas locales.
- **Dependencia excesiva del mercado presencial:** La baja demanda en la

modalidad presencial demuestra una vulnerabilidad de la empresa, ya que su modelo de negocio está fuertemente ligado a un mercado geográfico limitado. Si el mercado local no tiene la capacidad de absorber la oferta, es necesario buscar alternativas para su crecimiento.

- **Ineficaz aprovechamiento de la modalidad virtual:** La modalidad virtual, que podría ser la solución a la baja demanda local, no está siendo utilizada de manera efectiva. Esto puede deberse a una deficiente estrategia de marketing digital, una plataforma tecnológica poco atractiva o un desconocimiento del público objetivo fuera de Ayacucho.

2.2. Objetivos del Proyecto de Innovación

2.2.1. *Objetivo General*

Desarrollar e implementar una plataforma web de gestión académica y marketing digital para la empresa de capacitación, con el fin de superar la baja demanda local, optimizar la administración de cursos y ampliar el alcance de la oferta educativa a nivel nacional e internacional.

2.2.2. *Objetivos Específicos*

- Optimizar la administración de cursos
- Mejorar la promoción y el alcance de la oferta
- Generar datos para la toma de decisiones

2.2.3. *Objetivos Operativos*

- Desarrollo de la plataforma
- Implementación de la estrategia de contenido
- Capacitación y lanzamiento

2.3. Antecedentes del Proyecto de Innovación y/o Mejora

2.3.1. Locales

Proyectos de la DRE Ayacucho y FONDEP: La Dirección Regional de Educación de Ayacucho (DRE) y el Fondo Nacional de Desarrollo de la Educación Peruana (FONDEP) han promovido concursos y ferias de innovación educativa. Estos proyectos, aunque principalmente enfocados en el ámbito escolar, demuestran una creciente apertura en la región hacia la integración de la tecnología para mejorar la calidad educativa (MINEDU, 2021).

Capacitaciones docentes locales: Se han identificado proyectos de capacitación y actualización de estrategias educativas para docentes, como el caso de *Yachachinapaq Pusanakuy*. Este tipo de iniciativas, documentadas en informes técnicos y publicaciones regionales (García y Quispe, 2020), revelan una demanda latente por la formación continua y el desarrollo de habilidades profesionales, lo que valida la necesidad de una plataforma que ordene y promueva dicha oferta de manera más accesible.

2.3.2. Nacionales

Plataforma Nacional de Talento Digital del Estado Peruano: Esta iniciativa gubernamental, impulsada por la Secretaría de Gobierno Digital, ofrece cursos virtuales para formar a ciudadanos en tecnologías de la información. Su éxito reside en la centralización de la oferta y la accesibilidad, demostrando la eficacia de una plataforma única para atraer a un público masivo (del Consejo de Ministros, 2022).

Proyectos de Innovación de la UPN y otras universidades privadas: La Universidad Privada del Norte (UPN) y otras instituciones han implementado plataformas de formación continua y proyectos de tesis enfocados en la implementación de plataformas e-learning para la capacitación de colaboradores. Estos proyectos, documentados en estudios como el de (Ramos, 2021), validan el modelo de negocio y tecnológico propuesto, subrayando la importancia de la flexibilidad y la adaptación a las necesidades del mercado.

2.3.3. Internacionales

- Desarrollo de la plataforma
- Implementación de la estrategia de contenido
- Capacitación y lanzamiento

2.4. Justificación del Proyecto de Innovación y/o Mejora

2.4.1. Justificación social

El proyecto tiene un impacto social directo al democratizar el acceso a la educación continua y de calidad. Al ofrecer cursos en modalidad virtual, se superan las barreras geográficas y de tiempo, permitiendo a personas que viven en zonas rurales de Ayacucho, o que tienen horarios laborales exigentes, capacitarse y mejorar sus habilidades profesionales.

- Desarrollo de la plataforma

2.4.2. Justificación económica

La plataforma web es una inversión estratégica que generará un retorno económico significativo para la empresa. Su justificación económica se basa en:

- **Ampliación del mercado:** La modalidad virtual permite a la empresa llegar a un público más allá de Ayacucho, abriendo las puertas a un mercado nacional e internacional y multiplicando su potencial de ingresos.
- **Optimización de costos:** Al automatizar procesos de inscripción y seguimiento de estudiantes a través de la plataforma, se reduce la carga de trabajo del personal administrativo y se minimizan los costos operativos.

2.4.3. Justificación tecnológica

El proyecto es una respuesta moderna y eficiente a los desafíos del mercado. La justificación tecnológica se centra en estos tres items.

- **Modernización en la infraestructura:** Se migrará de procesos manuales a un sistema digital integrado, lo que mejorará la eficiencia y la seguridad de la información.
- **Flexibilidad y escalabilidad:** La plataforma está diseñada para crecer junto con la empresa. Se podrán añadir nuevos cursos, funcionalidades y usuarios de manera sencilla, sin necesidad de reestructurar todo el sistema.
- **Posicionamiento competitivo:** Al adoptar una tecnología de vanguardia, la empresa se diferencia de su competencia en el mercado local y se posiciona como una institución moderna e innovadora, atrayendo a una nueva generación de estudiantes que valora la tecnología.

2.5. Marco Teórico y Conceptual

2.5.1. *Fundamento teórico del Proyecto de Innovación y Mejora*

2.5.2. *Conceptos y términos utilizados*

3. Referencias Bibliográficas

4. Referencias

- del Consejo de Ministros, P. (2022). *Plataforma nacional de talento digital del estado peruano*. Recuperado de <https://www.gob.pe/pcm>.
- García, J., y Quispe, M. (2020). *Informe técnico: Yachachinapaq pusanakuy*. Ayacucho, Perú.
- MINEDU. (2021). *Proyectos de innovación educativa en ayacucho*. Recuperado de <https://www.gob.pe/minedu>.
- Ramos, L. (2021). *Implementación de plataformas e-learning para la capacitación de colaboradores*. Universidad Privada del Norte.

5. Anexos