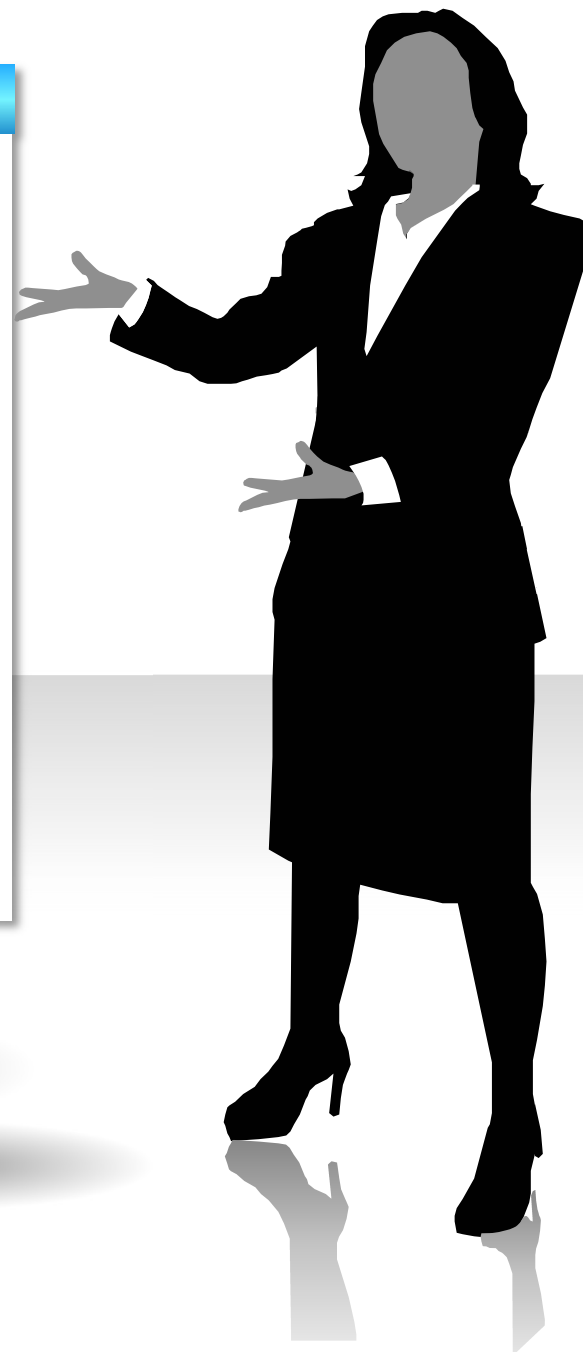


PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL ITLA 2010 - 2013

Contenido

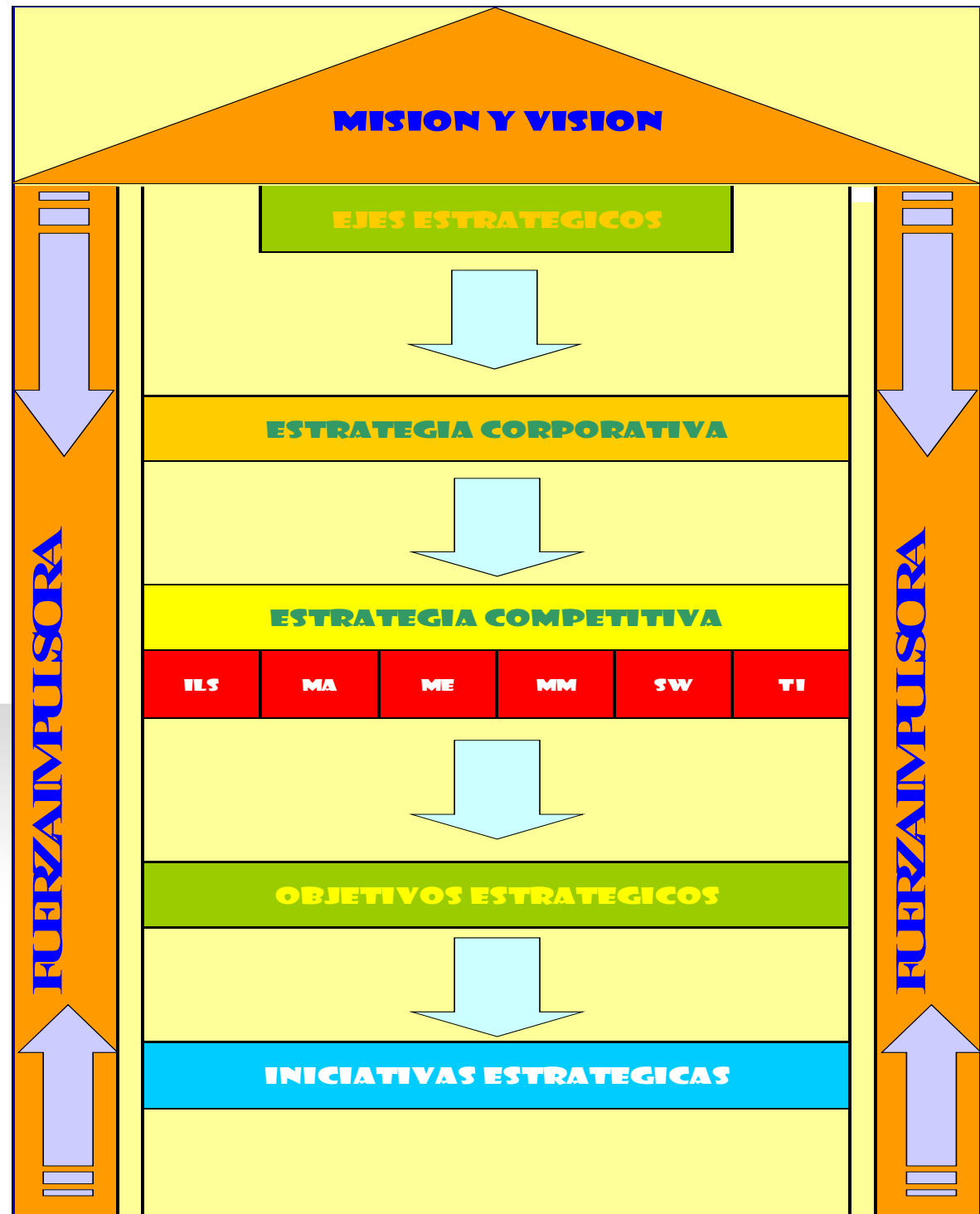
Guía los programas, planes y proyectos estratégicos del Instituto Tecnológico de Las Américas (ITLA), como parte de la inserción en la Estrategia Nacional de Desarrollo.



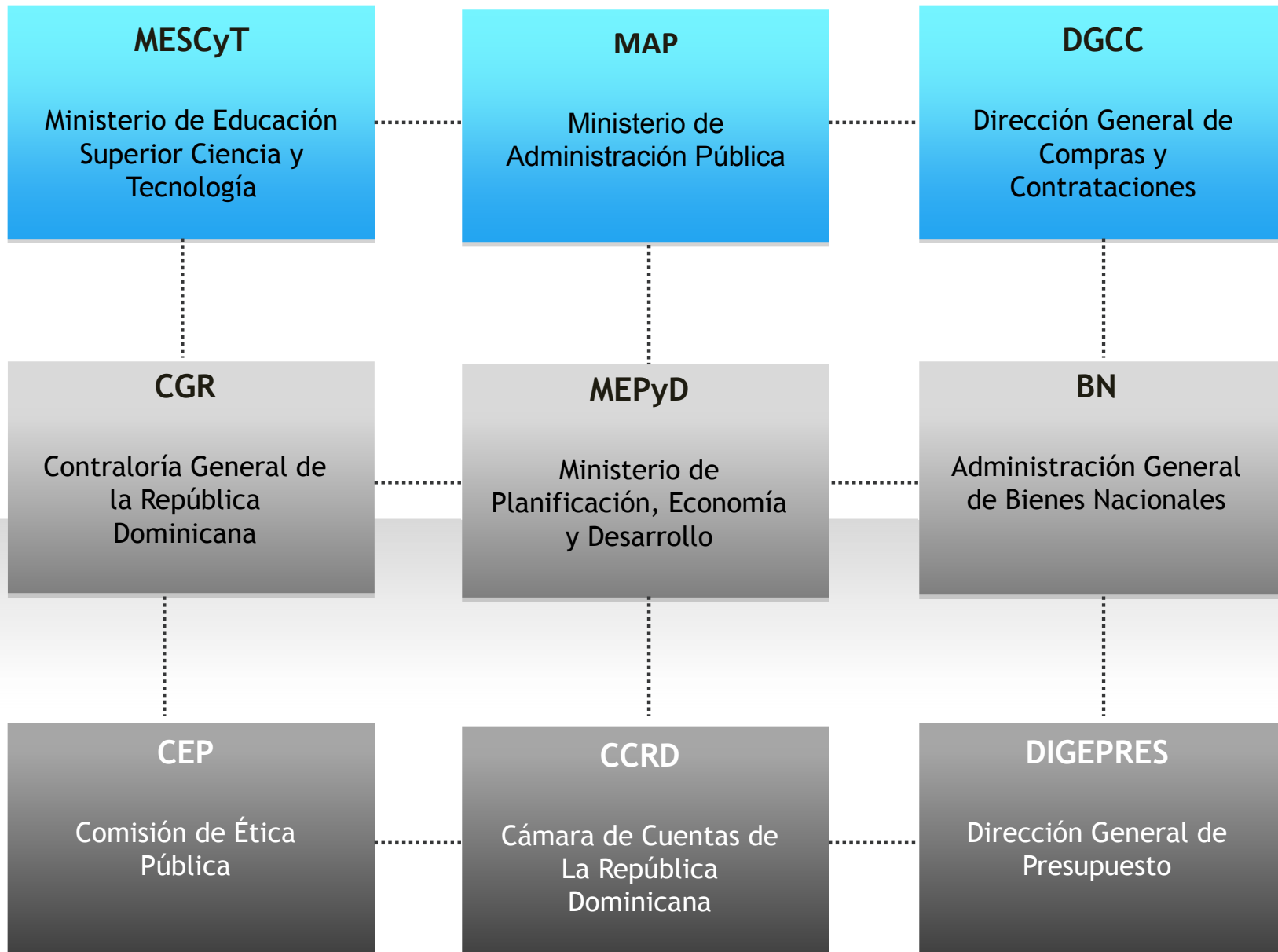
- Esquema de Planificación
- Marco Legal Institucional
- Planes Nacionales
- Análisis Internos
- Análisis Externos
- Grupos de Interés
- Estrategias
- Objetivos y Acciones

Esquema de Planificación

Partiendo de un análisis deductivo, se plantea la definición de QUE y PARA QUE ACTUAL (Misión), para llegar al QUE y PARA QUE IDEAL (Visión), a través de planteamientos y acciones (Estrategias), que se llevan a niveles de ejecución de QUIEN, COMO , CUANDO, DONDE y POR QUE (Objetivos e Iniciativas).



Marco Legal Institucional



Resumen de Etapas y Pasos



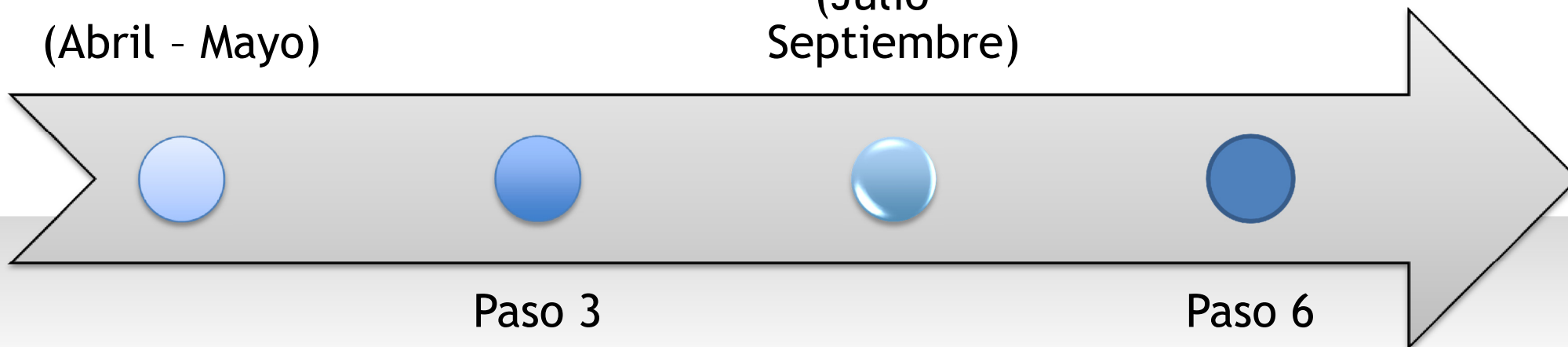
Resumen de Cronogramas

Pasos 1 - 2
(Abril - Mayo)

Fecha 4 - 5
(Julio -
Septiembre)

Paso 3
(Junio)

Paso 6
(Septiembre -
Octubre)



Planes Nacionales

Áreas de Impacto

- **Modelo de Sistema Educativo**
- **Investigación, Desarrollo e Innovación (ID+i)**
- **Sociedad de la Información**

Planes Nacionales

Estrategia Nacional de Desarrollo 2010 - 2030	Plan Nacional de Competitividad 2020	Plan Decenal de Educación Superior 2008 – 2018	Plan Estratégico de la MESCyT 2008 – 2018	Productos de ITLA para Estrategias Nacionales
---	--------------------------------------	--	---	---

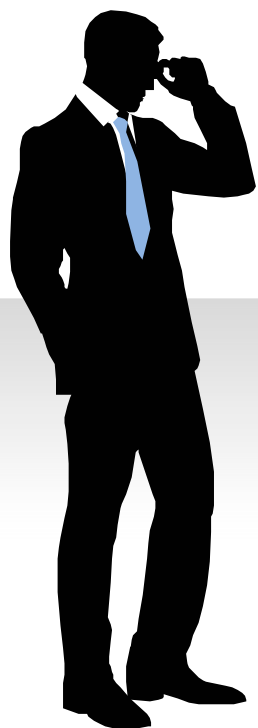


Análisis Internos y Externos (1)

- Reuniones Administrativas y Staff
- Reuniones con Docentes (Fijos y Temporales)
- Reuniones con Estudiantes (Tecnólogos)
- Consultas con Grupos de Interés (Instituciones Reguladoras)
- Encuentro Final en Casa de la Convivencia, con resultados de Misión y Visión definitivas



Análisis Internos y Externos (2)



Diagnóstico Estratégico

- Basado en la experiencia y en conocimientos internos
- Amparado en los grupos del ámbito: empleados, profesores y estudiantes
- Puntualiza mucho el crecimiento de infraestructura y el cumplimiento de patrones legales,
- Externaliza la necesidad de calidad de la admisión y de la mejora de laboratorios.
- Contempla el crecimiento, la extensión, la reforma de los planes de estudio y la conversión en universidad.

Análisis Interno

- Fortalezas
- Debilidades

Análisis Externo

- Oportunidades
- Amenazas

**Factores
Políticos**

**Factores
Económicos**

PEST

Factores Sociales

**Factores
Tecnológicos**



Análisis CAME

Significado de CAME

- **CORREGIR** nuestras debilidades
- **AFRONTAR** nuestras amenazas
- **MANTENER** nuestras fortalezas
- **EXPLOTAR** nuestras oportunidades

Estrategias Ofensivas

MAXI - MAXI (FO)

Potenciar las Fortalezas,
para aprovechar las
Oportunidades.

Estrategias Defensivas

MAXI - MINI (FA)

Potenciar las Fortalezas,
para defendernos de los
efectos de las Amenazas.

Estrategias Adaptativa

MINI - MAXI (DO)

Superar las Debilidades,
para aprovechar las
Oportunidades.

Estrategias de Supervivencia

MINI - MINI (DA)

Superar las Debilidades,
para defendernos de los
efectos de las Amenazas.

Fuerza Impulsora

Pregunta 1

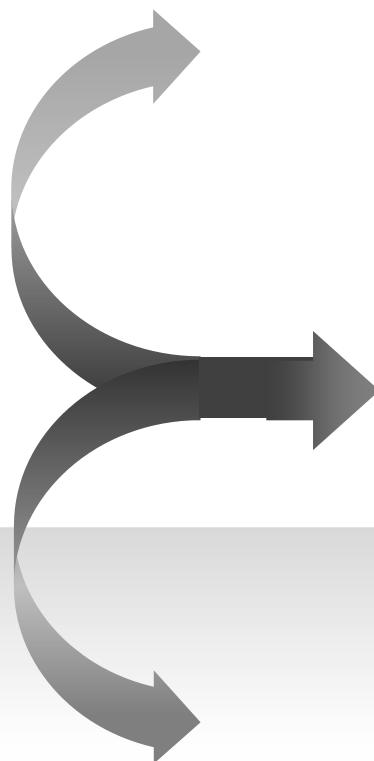
¿Qué componente de la Institución está actualmente impulsando su estrategia y lo ha hecho verse como se ven hoy en términos de productos, clientes y mercados?

Pregunta 2

¿Qué componente de la Institución debería ser la Fuerza Impulsora de la estrategia del ITLA en el futuro?

Pregunta 3

¿Cuál es la Influencia de esta fuerza impulsora sobre las elecciones que el ITLA debe realizar en relación a productos, clientes y mercados futuros?



Fuerza Impulsora

A raíz de las diferentes opiniones surgidas en lo referente a cuál es la *Fuerza Impulsora* actual del ITLA y partiendo de su importancia el desarrollo del **Plan Estratégico**, se pasa a determinar cuál será en el futuro. El debate se realiza cediendo la opinión a los participantes del Grupo Estratégico, y se concluye que nuestra *Fuerza Impulsora* será la **TECNOLOGIA**, definiéndose la misma como “*capacidad metodológica de transmitir, producir y generar conocimientos tecnológicos de manera que los egresados desarrollen competencias de emprendimiento y liderazgo*”.

Estrategia Corporativa 1

La **Estrategia Corporativa** se define como “aquella que está relacionada con el objetivo y alcance global de la organización para satisfacer las expectativas de los propietarios o de los grupos de interés, y añadir valor a las distintas partes de la organización. La definición de los tipos de negocios, la cobertura geográfica, la tipología de productos o servicios a ofertar se incluyen en el nivel corporativo de la estrategia.

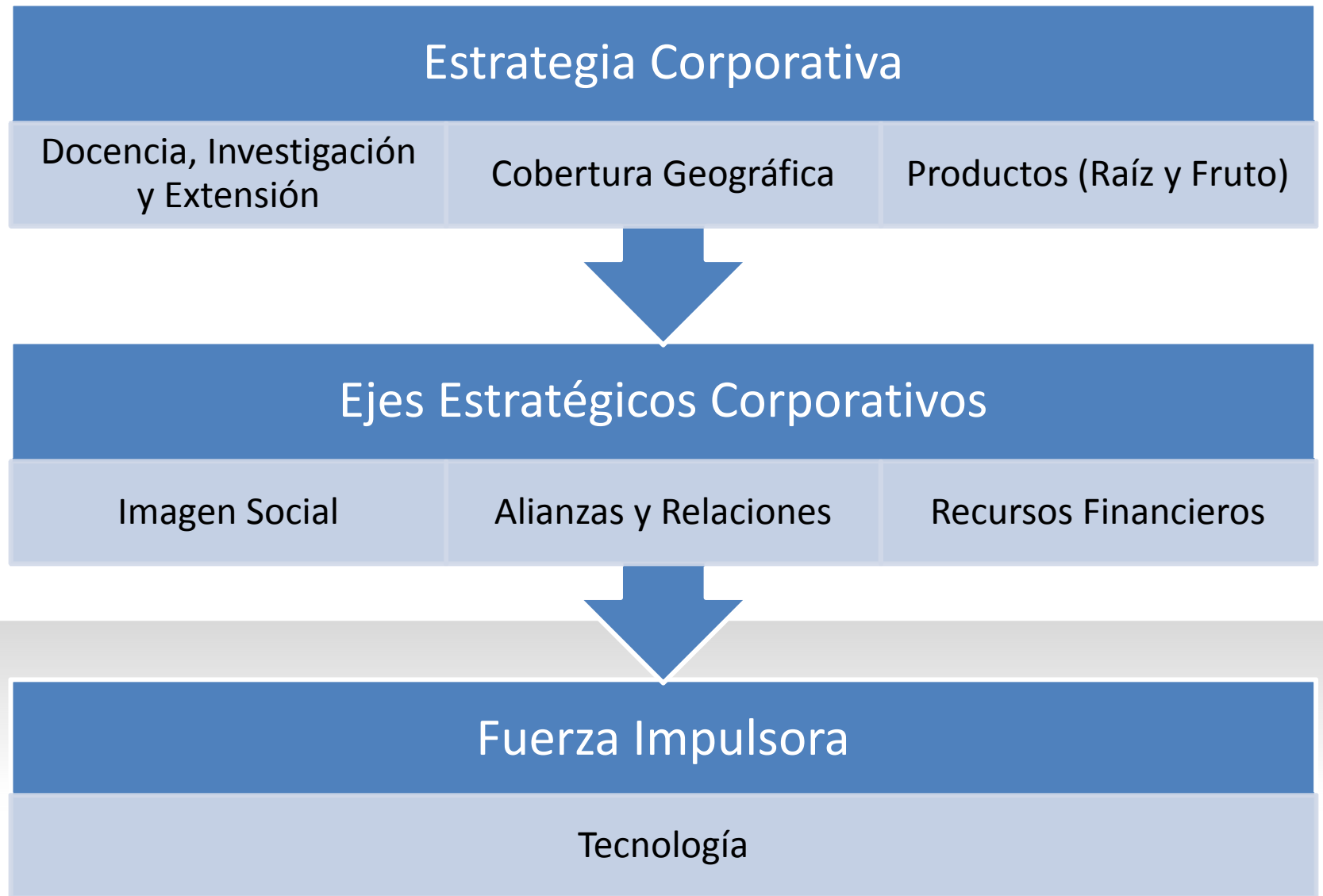
Adaptando estos conceptos al entorno de la educación superior, nuestra Estrategia Corporativa está estrechamente vinculada a nuestra Fuerza Impulsora, la cual representa el eje transversal de los ejes estratégicos que catalizan y motorizan nuestro programa estratégico institucional.

Tres ejes concretos

- **Tipos de Negocios**
 - Docencia
 - Investigación
 - Extensión
- **Cobertura Geográfica**
- **Productos o Servicios**
 - Raíz
 - Frutos



Estrategia Corporativa 2



Estrategia Competitiva

Educación Permanente

- Alianzas
- Uso del Poder de los Proveedores

Educación Superior

- Tecnología
- Modelo académico especializado

Estrategias de Diferenciación

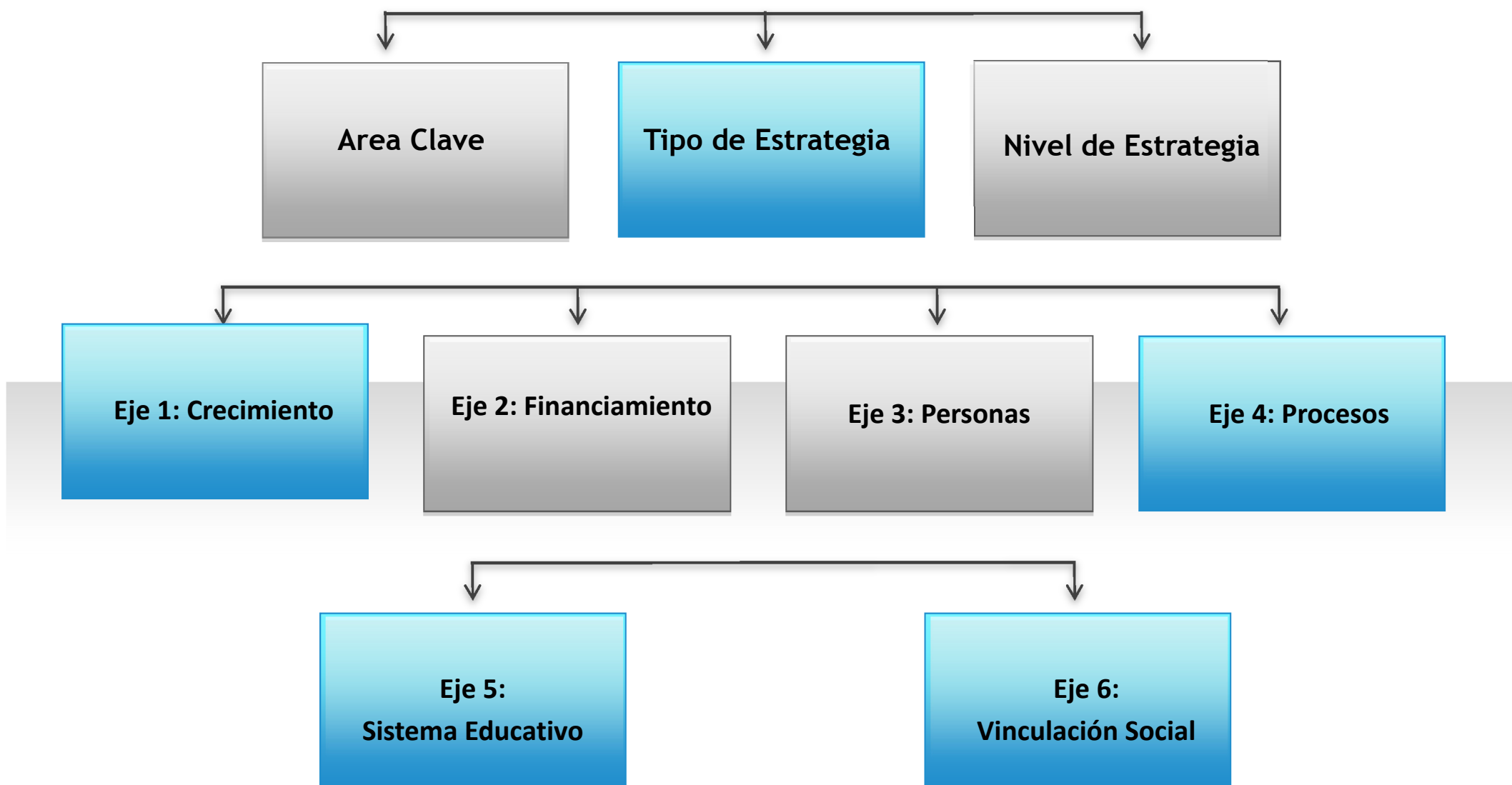
Educación Permanente

- Cada Centro posee una estrategia definida
- Detalles en Planes de Acción

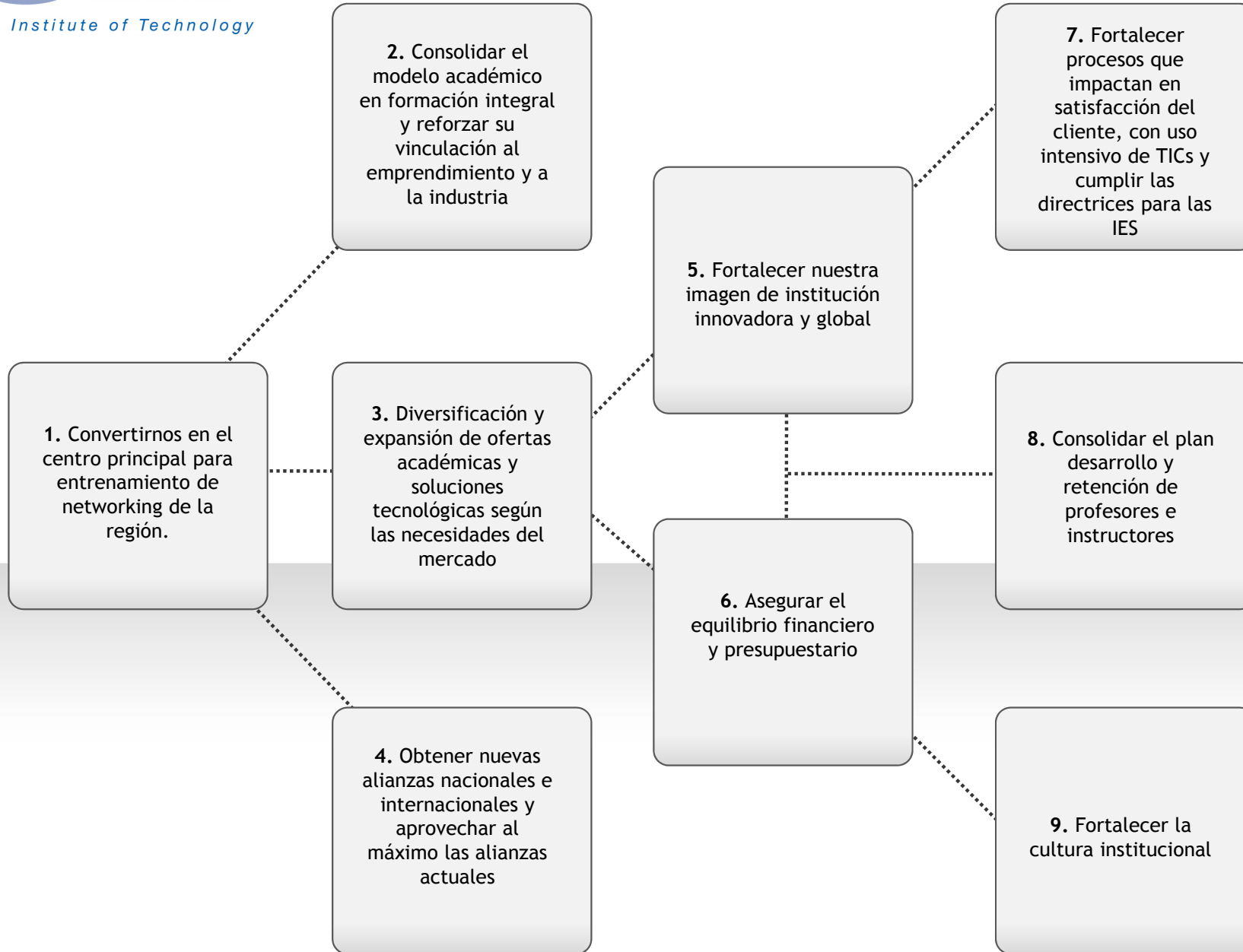
Educación Superior

- Investigación
- Educación de clase mundial

Ejes Estratégicos



Objetivos Estratégicos



Iniciativas Estratégicas

Eficiencia

Por cada objetivo tenemos entre 3 a 6 iniciativas o acciones estratégicas.

Eficacia

Cada iniciativa tiene como fin hacer cumplir el objetivo por completo.

Efectividad

Cada iniciativa es plausible de medición por indicadores.

Total Funding Needs

- Se precisa trasladar las iniciativas a Planes de Acción 5W + 1H:
 - What o qué hacer
 - When o cuándo hacerlo
 - Who o quién lo hace
 - Where o dónde se hace
 - Why o por qué, las razones de ejecutarlo
 - How o cómo hacerlo
- A estos elementos, se agregan el costo de cada acción, la medición o indicador y la frecuencia de medición.

Consideraciones Finales

La elaboración de un Plan Estratégico de por sí no garantiza el éxito del mismo. Su implementación, ejecución y control son las piedras angulares de su alcance y efecto institucional y en el mercado en que se plantea.

Se precisa de un equipo humano abocado a su realización; de los recursos técnicos, económicos y materiales que forman las tareas y de un liderazgo permanente que dinamice y flexibilice las barreras que puedan surgir.

El ITLA ha tenido grandes retos y este es uno bastante amplio y retador... JUNTOS PODEMOS HACERLO!!!!

