

Título del Proyecto

Jesús Alonso Vilca Tumbalobos

Nombre de la Institución: SENATI

Nombre del Curso

Nombre del Profesor

08 de agosto de 2025

Índice

1. CAPÍTULO I: 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. Productos, mercado, clientes	6
1.3.1. Productos	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
2. CAPÍTULO II: Fundamentación del proyecto	8
2.1. Identificación del problema técnico en la empresa	8
2.2. Objetivos del Proyecto de Innovación y/o Mejora	8
2.3. Antecedentes del Proyecto de Innovación y/o Mejora	8
2.4. Justificación del Proyecto de Innovación y/o Mejora	8
2.5. Marco Teórico y Conceptual	8
2.5.1. Fundamento teórico del Proyecto de Innovación y Mejora	8
2.5.2. Conceptos y términos utilizados	8
3. Referencias Bibliográficas	8
Referencias Bibliográficas	8
4. Anexos	8

Anexos

1. CAPÍTULO I: Información de la empresa

1.1. Razón social

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

RUC: 20600604733

Dirección: AV.Independencia N°257

Gerente General: GAMION ESPEJO GUDELIA YADHIRA

Sector: Privado

Actividades Económicas: Principal - 8530 - ENSEÑANZA SUPERIOR

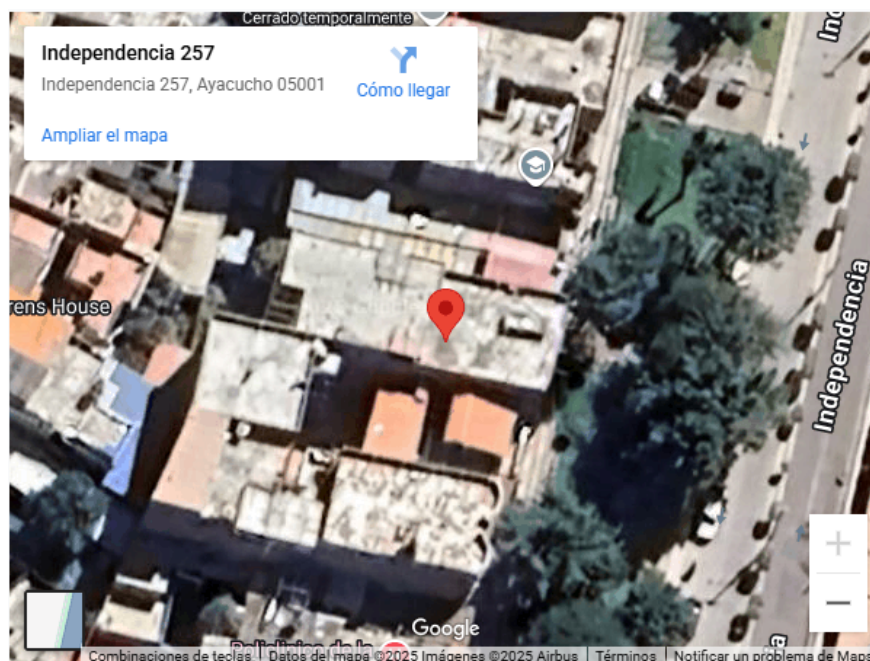


Figura 1

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

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. Productos, mercado, clientes

1.3.1. *Productos*

Los productos de esta institución educativa son servicios de formación y capacitación profesional, no objetos físicos. La oferta académica está diseñada para brindar conocimientos y habilidades relevantes, permitiendo a los estudiantes mejorar su perfil profesional y personal. La empresa se dedica a enseñar y capacitar en diversas áreas de alta demanda.

■ **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

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

2. CAPÍTULO II: Fundamentación del proyecto

2.1. Identificación del problema técnico en la empresa

2.2. Objetivos del Proyecto de Innovación y/o Mejora

2.3. Antecedentes del Proyecto de Innovación y/o Mejora

2.4. Justificación del Proyecto de Innovación y/o Mejora

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. Anexos