



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



**PLAN ESTRATÉGICO
2013- 2017**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
TURISMO Y HOTELERÍA**

PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017

VERSIÓN EJECUTIVA

INTRODUCCION

El Plan Estratégico de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería (EPTH) que presentamos a continuación, es un documento que ha sido elaborado por autoridades, docentes y grupos de interés de la Escuela, en concordancia con el Plan Estratégico de la Universidad para el período 2013 – 2017.

En primer lugar, presentamos el marco general de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería (EPTH) de la Universidad San Martín de Porres (USMP). En segundo lugar, se presentan los siguientes productos obtenidos a nivel estratégico: el análisis de situación, la Visión, la Misión, los objetivos y los ejes estratégicos que le corresponde cumplir a la EPTH como parte de la Institución, en el quinquenio que empieza.

Finalmente, se presenta a nivel programático, las actividades, cronograma de ejecución, los responsables de cada actividad y los indicadores por cada objetivo estratégico, que deberán ser revisados y mejorados en los próximos años.

I. GENERALIDADES

1. Propósito

El Plan Estratégico de la Escuela es la declaración formal que contiene y describe el apoyo y alineación de la razón de ser de la Universidad; establece: objetivos, metas, estrategias y directrices con base en un análisis de la situación de la entidad, teniendo en cuenta oportunidades, amenazas del medio externo, fortalezas y debilidades de la carrera profesional; asimismo está destinado al logro de los objetivos propuestos en cinco años, los mismo que se encuentra en concordancia con el PE 2013 – 2017 de la USMP.

El presente Plan Estratégico tiene por finalidad:

1. Establecer los objetivos y metas para el período 2013 -2017.
2. Formular estrategias para el logro de los objetivos y metas trazadas.
3. Consolidar el posicionamiento de los Programas en el ámbito académico, político, social y económico.
4. Desarrollar la planificación y capacitación para la formulación y ejecución del Plan Operativo de la Escuela, alineado con los objetivos y las estrategias institucionales.
5. Consolidar la cultura institucional para afrontar los retos y tendencias que puedan presentarse.

II. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 Análisis Externo

OPORTUNIDADES

1. Estabilidad económica.
2. Interés en la profesionalización y capacitación en Turismo y Hotelería.
3. Convenios con universidades extranjeras: Leuphana Universität Lüneburg (Alemania); Universidad Champagnat de Mendoza y Universidad de Moron (Argentina); Instituto Profesional la Araucana, Universidad Santo Tomas y Universidad de la Serena (chile); Universidad Politécnica de Valencia, Universidad de Málaga, Universidad Internacional de Andalucía, Universidad de Gerona, Universidad de Cantabria y Universidad Autónoma de Barcelona (España); Universidad Autónoma de México, Universidad Americana de Acapulco, Universidad Anáhuac, Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad Zacatecas A.C. Universidad de la Veracruz, Universidad Univer Noroeste, A.C., Universidad Lucerna y Universidad Iberoamericana A.C. (México); Universidad Externado de Colombia y Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia); Universidad del Valle (Bolivia); Asociación Brasileña de Gastronomía, Hospedaje y Turismo (Brasil); Universidad de Ottawa (Canadá); Unión Nationale des Associations de Turisme (Francia); Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu – Unves (Paraguay); Hanseo University (republica de corea); European University (Suiza); Florida International University (Usa) y Universidad de Évora (Portugal).
4. Apoyo de las Facultades de la Universidad en la ejecución de proyectos diversos.
5. Convenios de interacción con CANATUR, Congreso de la República, UNESCO.
6. Mayor posicionamiento de nuestros egresados en empresas del sector.
7. Miembro del Comité de Certificación TEDQUAL.

AMENAZAS:

1. Incremento de programas académicos de Turismo y Hotelería a nivel de Licenciatura y Postgrado.
2. Bajo sueldo de los profesores universitarios.
3. Incremento de pensiones de enseñanza.
4. Ingreso de docentes contratados sin criterios adecuados de selección.
5. Designación como docentes a profesionales ajenos a la educación, con limitada formación pedagógica.
6. Sobresaturación del mercado laboral en la docencia.

2.2 Análisis interno**FORTALEZAS:**

1. Considerada como una de las mejores escuelas del mundo en su especialidad.
2. Miembros de la Asociación Latinoamericana de Carreras Universitarias de Turismo y Hotelería (ALCUTH).
3. Miembros de la Organización Mundial del Turismo – OMT y del International Hotel & Restaurant Association - IH-RA.
4. Facultad con más publicaciones en la especialidad del país.
5. Planes Curriculares actualizados.
6. Concepción curricular sistémica.
7. Docentes actualizados con grados de licenciados, maestros y/o doctores.
8. Ambientes de aprendizaje con infraestructura moderna, áreas verdes y campos deportivos.
9. Laboratorios telemáticos y aulas virtuales.
10. Biblioteca virtual de la OMT, Biblioteca de Gastronomía y Biblioteca depositaria de la OMT.
11. Doctorado en turismo, Maestrías en marketing turístico y Hotelero, Maestría en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo, Maestría en Ciencias Gastronómica y Maestría en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras en modalidad presencial y virtual.
12. Positiva imagen institucional a nivel nacional e internacional.
13. Certificación TEDQUAL desde el 2002 en Licenciatura y Postgrado.

14. Liderazgo en el sector turismo
15. Premios internacionales por sus publicaciones sobre gastronomía.
16. Punto focal para investigación de la OMT y la UNESCO.
17. Participación activa en los directorios de la Cámara Nacional del Turismo - CANATUR, Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines - AHORA, Sociedad de Hoteles del Perú - SHP, Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo - APTAE, Sociedad Peruana de Gastronomía - APEGA y el Comité de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima.
18. Wi Fi en el campo universitario y calas de Internet.
19. Prácticas profesionales en provincias y en el extranjero.
20. Bolsa de trabajo.
21. Asociación de egresados.

DEBILIDADES:

1. Ausencia de proyectos de investigaciones educativas.
2. Ingreso de alumnos desmotivados.
 - Limitado número de docentes a tiempo completo para asumir acciones de investigación educativa y producciones educativas.
 - Limitada tecnología de producción educativa.
 - Falta de perfiles profesionales de los docentes universitarios.
3. Poca difusión de las actividades realizadas.
4. Falta de mayor seguimiento de los egresados.
5. Falta de mayor capacitación docente.
6. Ancho de banda de Internet de la Escuela estrecha.

III. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

3.1 Universidad de San Martín de Porres

MISIÓN DE LA USMP

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.

VISIÓN DE LA USMP

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.

LEMA INSTITUCIONAL

“Formación académica de excelencia al servicio del turismo”

MISIÓN

Formar profesionales emprendedores y líderes en el campo del turismo, hotelería, gastronomía y en servicios, con capacidad de crear, planificar, organizar, gestionar y dirigir empresas e instituciones público privadas con una visión global, con un alto nivel y exigencia académica fundamentada en la investigación científica y tecnológica, motivando el cultivo de actitudes proactivas con capacidad de adaptación al cambio, trabajo en equipo y en condiciones adversas, basados en sólidos valores humanísticos, éticos y morales al servicio de la sociedad dentro de conceptos y principios sostenibles.

VISIÓN DE LA ESCUELA

En el transcurso de los próximos cinco años mantendremos nuestro lugar como la primera Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en formar profesionales con sólidos valores humanísticos, éticos y morales en el campo del turismo, hotelería, gastronomía y en servicios.

En cada una de nuestras actividades la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería se asegura una posición de liderazgo a través de la excelencia en las siguientes áreas:

Atención personalizada al estudiante y al docente.

Calidad enfocada en el proceso enseñanza aprendizaje.

Sostenibilidad y protección ambiental.

Tecnología de la información y comunicación.

3.2 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.

3.3 Nuestros Valores

- Liderazgo.
- Excelencia.
- Trabajo en equipo.
- Innovación.
- Calidad Total.
- Productividad.
- Respeto a la persona.
- Vocación de servicio.
- Honradez.
- Solidaridad.

3.4 Política de la calidad

- Formar profesionales de alta calidad.
- Capacitar permanentemente al personal docente y administrativo.
- Incrementar la investigación, en aspectos de Turismo Hotelería y gastronomía.
- Promover una cultura de calidad.
- Establecer indicadores de gestión para la toma de decisiones.

- Difundir y revisar periódicamente las políticas de calidad.
- Proyectar una imagen de excelencia.
- Participar activamente en los procesos de Acreditación.

3.4 Objetivos de calidad

- Lograr la excelencia académica en sus procesos de enseñanza-aprendizaje en los programas de pregrado y postgrado.
- Optimizar la estructura organizacional.
- Mejorar permanentemente la calidad del personal docente y administrativo.
- Gestionar de manera efectiva los recursos materiales y servicios.
- Gestionar por resultados.

IV. PLAN DE ACCIÓN

4.1 Objetivos estratégicos

En concordancia con los objetivos estratégicos 2013 – 2017 de la USMP se proponen como objetivos:

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

4.2 Estrategias:

1. Convertir a la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres en factor clave para el desarrollo del sector turismo en el país.
2. Consolidar el plan de estudios para el pre y postgrado de Turismo y Hotelería.
3. Rediseñar la evaluación educativa
4. Capacitar a los docentes en metodología y estrategias didácticas.
5. Incrementar el porcentaje de titulación en el pregrado por la modalidad de tesis
6. Replantear las estrategias marketing de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.
7. Personalizar la supervisión de la elaboración del proyecto de tesis de los alumnos de licenciatura de la Escuela.
8. Mantener y mejorar la calidad de la infraestructura física
9. Mejorar el apoyo a las publicaciones en revistas indexadas de las investigaciones realizadas.
10. Elaborar los indicadores de éxito del pregrado de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.
11. Obtener la acreditación Nacional y re certificar las acreditaciones internacionales

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Estrategia 1: Convertir a la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres en factor clave para el desarrollo del sector turismo en el país.						
Meta 2: A finales del 2017 la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres será reconocida como factor clave para el desarrollo del sector turismo en el país.						
Fecha: Enero 2013 a Diciembre 2017						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Fortalecer nuestra participación activa en los directorios de la Cámara Nacional del Turismo - CANATUR, Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines - AHORA, Sociedad de Hoteles del Perú - SHP, Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo - APTAE, Sociedad Peruana de Gastronomía - APEGA y el Comité de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima.	ENE 2013 DIC 2017	Decano Director de la escuela		Reconocimiento de las instituciones.		Informe al Decano.
2. Recertificar nuestra acreditación TEDQUAL de los programas de Licenciatura y Postgrado.	FEB - JUL 2015 (Licenciatura) SEP - NOV 2015 (Postgrado)	Comité de acreditación y Unidad de Acreditación		Recertificación lograda.		Diploma.
3. Fortalecer nuestro Liderazgo en el sector turismo.	ENE 2013 DIC 2017	Director de la Escuela		Participación en instituciones turísticas de prestigio.		Liderazgo reconocido.
4. Continuar como miembros de la Organización Mundial del Turismo – OMT	ENE 2013 DIC 2017	Comité de acreditación y Unidad de Acreditación		Solicitud aceptada.		Informe de aceptación entregado al Decano
5. Lograr nuestra incorporación al International Hotel & Restaurant Asociación - IH-RA.	ENE 2013	Equipo de gestión		Solicitud aceptada.		Informe de aceptación entregado al

	DIC 2017					Decano.
6. Continuar logrando premios internacionales con las publicaciones sobre gastronomía.	ENE 2013 DIC 2017	Equipo de gestión		Libros presentados.		Premios otorgados al Decano.
7. Mantener siendo el punto focal para investigación de la OMT y la UNESCO.	ENE 2013 DIC 2017	Equipo de gestión		Investigaciones encargadas		Informe de investigación.

Estrategia 2: Consolidar el plan de estudios para el pregrado de Turismo y Hotelería.						
Meta 2: A fines del 2013 se habrá elaborado el plan de estudios para el pregrado de Turismo y Hotelería.						
Fecha: 2013 - 2014						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Elaborar el plan de estudios para el pre grado de la Escuela.	NOV 2013	Director de la Escuela		Plan de estudio terminado		Plan de Estudios aprobado.
2. Realizar el diagnóstico situacional de los principales instrumentos didácticos	MAR. 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Análisis de situación terminado		Informe elaborado.
3. Elaborar el diseño de una sesión de aprendizaje modelo.	MAR. 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Diseño de una sesión de aprendizaje elaborado		Distribuido entre los docentes.
4. Elaborar un dossier con las principales estrategias didácticas.	MAR. 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Dossier elaborado.		Dossier distribuido entre los docentes.
5. Elaborar un dossier con los principales instrumentos didácticos.	MAR. 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Dossier elaborado.		Dossier distribuido entre los docentes.

Estrategia 3: Rediseñar la evaluación del aprendizaje de los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.						
Meta 3: A fines de Febrero del 2013 se habrá elaborado los instrumentos de evaluación de los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.						
Fecha: Agosto 2013 – Marzo 2014						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Elaborar el instrumento para la autoevaluación.	AGOS, 2013 – MARZO 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Instrumento autoevaluación elaborado.		Instrumento distribuido entre los docentes.
2. Elaborar el instrumento para la coevaluación.	AGOS, 2013 – MARZO 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Instrumento coevaluación elaborado.		Instrumento distribuido entre los docentes.
3. Elaborar el instrumento para la heteroevaluación.	AGOS, 2013 – MARZO 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Instrumento heteroevaluación elaborado.		Instrumento distribuido entre los docentes.
4. Elaborar el instrumento para la evaluación docente.	AGOS, 2013 – MARZO 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Instrumento para la evaluación docente elaborado.		Instrumento distribuido entre los docentes.
5. Elaborar el instrumento para la prueba de entrada.	AGOS, 2013 – MARZO 2014	Director de la Escuela, Comité Académico		Instrumento para la prueba de entrada elaborado.		Instrumento distribuido entre los docentes.

Estrategia 4: Capacitar a los docentes en metodología y estrategias didácticas.						
Meta 4: Contar con personal docente altamente cualificado a Diciembre del 2017 en metodología y estrategias didácticas.						
Fecha: Enero 2013 a Diciembre 2017						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Capacitación y entrenamiento permanente en metodología didáctica y estrategias didácticas.	FEB. 2013 a DIC 2017	Director de la Escuela, Comité Académico		Trabajo de calidad entregado.		Grupo humano.
2. Seminario Taller: Elaboración del silabo basado en competencias.	FEB. 2013 a DIC 2017	Director de la Escuela, Comité		Seminario taller realizado.		80% de los asistentes satisfechos.

		Académico			
3. Capacitación permanente en elaboración de material didáctico.	FEB. 2013 a DIC 2017	Director de la Escuela, Comité Académico		Seminario taller realizado.	Grupo humano calificado.
4. Cursos virtuales de capacitación en pedagógica.	FEB. 2013 a DIC 2017	Director de la Escuela, Comité Académico		Cursos virtuales realizados.	80% de los asistentes satisfechos.
5. Capacitación a docentes y alumnado de pregrado en implementación y manejo de Aula virtual en plataforma Moodle	FEB. 2013 a DIC 2017	Director de la Escuela, Comité Académico		Capacitación realizada	80% de los asistentes satisfechos.
6. Asesoramiento a la plana docente en aspectos pedagógicos y diseño de instrumentos de evaluación.	FEB. 2013 a DIC 2017	Director de la Escuela, Comité Académico		Asesoramientos realizados.	80% de los beneficiados satisfechos.

Estrategia 5: Incrementar el porcentaje de titulación en el pregrado por la modalidad de tesis						
Meta 5: A fines de Diciembre del 2013 el porcentaje de graduados en el pregrado de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería será de 15%.						
Fecha: Enero 2013 a Diciembre 2013						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Implementar un seminario de tesis para los egresados del pregrado.	AGOS. 2013 NOV. 2014	Inst. de Invest. , Director de Escuela, Ofic. Grados y Títulos		Seminario de Tesis aprobado.		80% de los inscritos con Protocolo de Tesis aprobado.
2. Elaborar el diagnóstico de situación de las tesis en pregrado	AGOS. 2013 NOV. 2014	Inst. de Invest. , Director de Escuela, Ofic. Grados y Títulos		Data recopilada.		Informe elaborado.
3. Elaborar el diagnóstico del tiempo transcurrido desde el término de la licenciatura en la Escuela.	AGOS. 2013 NOV. 2014	Inst. de Invest. , Director de Escuela, Ofic. Grados y Títulos		Data recopilada.		Informe elaborado.

Estrategia 6: Replantear las estrategias de marketing de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.						
Meta 6: A fines de Febrero del 2014 se habrá formulado el Plan de Marketing Estratégico de la Escuela Profesional de turismo y Psicología.						
Fecha: 2014						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Realizar el análisis estratégico.	2014	Equipo de gestión, Comunicación Estratégica y Área de Promoción		Análisis estratégico terminado		Análisis estratégico incorporado en el Plan Estratégico de marketing.
2. Determinar los objetivos, metas y estrategias de marketing del postgrado.	2014	Equipo de gestión, Comunicación Estratégica y Área de Promoción		Objetivos, metas y estrategias formulados.		Objetivos, metas y estrategias incorporados en el Plan Estratégico de marketing.
3. Determinar las estrategias de la mezcla de marketing.	2014	Equipo de gestión, Comunicación Estratégica y Área de Promoción		Estrategias de la mezcla de marketing elaboradas.		Estrategias de la mezcla de marketing incorporado en el Plan Estratégico de marketing.
4. Formular los planes estratégicos de marketing del pregrado de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.	2014	Equipo de gestión, Comunicación Estratégica y Área de Promoción		Planes operativos de marketing elaborados.		Planes operativos incorporados en el Plan Estratégico de marketing.
5. Formular los planes operativos de marketing de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.	2014	Equipo de gestión, Comunicación Estratégica y Área de Promoción		Planes operativos de marketing elaborados.		Planes operativos incorporados en el Plan Estratégico de marketing.

Estrategia 7: Personalizar la supervisión de la elaboración del proyecto de tesis de los alumnos de licenciatura de la Escuela.						
Meta 7: A fines del 2014 se implementará la supervisión personalizada de la elaboración del proyecto de tesis de los alumnos de licenciatura.						
Fecha: Enero 2014 a Noviembre 2014						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Implementar el Programa de Investigación Formativa	Agost. a Nov. 2014	Comité Académico, Inst.		Tutorial de tesis para la		Tutorial de tesis para la licenciatura elaborado aprobado.

		de Invest. Y Responsable de IF		licenciatura y la maestría y el doctorado elaborado.		
2. Confeccionar la guía de elaboración de la tesis de licenciatura.	Agost. a Nov. 2014	Comité Académico, Inst. de Invest. Y Responsable de IF		Guía de elaboración de la tesis de licenciatura elaborado.		Guía de elaboración de la tesis de licenciatura aprobada.
3. Supervisión y monitoreo permanente de la elaboración de la tesis de licenciatura.	Agost. a Nov. 2014	Comité Académico, Inst. de Invest. Y Responsable de IF		Informe de la supervisión elevada por el docente.		80% de los supervisados con Proyecto de Tesis aprobado.

Estrategia 8: Mantener y mejorar la calidad de la infraestructura física.

Meta 8: A fines del 2017 se habrá mantenido y mejorado la infraestructura física de la Escuela Profesional de turismo y Psicología.

Fecha: Enero 2013 a Diciembre 2017

Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Formulación e implementación de un plan de mantenimiento permanente de los ambientes físicos de la Escuela.	ENE 2013 - DIC 2017	Director administrativo		Mantenimiento de ambientes físicos adecuado.		Ambientes e instalaciones físicas en óptimas condiciones.
2. Construcción de los talleres de Cocina Básica, Cocina Avanzada (Catering), Panadería, Pastelería, Bar, Restaurante, Lavandería, Housekeeping, de Aseguramiento de la Calidad con laboratorio de Bromatología, Almacenes varios, 20 habitaciones de hospedaje para alumnos de intercambio, Taller de Recepción, Central de costos hoteleros, entre otros..	ENE 2013 - DIC 2017	Decano y Director de la escuela.		Talleres construidos.		Talleres inaugurados y funcionando.
3. Encargar el mantenimiento del sistema	ENE 2013 - DIC	Director General		Encargadura		100% de las instalaciones

eléctrico y sanitario a la Dirección General de Administración (DGA).	2017	de Administración.		realizada.		eléctricas y sanitarias en buenas condiciones.
4. Construcción de vías de acceso adecuados para facilitar la circulación de minusválidos.	ENE 2013 - DIC 2017	Director General de Administración.		Accesos construidos.		Movilidad de minusválidos adecuados.
5. Establecer convenio para el mantenimiento anual de todas las computadoras e impresoras de la Facultad.	ENE 2013 -2014 - 2015 -2016 y 2017	Director General de Administración.		Convenio de mantenimiento firmado.		Convenio aprobado por el Decano.
6. Contratar el servicio anual para el mantenimiento y reparación del UPS (mantiene la energía eléctrica estabilizada por media hora en caso de falta de energía eléctrica externa.	ENE 2013 -2014 - 2015 -2016 y 2017	Director General de Administración.		Servicio contratado		Contrato de servicio aprobado por el Decano.
7. Contratar el mantenimiento anual de los proyectores de la Facultad.	ENE 2013 -2014 - 2015 -2016 y 2017	Director General de Administración.		Servicio de mantenimiento contratado		Contrato de mantenimiento aprobado por el Decano.
8. Contratar el mantenimiento anual del sistema de aire acondicionado del campus de la Facultad.	ENE 2013 -2014 - 2015 -2016 y 2017	Director General de Administración.		Servicio de mantenimiento contratado		Contrato de mantenimiento aprobado por el Decano.
9. Elaborar el plan anual de compras de bienes, servicios y suministros.	ENE 2013 -2014 - 2015 -2016 y 2017	Director General de Administración.		Pla anual confeccionado.		Plan anual de adquisiciones aprobado por el Decano.

Estrategia 9: Mejorar el apoyo a las publicaciones en revistas indexadas de las investigaciones realizadas.						
Meta 9: A fines de Noviembre del 2013 estará aprobado e implementado el sistema de apoyo a las publicaciones en revistas indexadas de las investigaciones realizadas.						
Fecha: Enero 2013 a Diciembre 2017						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Elaborar un diagnóstico de la actividad de investigación y de publicación en revistas indexadas	30 AGO del 2013	Instituto de Investigación.		Informes diagnósticos		Investigaciones realizadas y publicadas.
2. Elaborar un plan de investigación que priorice la publicación en revistas	30 SEP del 2013	Instituto de Investigación.		Plan de investigación		Investigaciones realizadas y publicadas.

indexadas						
3. Gestionar los recursos para la ejecución del plan	30 OCT del 2013	Instituto de Investigación.		Plan de funcionamiento		Informe presentado.
4. Evaluación semestral del plan	JUL 2014 – 2015 – 2016 y 2017	Instituto de Investigación.		Informe		Informe presentado.
5. Perfeccionamiento del plan	ENE 2014 – 2015 - 2016 y 2017	Instituto de Investigación.		Plan modificado		Plan modificado.

Estrategia 10: Elaborar los indicadores de éxito del pregrado de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.						
Meta 10: Anualmente de elaborará los indicadores de éxito del pregrado de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.						
Fecha: 2013 2017						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Elaborar indicadores de gestión educativa del pregrado.	2017	Equipo de gestión		Indicadores elaborados.		Informe al Decano.
2. Elaborar el flujo de caja del pregrado.	2017	Equipo de gestión		Flujo Caja elaborado.		Flujo de caja financiado.
3. Elaborar el punto de equilibrio de funcionamiento del pregrado.	2017	Equipo de gestión		Punto de equilibrio elaborado.		Punto de equilibrio adecuado al flujo de caja.
4. Elaborar la estructura de costos del pregrado.	2017	Equipo de gestión		Estructura de costos elaborado.		Informe entregado al Decano.
5. Reelaborar los procesos de la Dirección del pregrado.	2017	Equipo de gestión		Procesos con alto valor agregado.		80% de los clientes satisfacción.

Estrategia 11: Obtener la acreditación Nacional y re certificar las acreditaciones internacionales						
Meta 11: Acreditación con el CONEAU y re certificación internacional asegurada						
Fecha: 2013 - 2017						
Descripción de tarea / actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable		Criterio de éxito	Obs.	Resultados
1. Conformación de comité de acreditación y equipos de trabajo	AGOS. 2013 – JUNIO 2013	Comité de Acreditación de la USMP – Decano – Dirección de Escuela		Equipos consolidados		Productos asegurados
2. Desarrollar los procesos de equivalencia y autoevaluación del Modelo CONEAU	AGOS. 2013 – JUN. 2014	Comité de Acreditación		Mejora continua		Acreditación Nacional
3. Analizar e implementar los planes de mejora propuestos por ACSUG.	ENE – NOV. 2013	Comité y Unidad de Acreditación		Diagnostico Situacional Actualizado.		Presentación y Sustentación del Diagnostico Situacional Actualizado para conocimiento e información del Decano.
4. Revisar y controlar los planes de mejora propuestos por ACSUG, para años posteriores	FEBR. 2015	Comité y Unidad de Acreditación		Programas Competitivos		Presentación y Sustentación de los Programas Competitivos para ser aprobado por el Decano.
5. Lograr la re certificación por TedQual	JUN - AGO 2016	Comité y Unidad de Acreditación		Programas Competitivos		Presentación y Sustentación de los Programas Competitivos para ser aprobado por el Decano.

Control de implementación de las estrategias

El control de la implementación de las estrategias del Plan Estratégico se realizará con la evaluación periódica de los Indicadores, de la evaluación periódica de los objetivos estratégicos y con la verificación del cumplimiento del cronograma de las actividades del Plan Estratégico.