



Plan de Desarrollo Quinquenal 2023-2027

Contenido

- Proceso de formulación del plan
- Diagnóstico estratégico
- Nuestra Visión
- Ejes, objetivos, áreas de trabajo y proyectos
- Próximos pasos

Proceso de formulación

FASE	I Análisis del entorno externo e interno	II Definición de visión, ejes, objetivos estratégicos y áreas de trabajo	III Formulación de proyectos, priorización y elección
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none">▪ Profesores ESAN▪ Colaboradores ESAN▪ Representantes de universidades extranjeras▪ Autoridades académicas y de gestión	<ul style="list-style-type: none">▪ Rector▪ Comité de dirección	<ul style="list-style-type: none">▪ Rector▪ Comité de dirección▪ Profesores ESAN▪ Colaboradores ESAN
Inputs	<ul style="list-style-type: none">▪ Encuesta de percepción a colaboradores y facultad<ul style="list-style-type: none">○ Se midió percepción de marca, clima e identidad, fortalezas, áreas de mejora, compromisos○ Más de 300 respuestas▪ Reportes de tendencias globales de la educación universitaria.▪ Estudios de imagen y posicionamiento a nivel de pregrado y postgrado.▪ Informes financieros de ESAN.	<ul style="list-style-type: none">▪ Diagnóstico estratégico	<ul style="list-style-type: none">▪ Informes de equipos de trabajo colaborativo<ul style="list-style-type: none">○ Se conformaron 17 equipos de tarea entre profesores, jefes de área, directores de programa y líderes de gestión de la universidad.○ Se generaron más de 200 propuestas para promover el cambio.



Diagnóstico estratégico

Diagnóstico estratégico

Oportunidades

- Consumidor digital, cauto económicamente, preocupado por su entorno, que ve a la educación como un servicio y demanda experiencias memorables.
- Estudiantes potenciales buscan educación enfocada a resultados concretos y aplicables a su vida laboral.
- Nuevas metodologías y herramientas de aprendizaje orientadas a lo experiencial y a la inmersión están preferidas por los consumidores potenciales.
- Uso de tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del estudiante a lo largo de su ciclo de aprendizaje.
- Enfoque en el lifelong learning del estudiante por parte de las universidades para generar vínculos a largo plazo.
- Existencia de fuentes públicas, privadas y sin fines de lucro para el financiamiento de la investigación.

Diagnóstico estratégico

Amenazas

- Presencia de competidores locales con alta capacidad de reacción. Centrum, U. Pacífico y PAD de Piura replican programas y adaptan los existentes a nuevos formatos de manera rápida.
- Consumidor más interesado en cursar programas de pregrado y postgrado en el extranjero.
- Mayor oferta internacional tanto en pregrado como postgrado gracias a la virtualidad.
- Modelos de enseñanza más flexibles están cambiando la dinámica del sector. Edtechs que ofrecen una oferta diversificada y personalizada. Nuevos actores como consultoras globales, gigantes tecnológicos que incursionan en el segmento.
- Conocimiento de libre acceso y gratuito que requiere una nueva forma de diferenciación por parte de las universidades.

Diagnóstico estratégico

Fortalezas

- Reputación e imagen de marca sólida a nivel de postgrado.
- Ubicación en posiciones de liderazgo en rankings de renombre internacional y nacional a nivel de postgrado. AE Top 5 en la región, CCL No. 1 en Perú.
- Acreditaciones internacionales y miembros de asociaciones educativas representativas a nivel global.
- Alianzas con universidades prestigiosas en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica para intercambios y doble grado.
- ESAN es asociado con excelencia académica y plana docente de primer nivel.
- Egresados en pregrado son vistos como buenos profesionales con capacidad de ocupar puestos de alta gestión. Mejores egresados en Administración (5to), en Comercial y Ventas (3ro) y Finanzas (3ro). Egresados UESAN con capacidad para liderar puestos de alta dirección (4to). Universidades de donde contratarían egresados (ESAN, 4to).
- El capital humano en buena medida está identificado con la organización. Según encuesta a colaboradores, ESAN es visto principalmente como un segundo hogar.
- Plana docente comprometida con la enseñanza de calidad.

Diagnóstico estratégico

Debilidades

- Caída sostenida de ingresos en los últimos 5 años y pérdida económica en los últimos 4 años.
- Niveles elevados de endeudamiento.
- Pérdida de posicionamiento a nivel de postgrado.
- Bajos niveles de reconocimiento de marca en segmentos clave a nivel de pregrado.
- Reducido número de publicaciones de impacto que nos restan competitividad en rankings nacionales e internacionales. También afectan a las acreditaciones y reacreditaciones.
- Imposibilidad de realizar consultorías públicas limita la generación de ingresos.
- Competidores directos locales tanto a nivel de pregrado como postgrado cuentan con acreditaciones que aún no logramos obtener.
- Local ubicado en zona poco atractiva en comparación con otras instituciones que diversifican por sedes o se encuentran en áreas de mayor transitabilidad.
- Pérdida de presencia en algunas regiones del país.
- Limitado equipamiento para carreras de ingeniería y tecnología.
- Muchos procesos manuales e ineficientes y limitada infraestructura tecnológica.



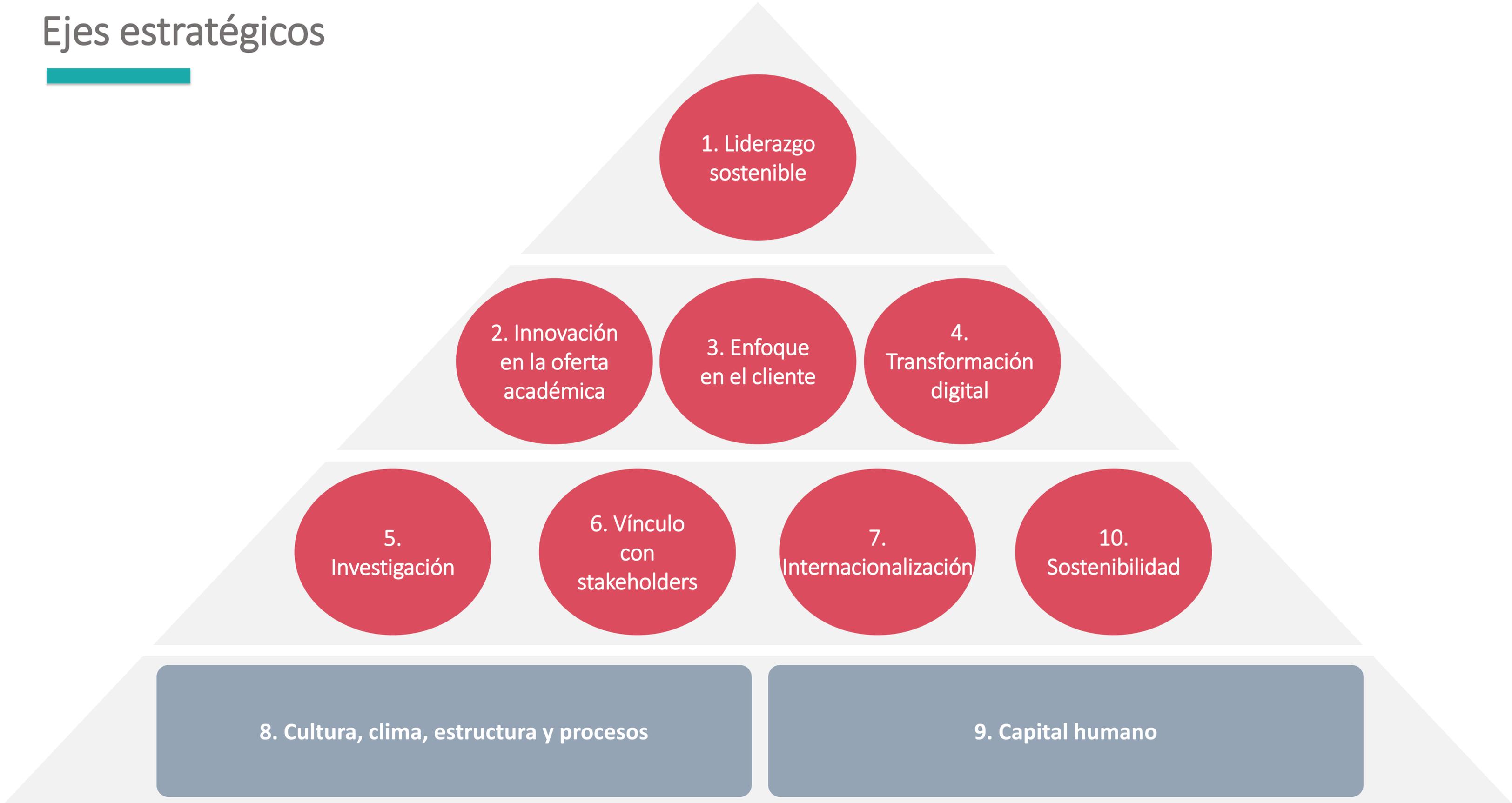
Nuestra Visión

Convertirnos en una universidad líder a nivel global, más centrada en el cliente, más innovadora y en constante adaptación para transformar la vida de nuestros estudiantes, sus organizaciones y la sociedad.



Ejes, objetivos, áreas y proyectos

Ejes estratégicos



1. Liderazgo sostenible

2. Innovación en la oferta académica

3. Enfoque en el cliente

4. Transformación digital

5. Investigación

6. Vínculo con stakeholders

7. Internacionalización

10. Sostenibilidad

8. Cultura, clima, estructura y procesos

9. Capital humano

Ejes estratégicos y áreas de trabajo

1. Liderazgo sostenible

1.1. Liderazgo y posicionamiento

2. Innovación en la oferta académica

2.1. Innovación en la oferta de MBA y Maestrías Especializadas

2.2. Innovación en la oferta de Educación Ejecutiva

2.3. Innovación en la oferta de Alta Gerencia

2.4. Innovación en la oferta de Carreras Universitarias

2.5. Innovación en productos y servicios

3. Enfoque en el cliente

3.1. Mejora de la experiencia del cliente

3.2. Aseguramiento de la calidad en los programas

3.3. Innovación en métodos de aprendizaje

4. Transformación digital

4.1. Transformación digital con énfasis en la mejora de la experiencia del cliente y en el rediseño de los procesos críticos del negocio

Ejes estratégicos y áreas de trabajo

5. Investigación

5.1. Fortalecimiento del ecosistema de investigación

6. Vínculo con Stakeholders

6.1. Vinculación con la comunidad empresarial, el sector público y la sociedad

6.2. Vinculación con el graduado

7. Internacionalización

7.1. Fortalecimiento de la internacionalización

8. Cultura, clima, estructura y procesos

8.1. Agilidad organizacional

8.2. Excelencia operacional

9. Capital humano

9.1. Capital humano: Profesores

9.2. Capital humano: Colaboradores

10. Sostenibilidad

10.1. Compromiso con la sociedad y el medioambiente

EJE 1. Liderazgo sostenible

Objetivos:

1.1. Consolidar el posicionamiento de ESAN como marca institucional y como institución educativa líder de postgrado y pregrado.

ÁREA DE
TRABAJO

1.1. LIDERAZGO Y POSICIONAMIENTO

Proyectos

- a. Reformulación del posicionamiento e imagen institucional y de las unidades de negocio.
- b. Reforzamiento de la posición competitiva de la universidad en rankings internacionales y nacionales.
- c. Evaluación e inicio de acreditaciones internacionales relevantes para la Escuela y las facultades (ej. EQUIS, BGA, ABET).
- d. Desarrollo de presencia de marca a través de exposición de estudiantes destacados.

EJE 2: Innovación en la oferta académica

Objetivos:

- 2.1. Innovar en la cartera de productos desarrollando una oferta que responda a las necesidades del mercado y las nuevas tendencias.
- 2.2. Desarrollar estrategias de venta que se enfoquen en ofrecer productos atractivos y vinculantes a lo largo del ciclo de vida del cliente.

ÁREA DE TRABAJO

2.1. INNOVACIÓN EN LA OFERTA DE MBA Y MAESTRÍAS ESPECIALIZADAS

Proyectos

- a. Desarrollo de certificaciones múltiples como atributos de valor agregado a las maestrías.
- b. Desarrollo de propuesta de escalabilidad para las Maestrías Especializadas.
- c. Desarrollo de microcredenciales o insignias digitales.
- d. Análisis y mejora del viaje del estudiante e implementación de métricas de satisfacción y lealtad.
- e. Análisis y mejora de procesos críticos que afectan la propuesta de valor e implementación de gestión por indicadores.
- f. Desarrollo e implementación de propuestas para potenciar el brand equity de las maestrías.
- g. Desarrollo e implementación de estrategias de posicionamiento para la marca International Week a nivel Latam.
- h. Implementación del título de Segunda Especialidad.

EJE 2: Innovación en la oferta académica

Objetivos:

- 2.1. Innovar en la cartera de productos desarrollando una oferta que responda a las necesidades del mercado y las nuevas tendencias.
- 2.2. Desarrollar estrategias de venta que se enfoquen en ofrecer productos atractivos y vinculantes a lo largo del ciclo de vida del cliente.

ÁREA DE TRABAJO

2.1. INNOVACIÓN EN LA OFERTA DE MBA Y MAESTRÍAS ESPECIALIZADAS

Proyectos

- i. Reformulación de programas considerando “apilabilidad” en MBA y Maestrías Especializadas.
- j. Reactivación de *Case Competition* interno que promueva relacionamiento a través del enfoque a retos y *agile management*.
- k. Reformulación de MBA y Maestrías Especializadas para desarrollar atributos diferenciadores entre formatos presenciales, semi-presenciales y virtuales.
- l. Relanzamiento del *Capstone Project* o Trabajo Integrador.
- m. Acreditación a docentes en asesorías y evaluación de trabajos de investigación y tesis para mejorar la calidad.
- n. Evaluación de uso de plataformas Edtech como atributo de valor para MBA y Maestrías Especializadas.
- o. Desarrollo y evaluación de propuesta de diversificación de Maestrías Especializadas con tronco común.

EJE 2: Innovación en la oferta académica

Objetivos:

- 2.1. Innovar en la cartera de productos desarrollando una oferta que responda a las necesidades del mercado y las nuevas tendencias.
- 2.2. Desarrollar estrategias de venta que se enfoquen en ofrecer productos atractivos y vinculantes a lo largo del ciclo de vida del cliente.

ÁREA DE TRABAJO

2.2. INNOVACIÓN EN LA OFERTA DE EDUCACIÓN EJECUTIVA

Proyectos

- a. Desarrollo y reformulación de programas basado en un alto grado de flexibilidad.
- b. Actualización de productos vigentes con base en nuevas tendencias y necesidades.
- c. Desarrollo de nuevos programas en función de tendencias digitales del mercado.
- d. Recuperación de mercados en regiones para productos de educación ejecutiva.
- e. Evaluación y priorización de mercados a nivel de regiones e internacional para productos de educación ejecutiva.
- f. Evaluación de uso de plataformas Edtech como nueva línea de negocio.
- g. Acciones inmediatas a nivel operativo y de coordinación para mejorar la gestión del programa.
- h. Estrategias de fidelización para profesores de tiempo parcial con perfil gerencial atractivo.
- i. Desarrollo de un sistema de gestión para implementar enfoque a resultados.
- j. Plan de acción para mejorar el posicionamiento de marca ESAN Educación Ejecutiva e implementación.
- k. Desarrollo de estrategias de venta que promuevan la compra cruzada e incremental de productos.
- l. Reorganización del modelo operativo de la unidad de negocios.

EJE 2: Innovación en la oferta académica

Objetivos:

2.1. Innovar en la cartera de productos desarrollando una oferta que responda a las necesidades del mercado y las nuevas tendencias.

2.2. Desarrollar estrategias de venta que se enfoquen en ofrecer productos atractivos y vinculantes a lo largo del ciclo de vida del cliente.

ÁREA DE TRABAJO

2.3. INNOVACIÓN EN LA OFERTA DE ALTA GERENCIA

Proyectos

- a. Creación de la unidad enfocada a la atención de la alta gerencia.
- b. Desarrollo de línea de productos para alta gerencia.

ÁREA DE TRABAJO

2.4. INNOVACIÓN EN LA OFERTA DE CARRERAS UNIVERSITARIAS

Proyectos

- a. Creación de nuevas carreras que vinculen dos especialidades de negocio. Ej. Ingeniería de Sistemas y Negocios Digitales.
- b. Incorporación de mayor componente internacional en las carreras. Ej. Incremento % obligatorio de lecturas en inglés.

EJE 2: Innovación en la oferta académica

Objetivos:

- 2.1. Innovar en la cartera de productos desarrollando una oferta que responda a las necesidades del mercado y las nuevas tendencias.
- 2.2. Desarrollar estrategias de venta que se enfoquen en ofrecer productos atractivos y vinculantes a lo largo del ciclo de vida del cliente.

ÁREA DE TRABAJO

2.5. INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Proyectos

- a. Evaluar la viabilidad de crear un canal digital para ofrecer cursos gratuitos y pagados a nivel de Pregrado y Posgrado.
- b. Evaluar la viabilidad de descentralizar el campus hacia otras zonas de Lima. EJ: San Isidro y Miraflores.
- c. Creación del Instituto de minería de datos.
- d. Desarrollo de una estrategia de asociación con colegios para ofrecer programas y actividades orientadas a niños y adolescentes del segmento objetivo.
- e. Desarrollo de actividades extracurriculares para estudiantes de pregrado y postgrado.

EJE 3: Enfoque en el cliente

Objetivos:

- 3.1. Reorientar el modelo de negocio hacia un enfoque centrado en la generación de alto valor para el cliente.
- 3.2. Rediseñar el modelo de enseñanza en función a las nuevas necesidades de los estudiantes y a las tendencias del entorno actual y futuro.
- 3.3. Desarrollar y garantizar experiencias memorables para los estudiantes de todas las unidades de negocios de forma permanente.

ÁREA DE TRABAJO

3.1. MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Proyectos

- a. Plan de acción para reforzar la identificación con la marca ESAN entre los estudiantes.
- b. Construcción de buyers personas y journey maps del estudiante para determinar puntos de contacto críticos y desarrollar propuestas de mejora en la experiencia.
- c. Diseño y entrega de un pack de bienvenida a los nuevos ingresantes de los diferentes programas.
- d. Desarrollo de campaña de donación dirigida a comunidad ESAN para lanzar un programa de becas sociales.
- e. Crear una unidad de Customer Experience o User Experience.

EJE 3: Enfoque en el cliente

Objetivos:

- 3.1. Reorientar el modelo de negocio hacia un enfoque centrado en la generación de alto valor para el cliente.
- 3.2. Rediseñar el modelo de enseñanza en función a las nuevas necesidades de los estudiantes y a las tendencias del entorno actual y futuro.
- 3.3. Desarrollar y garantizar experiencias memorables para los estudiantes de todas las unidades de negocios de forma permanente.

ÁREA DE TRABAJO

3.2. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN LOS PROGRAMAS

Proyectos

- a. Propuesta de conformación de una unidad de aseguramiento de la calidad y mejora continua.
- b. Diseño de un plan de aseguramiento de la calidad para todos los programas de la Universidad.
- c. Desarrollo del capital humano en aseguramiento de la calidad de los programas.
- d. Evaluación y obtención de acreditaciones internacionales para los programas online y semipresenciales.
- e. Desarrollo de métricas de desempeño para estudiantes y docentes y monitoreo de resultados.
- f. Propuesta de creación de una oficina responsable velar por la calidad de las tesis de investigación.

EJE 3: Enfoque en el cliente

Objetivos:

- 3.1. Reorientar el modelo de negocio hacia un enfoque centrado en la generación de alto valor para el cliente.
- 3.2. Rediseñar el modelo de enseñanza en función a las nuevas necesidades de los estudiantes y a las tendencias del entorno actual y futuro.
- 3.3. Desarrollar y garantizar experiencias memorables para los estudiantes de todas las unidades de negocios de forma permanente.

ÁREA DE TRABAJO

3.3. INNOVACIÓN EN MÉTODOS DE APRENDIZAJE

Proyectos

- a. Diagnóstico y escalamiento de uso de metodologías de aprendizaje innovadoras.
- b. Plan e implementación de métricas para evaluar la efectividad de la metodología de enseñanza aprendizaje.
- c. Plan e implementación de metodologías innovadoras con mayor efectividad.
- d. Implementación gradual de la metodología aula inversa en los programas de la universidad.

EJE 4: Transformación digital

Objetivos:

- 4.1. Incorporar tecnologías tradicionales y emergentes a lo largo del ciclo de vida del estudiante para potenciar atributos diferenciadores.
- 4.2. Incorporar tecnologías tradicionales y emergentes en los procesos críticos de la cadena de valor para ganar eficiencia y agilidad.

ÁREA DE TRABAJO

4.1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON ÉNFASIS EN LOS PROCESOS CRÍTICOS DEL NEGOCIO

Proyectos

- a. Implementación del ERP en la Universidad.
- b. Implementación de CRM para mejorar el relacionamiento con clientes.
- c. Implementación de RPA para mejorar y simplificar procesos administrativos de cara al cliente.
- d. Plan de implementación de tecnologías emergentes a lo largo del ciclo de aprendizaje del estudiante.
- e. Creación de ESAN Labs, laboratorio para experimentación con tecnologías emergentes.
- f. Digitalización de los principales puntos de contacto del estudiante.
- g. Incorporación de analítica de datos, AI para ampliar la base de clientes y lograr mayor acercamiento.
- h. Diseño e implementación de sistema integrado de evaluación del desempeño docente.
- i. Desarrollo de Dashboard para gestión por resultados en las unidades de negocios.
- j. Desarrollo de nuevas capacidades y atributos a la app ESAN.
- k. Evaluación e inclusión de la oferta educativa en el Metaverso.

EJE 5: Investigación

Objetivos:

5.1. Rediseñar el rol del docente incorporando la investigación como uno de los ejes clave de su labor.

5.2. Generar un ecosistema de investigación que fomente la formación y desarrollo de nuevo conocimiento entre la plana docente.

ÁREA DE TRABAJO

5.1. FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA DE INVESTIGACIÓN

Proyectos

- a. Reformulación de las líneas de investigación y posicionamiento de producción intelectual de la Universidad.
- b. Desarrollo e implementación del plan de capacitación y actualización en investigación para profesores.
- c. Definición de una lista referencial de revistas “target” hacia donde ESAN desea orientar sus publicaciones académicas.
- d. Desarrollo de programa para validar el modelo de trabajo colaborativo en la generación de publicaciones de alto impacto.
- e. Definición de estrategias que generen un cambio cultural para orientar a la facultad al desarrollo de publicaciones de alto impacto.
- f. Desarrollo de círculos de investigación.
- g. Desarrollo de mecanismos para promover la investigación en alumnos de pregrado.

EJE 6: Vínculo con Stakeholders

Objetivos:

- 6.1. Desarrollar espacios de vinculación con empresas, sector público y sociedad para fortalecer la presencia de ESAN en la comunidad.
- 6.2. Desarrollar nuevos mecanismos para generar un ecosistema dinámico de vinculación con el graduado.
- 6.3. Dinamizar las redes de graduados y su interacción con otros stakeholders.
- 6.4. Mejorar la propuesta de valor del networking para un mayor involucramiento de los graduados.

ÁREA DE TRABAJO

6.1. VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD, EL SECTOR PÚBLICO Y LA SOCIEDAD

Proyectos

- a. Fortalecimiento de la estrategia de acompañamiento a gremios empresariales.
- b. Desarrollo de influencers o voceros académicos.
- c. Renovación, fortalecimiento, y funcionamiento efectivo de los Consejos Consultivos de los programas académicos.
- d. Desarrollo de plan e implementación de “Semanas Especializadas” en sectores o actividades empresariales.
- e. Desarrollo de propuesta de enfoque a retos “Empresa en el aula y el aula en la empresa”.
- f. Fortalecimiento del observatorio de ESAN.
- g. Evaluación de convenios con el Consorcio de Universidades: UP, PUCP, UPCH, U. Lima.

EJE 6: Vínculo con Stakeholders

Objetivos:

- 6.1. Desarrollar espacios de vinculación con empresas, sector público y sociedad para fortalecer la presencia de ESAN en la comunidad.
- 6.2. Desarrollar nuevos mecanismos para generar un ecosistema dinámico de vinculación con el graduado.
- 6.3. Dinamizar las redes de graduados y su interacción con otros stakeholders.
- 6.4. Mejorar la propuesta de valor del networking para un mayor involucramiento de los graduados.

ÁREA DE TRABAJO

6.2. VINCULACIÓN CON EL GRADUADO

Proyectos

- a. Identificación de perfiles y necesidades de graduados para desarrollar acciones de vinculación.
- b. Actualización de la base de datos de graduados y futuros graduados.
- c. Desarrollo de embajadores de marca para dar a conocer propuesta para graduados.
- d. Desarrollo del plan de acción para seguimiento de trayectoria de graduados e implementación del observatorio laboral.
- e. Plan de formación en herramientas y competencias para facilitar la empleabilidad de los estudiantes y graduados.
- f. Desarrollo e institucionalización de un programa de actividades para graduados.

EJE 6: Vínculo con Stakeholders

Objetivos:

- 6.1. Desarrollar espacios de vinculación con empresas, sector público y sociedad para fortalecer la presencia de ESAN en la comunidad.
- 6.2. Desarrollar nuevos mecanismos para generar un ecosistema dinámico de vinculación con el graduado.
- 6.3. Dinamizar las redes de graduados y su interacción con otros stakeholders.
- 6.4. Mejorar la propuesta de valor del networking para un mayor involucramiento de los graduados.

ÁREA DE TRABAJO

6.2. VINCULACIÓN CON EL GRADUADO

Proyectos

- g. Implementación de becas a ejecutivos con proyección promocionando los dobles grados.
- h. Diseño del programa mentores ESAN para involucrar a egresados y estudiantes.
- i. Organizar actividades académicas que incluyan a los egresados como panelistas, líderes de opinión y expositores.
- j. Plan e implementación de acciones para ofrecer una experiencia más cercana a los egresados.
- k. Implementación de plataforma para vinculación con graduados desde estudiantes (creación o suscripción).
- l. Incorporación del servicio agregado de empleabilidad internacional para graduados.
- m. Evaluación de la implementación de un servicio de empleabilidad freemium.

EJE 7: Internacionalización

Objetivos:

- 7.1. Mejorar la presencia de la marca ESAN y sus unidades de negocio en el extranjero.
- 7.2. Fortalecer la visión y experiencia internacional de nuestros estudiantes.
- 7.2. Fortalecer la expansión internacional bajo diversos formatos.

ÁREA DE TRABAJO

7.1. FORTALECIMIENTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Proyectos

- a. Evaluación de la expansión en el extranjero vía universidad online.
- b. Evaluación de la puesta en operación de una sede en el extranjero.
- c. Creación del International Advisory Board de ESAN.
- d. Generación de clases espejo con socios internacionales.
- e. Reconocimiento de créditos online en cursos electivos ESAN con los seguidos en programas de nuestros socios.
- f. Focalizar los destinos de viajes internacionales en universidades de alto valor percibido (USA y Europa).
- g. Evaluación de viabilidad de presencia de educación ejecutiva en Miami y otras ciudades hispanohablantes.
- h. Desarrollar el doble Título de Bachiller 100% en inglés.
- i. Mejoramiento de capacidades de los profesores para la enseñanza de cursos en inglés.
- j. Desarrollo de estrategias de colaboración activa con universidades partners.
- k. Fortalecimiento de la internacionalización en el mercado Chino.
- l. Evaluación de la obtención de membresía Asia Pacífico-Business School.

EJE 8: Cultura, clima, estructura y procesos

Objetivos:

- 8.1. Redireccionar la cultura organizacional hacia la agilidad, la innovación, la mejora continua y el enfoque a resultados.
- 8.2. Mejorar el modelo operativo y de gestión buscando que responda al accountability.
- 8.3. Rediseñar los procesos operativos críticos que generan ineficiencias, sobrecostos y burocracia.
- 8.4. Promover un clima laboral que favorezca la colaboración y el trabajo en equipo.
- 8.5. Promover una comunicación interna fluida que reduzca silos, conflictos y reprocesos.

ÁREA DE TRABAJO

8.1. AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Proyectos

- a. Incorporación del mindset ágil en la cultura de la organización.
- b. Despliegue de framework ágil en áreas de intervención abiertas al cambio.
- c. Mapeo del talento con perfil para impulsar la transformación ágil.
- d. Implementación de equipos multidisciplinarios para proyectos clave.

EJE 8: Cultura, clima, estructura y procesos

Objetivos:

- 8.1. Redireccionar la cultura organizacional hacia la agilidad, la innovación, la mejora continua y el enfoque a resultados.
- 8.2. Mejorar el modelo operativo y de gestión buscando que responda al accountability.
- 8.3. Rediseñar los procesos operativos críticos que generan ineficiencias, sobrecostos y burocracia.
- 8.4. Promover un clima laboral que favorezca la colaboración y el trabajo en equipo.
- 8.5. Promover una comunicación interna fluida que reduzca silos, conflictos y reprocesos.

ÁREA DE TRABAJO

8.2. EXCELENCIA OPERATIVA

Proyectos

- a. Análisis y mejora de procesos críticos que generan ineficiencias operacionales y altos costos.
- b. Implementación de plataforma o suscripción de comunicación interna.
- c. Reorganización de las áreas de soporte y servicio buscando transversalidad de unidades de apoyo.

EJE 9: Capital humano

Objetivos:

- 9.1. Promover el desarrollo profesional y académico de la facultad para fortalecer su posicionamiento local e internacional.
- 9.2. Atraer prospectos con alto potencial para asegurar la sostenibilidad de la facultad.
- 9.3. Promover el bienestar de los colaboradores para generar sentido de pertenencia e impulsar el compromiso organizacional.
- 9.4. Impulsar el desarrollo profesional de los colaboradores en línea con los objetivos de la organización.
- 9.5. Promover la evaluación continua y reconocimiento del rendimiento enfocado a resultados.

ÁREA DE TRABAJO

9.1. CAPITAL HUMANO: PROFESORES

Proyectos

- a. Propuesta de línea de carrera y promoción para profesores de postgrado y pregrado ordinarios.
- b. Creación de una unidad que vele y monitoree el desarrollo profesional del docente dentro de la universidad.
- c. Propuesta de evaluación para la promoción, ratificación y cese de los profesores e implementación.
- d. Plan de desarrollo y reforzamiento de habilidades y conocimientos de la plana docente.
- e. Desarrollo de un sistema de evaluación de desempeño anual en base a indicadores.

EJE 9: Capital humano

Objetivos:

- 9.1. Promover el desarrollo profesional y académico de la facultad para fortalecer su posicionamiento local e internacional.
- 9.2. Atraer prospectos con alto potencial para asegurar la sostenibilidad de la facultad.
- 9.3. Promover el bienestar de los colaboradores para generar sentido de pertenencia e impulsar el compromiso organizacional.
- 9.4. Impulsar el desarrollo profesional de los colaboradores en línea con los objetivos de la organización.
- 9.5. Promover la evaluación continua y reconocimiento del rendimiento enfocado a resultados.

ÁREA DE TRABAJO

9.2. CAPITAL HUMANO: TRABAJADORES

Proyectos

- a. Mejora del programa de inducción.
- b. Desarrollo del plan de capacitación anual del personal.
- c. Desarrollo del plan de contratación anual.
- d. Propuesta de alineamiento de puestos y estructura salarial.
- e. Mapeo de competencias, conocimientos y preferencias del capital humano.
- f. Desarrollo de la evaluación de desempeño anual.

EJE 9: Capital humano

Objetivos:

- 9.1. Promover el desarrollo profesional y académico de la facultad para fortalecer su posicionamiento local e internacional.
- 9.2. Atraer prospectos con alto potencial para asegurar la sostenibilidad de la facultad.
- 9.3. Promover el bienestar de los colaboradores para generar sentido de pertenencia e impulsar el compromiso organizacional.
- 9.4. Impulsar el desarrollo profesional de los colaboradores en línea con los objetivos de la organización.
- 9.5. Promover la evaluación continua y reconocimiento del rendimiento enfocado a resultados.

ÁREA DE TRABAJO

9.2. CAPITAL HUMANO: TRABAJADORES

Proyectos

- g. Plan para la identificación e implementación de actividades que promuevan la identidad corporativa.
- h. Organización de actividades de integración.
- i. Creación de un programa de beneficios corporativos.
- j. Desarrollo de estrategias para promover una cultura de empatía y colaboración.
- k. Desarrollo de mecanismos de involucramiento en proyectos a beneficiarios de programas de formación interna.
- l. Desarrollo de reconocimientos para motivar al personal.

EJE 10: Sostenibilidad

Objetivos:

10.1. Promover los principios de sostenibilidad entre los colaboradores, los estudiantes y la comunidad.

ÁREA DE TRABAJO

10.1. COMPROMISO CON LA SOCIEDAD Y EL MEDIOAMBIENTE

Proyectos

- a. Desarrollo del plan para promover acciones de sostenibilidad en ESAN.
- b. Desarrollo de programas de voluntariado en pre y postgrado.
- c. Institucionalización de eventos por el día del medio ambiente.
- d. Implementación de medición de huella de carbono/huella hídrica.
- e. Desarrollo de proyectos de investigación relacionados a la sostenibilidad.
- f. Plan de acción para promover el desarrollo de tesis orientadas a difundir o solucionar aspectos relacionados a la sostenibilidad.
- g. Promoción de la sostenibilidad en proveedores.

Próximos pasos

	Actividades	Involucrados	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
1	Definir proyectos para implementación a corto, mediano y largo plazo	Comité de Dirección	■										
2	Reconformación de equipos y asignación de proyectos	Rector/Comité de Dirección		■									
3	Elaboración de propuesta de ejecución de proyectos asignados	Equipos de tarea		■	■								
4	Presentación y aprobación de propuestas	Rector/Comité de Dirección		■	■								
5	Despliegue de proyectos					■	■	■	■	■	■	■	■
6	Presentación trimestral de avance de proyectos en desarrollo							■		■		■	