



UNIVERSIDAD NACIONAL “PEDRO RUIZ GALLO”



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

“ANÁLISIS Y DISEÑO DE UN PLAN DE SOSTENIBILIDAD PARA EL INSTITUTO PERUANO DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES – IPCNI SAC - 2015-2017”

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL**

AUTOR:

Lic. ESTHER LEONOR VASQUEZ DIAZ

ASESOR:

Dr. CARLOS ALBERTO QUEREVALÚ MORANTE

LAMBAYEQUE - PERÚ

2017

**“ANÁLISIS Y DISEÑO DE UN PLAN DE SOSTENIBILIDAD PARA EL
INSTITUTO PERUANO DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES –
IPCNI SAC - 2015-2017”**

AUTOR

ESTHER LEONOR VASQUEZ DIAZ

ASESOR

CARLOS ALBERTO QUEREVALU MORANTE

Presentada a la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo para optar el Grado de **MAESTRO EN ADMINISTRACION**. CON MENCIÓN EN **GERENCIA EMPRESARIAL**.

APROBADO POR:

Dr. HUMBERTO ZAMORA CAPELLI
PRESIDENTE DEL JURADO

Mg. VICTOR MANUEL ARROYO URBINA
SECRETARIO DEL JURADO

Mg. GUADALUPE ROCIO VICTORIA COLTER APAZA
VOCAL DEL JURADO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a toda mi familia, principalmente a mi madre Basílica que ha sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos, oportunidad y recursos para lograrlo.

A mi padre Fernando que aunque no esté físicamente conmigo, sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía en mi camino.

A mi amado esposo Carlos, por estar siempre en esos momentos difíciles, brindándome su amor, apoyo, paciencia y comprensión.

A mis adorados hijos Carlos Marcelo y Matias Alberto, quienes son mi mayor motivación para no rendirme y poder llegar a ser un ejemplo para ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera, por darme la fortaleza, y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencia y sobre todo de felicidad.

A mi Asesor de Tesis el Dr. Carlos A. Querevalú Morante, por su orientación y apoyo, así como por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, para guiarme durante el desarrollo de la tesis.

Contenido

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
I. ASPECTOS METODOLÓGICOS	5
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	5
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA	8
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
1.5. OBJETIVOS	9
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	9
1.5.2. OBJETIVO ESPECÍFICO	9
II. FUNDAMENTACION TEÓRICA	10
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.2. BASE TEÓRICA	15
2.2.1. Definición del Desarrollo Sostenible Empresarial. (DSE)	15
2.2.2. Claves para la implementación de un Desarrollo Sostenible Empresarial	15
2.2.3. Definición de Grupos de Interés	16
2.2.4. Calidad	17
2.2.5. Valor Agregado	20
2.2.6. Ventaja Competitiva	22
2.2.7. Alternativa de Gestión Organizacional	21
2.3. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	24
2.3.1. Misión	25
2.3.2. Visión	25
2.3.3. Valores	26
2.3.4 Organigrama del IESTP de Comercio y Negocios Internacionales – IPCNI	26
2.4. HIPÓTESIS	27
2.5. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS	27

III. METODOLOGÍA	28
3.1. DISEÑO	28
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	28
3.3. VARIABLES	30
3.3.1. Variable Independiente	30
3.3.2. Variable Dependiente	30
3.4. RECOLECCIÓN DE DATOS	30
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS	31
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1. RESULTADOS	32
4.1.1. Identificar y analizar los servicios brindados por IPCNI caracterizando la calidad y valor agregado percibido por el cliente durante el periodo 2012-2015	32
4.1.2. Evaluar la gestión y necesidades administrativa y económica; así como las fuentes de financiamiento que el IPCNI podría tener acceso	47
4.1.3. Análisis de la rentabilidad proyectada del IPCNI para los años 2017- 2021	66
4.1.4. Diseño del Plan de Sostenibilidad	82
4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	86
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	93
BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜÍSTICA	94
ANEXOS	97
ANEXO 1. ENTREVISTA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	97
ANEXO 2. APLICACIÓN DE ENTREVISTA Y ENCUESTA AL PERSONAL DEL IPCNI	98
ANEXO 3. ENCUESTA APLICADA A LOS GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS DE IPCNI	99
ANEXO 4. APLICACIÓN DE ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS	101
ANEXO 5. TÉCNICA DE LA OBSERVACIÓN	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Grupos de Interés externo	29
Tabla 2. Grupos de interés Interno	30
Tabla 3. Oferta Académica	33
Tabla 4. Especializaciones	34
Tabla 5. Cursos dictados por IPCNI	36
Tabla 6. Pasantías	38
Tabla 7. Participantes de IPCNI	39
Tabla 8. Capacidad Instalada	40
Tabla 9. Características de los productos que brinda IPCNI, para ser considerados de Calidad y generar un valor agregado	43
Tabla 10. Elementos considerados para generar valor agregado	46
Tabla 11. Propuesta de terrenos para construcción de Instituto	49
Tabla 12. Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Básicos de una Institución Educativa	50
Tabla 13. Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Complementarios	52
Tabla 14. Área Total Construida requerida por ambiente por estudiante	52
Tabla 15. Índice de Ocupación mínima (IO) de otros ambientes	53
Tabla 16. Escala de Categorización de Docentes según grados y/o Títulos	55
Tabla 17. Remuneraciones Salariales de Universidades e Institutos	56
Tabla 18. Escala de categorización socioeconómica de alumnos de carrea de administración de negocios internacionales.	58
Tabla 19. Evolución de ventas de los Servicios de Extensión Académica 2012-2016	59
Tabla 20. Ingreso de carrera de Administración de Negocios Internacionales.	60
Tabla 21. Evolución de las Ventas por los periodos 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016-IPCNI SAC. De las ofertas académicas que brinda IPCNI	61

Tabla 22. Sueldos de Docentes de Carrera de Administración De Negocios Internacionales por periodo lectivo 2016	63
Tabla 23. Sueldo de Jefe de Coordinación Académica	63
Tabla 24. Honorarios del Coordinador de los cursos de Extensión Académica	64
Tabla 25. Honorarios de Docentes de Cursos de Extensión Académica	64
Tabla 26. Gastos Fijos	65
Tabla 27. Requerimiento de ambientes para construcción	67
Tabla 28. Nivel de Inversión de Infraestructura	68
Tabla 29. Inventario de Muebles y Equipos del IESTP De Comercio y Negocios Internacionales.- IPCNI, al 31 de Diciembre 2016	69
Tabla 30. Depreciación de Muebles y Equipos electrónicos	70
Tabla 31. Inversión en Marketing y Publicidad	70
Tabla 32. Proyección de ingresos de la carrera de Administración de Negocios Internacionales	71
Tabla 33. Proyección de ventas 2017-2021	72
Tabla 34. Alumnos postulantes e ingresantes 2017-I. Instituto de Educación Superior Tecnológica.	75
Tabla 35. Carrera con mayor demanda 2017 – I en instituto de educación superior tecnológica.	76
Tabla 36. Proyección de los ingresos de la carrera de Administración de Empresas.	77
Tabla 37. Consolidado de la proyección de los ingresos por servicios ofrecidos por IPCNI 2017-2021	77
Tabla 38. Estado de pérdidas y ganancias.	78
Tabla 39. Flujo de Caja	80
Tabla 40. Punto de equilibrio y margen de contribución	81
Tabla 41. Creación de valor	81
Tabla 42. Calculo del VANE y TIRE	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Percepción de la calidad de los productos que brinda IPCNI	41
Grafico 2. Proyección de ventas anuales	72
Grafico 3. Región Lambayeque: Población estudiantil en institutos superiores tecnológicos según tipo de gestión 2013-2014.	74
Grafico 4. Región Lambayeque: Población estudiantil matriculados en instituto superior tecnológico según tipo de gestión 2017-I	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Motivos por los cuales participaron de los diferentes cursos de IPCNI	44
Figura 2. Elementos considerados con calificación de muy alta	47

RESUMEN

La presente investigación se basa en el “Análisis y Diseño de un Plan de Sostenibilidad para el Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales IPCNI 2015- 2017”, para ello se desarrollaron los objetivos: Identificar y Analizar los servicios brindados por la institución caracterizando la calidad y valor agregado percibido por el cliente durante los años 2012-2015, Evaluar la gestión y necesidades administrativas y económica; así como las fuentes de financiamiento que el IPCNI podría tener acceso para lograr su sostenibilidad empresarial, bajo el nuevo plan de inversión y analizar la rentabilidad proyectada para los años 2017-2021.

La investigación se ha realizado en base a la recolección de datos a través de análisis documental, técnica de entrevistas y la técnica de observación de campo, las cuales se aplicaron al personal administrativo de IPCNI así como a clientes que hacen uso de los diferentes servicios académicos de la institución.

En base a ello se ha podido concluir, que un Plan de Sostenibilidad requiere una inversión total de S/ 1,301,550.000 que permitirá obtener una rentabilidad del 18.53% y un VAN del S/1'282,764.39. Además también se concluye que los clientes del IPCNI están conformado por un segmento de jóvenes entre los 17 y 25 años de edad, de los cuales el 90% son estudiantes universitarios de la misma carrera profesional, siendo el elemento que más valoran la calidad de los servicios, plana docente e infraestructura, yaciendo este último elemento lo que ha generado proponer trasladarse a un nuevo local, para satisfacer y garantizar la calidad académica y las condiciones de los ambientes.

ABSTRACT

This present investigation is about the Analysis and Design of a Sustainability Plan to The Peruvian Institute of Commerce and International Business IPCNI 2015-2017, so it does the objectives: To identify and analyze all the services given by the institution looking for the quality and the added value perceived by the customer during the years 2012-2015, To Evaluate the administrative and economic management such as the financial sources that IPCNI could have access to achieve business sustainability, under the new plan of investment and to Analyze the projected rentability for the years 2017-2021.

The research has been done in based data through documental analysis is , interview techniques and field observation technique, which were applied to the administrative personal of the IPCNI such as that make use of the different academic services Of the institution.

In based to that we can conclude that the Sustainability Plan requires an investment of S/ S/ 1,301,550.00 which will obtain profitability from 18.53% and VAN of S/1'282,764.39. In addition, IPCNI is conformed by a young segment between 17 and 25 who 90% are university students of the same professional career, being the element that value the most the quality of the services, the segment conformed by the teaching and infraestructura staff, this last segment have also proposed to move to another local to satisfy and guarantee the academic quality and the conditions of the environments.

INTRODUCCIÓN

Han pasado 28 años desde que, el 4 de agosto de 1987, se conociera por primera vez el concepto de desarrollo sostenible. En aquel año, la Asamblea de las Naciones Unidas dio a conocer el famoso Informe Brundtland, llamado también Nuestro Futuro Común, que describe al desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

Sin embargo, el concepto de sostenibilidad ha evolucionado notablemente y hoy sabemos que no se puede analizar solo desde un enfoque ambiental, sino que es necesario incluir el aspecto social y económico. Sería un error, por lo tanto, identificar sostenibilidad solamente con asuntos de “medio ambiente” y dejar de lado los temas económicos.

El Instituto Peruano de Comercio y negocios internacionales IPCNI, con el afán de mejora sus niveles de ingresos y competitividad frente a las instituciones locales, ha desarrollado diferentes tipos de actividades académicas según los requerimientos y necesidades del segmento de mercado al cual se dirige, sin un previo análisis de este, motivo por el cual, no le ha permitido desarrollar una propuesta de un plan de sostenibilidad, que le permita un crecimiento sostenido a través de una mejora de calidad y valor agregado, a pesar de ello, ha logrado posicionarse en el mercado, por ser reconocida como el instituto especializado en los negocios internacionales, ya que desarrolla sus actividades académicas es un 50% teoría y 50% práctica, siendo este un motivo por el cual, la mayoría de estudiantes son universitarios de la misma carrera que se ofrece en IPCNI.

Es por ello que se formula el objetivo principal:

“Analizar y Diseñar un plan de sostenibilidad para el Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales para los años 2015-2017”

Siendo los problemas específicos:

- Identificar y Analizar los servicios brindados por la institución caracterizando la calidad y valor agregado percibido por el cliente durante los años 2012-2015.
- Evaluar la gestión y necesidades administrativa y económica; así como las fuentes de financiamiento que el IPCNI podría tener acceso para lograr su sostenibilidad empresarial, bajo el nuevo plan de inversión.
- Analizar la rentabilidad proyectada del IPCNI para los años 2017-2021.

En base al análisis realizado podemos mencionar que una de las dificultades que se presenta en IPCNI es la necesidad de mejorar la infraestructura, por lo que se propone la compra del terreno y la construcción del instituto para generar un valor agregado y satisfacción de los estudiantes, para ello, se debe mejorar el incremento de los ingresos, por lo que también se propone el lanzamiento de una nueva carrera, Administración de Empresas, siendo la de mayor demanda en el mercado lambayecano.

Al realizar la proyección de los ingresos se observa una rentabilidad económica, por lo que se podría decir que es viable aplicar el plan de sostenibilidad propuesto.

I. ASPECTOS METODOLOGICOS

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

Actualmente la globalización de mercados y la diversificación de las líneas de negocios en las grandes empresas del Perú han constituido para las pequeñas empresas que quieren ingresar a competir en el mercado la necesidad de planificar su sostenibilidad empresarial.

Es por ello que actualmente más allá de una guía esquematizada de pasos para hacer un plan de sostenibilidad, se debe adoptar una ideología para crear valor real y desarrollar negocios que permanezcan a través del tiempo, y para lo que fueron creados en esencia: satisfacer las necesidades de sus clientes, acorde a los segmentos de mercados atendidos y con adecuados niveles de comunicación.

Según Zúñiga (2015) Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) desempeñan un papel fundamental en la economía peruana: contribuyen a la creación del empleo, disminuyen la pobreza e incrementan el Producto Bruto Interno.

En lo que se refiere al tamaño empresarial por número de empresas, las micro, pequeñas y medianas empresas según el INEI representan el 99,5% y la gran empresa el 0,5% del total al 2015.

El crecimiento del PBI peruano, desde el 2010 hasta el 2014 ha sido del 5,8% y la tasa de crecimiento de las Pymes para el mismo periodo fue del 6,68%. En la participación de los créditos en el sistema financiero en el año 2014, los créditos corporativos representaban un 56%, los de consumo e hipotecarios un 34% y las Pymes un 10%.

Es evidente que las Pymes, se han convertido en actor importante en la economía peruana, pero es conveniente indicar que nuestras

Pymes todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus niveles tecnológicos no les permiten actualmente adaptarse a los nuevos flujos de información, lo cual conlleva a una muerte prematura antes de su primer año de operaciones en más del 50%.

Por todo ello el concepto de sostenibilidad debe ser incluido en la gestión de los negocios, el cual debe ser analizado desde un enfoque económico, sociales y de relacionamiento con los clientes, consumidores e inversionistas, etc, es decir con los grupos de interés,

Según encuesta sobre el Estado de la Sostenibilidad en el Perú, conducida por KPMG, con el respaldo de G de Gestión y del experto José Salazar, y aplicada a los CEO de las 100 empresas más importantes del país (2015), las empresas miden sus impactos en el tema social (34%), económico (37%) y medio ambiental (29%), asimismo, los entrevistados consideran que la sostenibilidad es relevante en su estrategia de negocio (90%), y una muestra de ello es que las empresas consultadas lo tienen incluido o mencionado en su misión, visión, valores o códigos de ética.

Si bien es cierto según asisteperu (2015) apenas, un 9% de la población joven se prepara para una carrera TECNOLÓGICA, mientras que un 6% lo hace para carreras TÉCNICOPRODUCTIVAS y tan solo un 20%, para estudios universitarios, sin embargo, no se garantiza el éxito de una institución de educación superior muchas veces por problemas de capacidad de pago del estudiantes, por falta de reconocimiento de la marca institucional o por la gran competencia con las grandes empresas peruanas que han decidido invertir en Educación superior caso Intercorp que constituyen una gran barrera para los pequeños centros de educación superior que deciden ingresar al mercado.

Es dentro de este contexto que se crea el Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales (IPCNI) el 23 de noviembre del

2011 con el objeto de brindar servicios de formación profesional técnica en Administración de Negocios Internacionales, así como servicios de capacitación y asesoría empresarial, además para contribuir con la investigación y la promoción del comercio exterior peruano, siendo su radio de intervención la región Lambayeque, Cajamarca y Amazonas por ser parte de un corredor económico natural.

A pesar del reconocimiento adquirido actualmente en el mercado por la calidad y alta especialización de sus facilitadores, el IPCNI es una institución de educación superior tecnológica con cinco años en el mercado pero recién un año con reconocimiento del MINEDU, quien autoriza el dictado de la Carrera de Administración de Negocios Internacionales. IPCNI cuenta con limitados recursos económicos para invertir en los aspectos fundamentales de la gestión empresarial como es el marketing, gestión del talento humano, infraestructura y brindar nuevos servicios, lo que hace necesario diseñar un plan de sostenibilidad empresarial mediante un análisis de la realidad situacional del IPCNI durante su periodo de gestión 2012-2015.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El problema en que se centra la presente investigación es en los tres niveles de la sostenibilidad empresarial como son el nivel económico, nivel organizativo y finalmente el nivel laboral.

Si bien es cierto desde su creación el IPCNI ha tenido un crecimiento en sus ventas promedio del 60%, sin embargo, la necesidad de cumplir con los requisitos exigidos por el MINEDU, obligó a incrementar sus costos y gastos en más del 70% generando pérdidas económicas según sus estados financieros permanentemente hasta el 2014, logrando recién en el 2015 una pequeña utilidad de ése ejercicio económico.

En el nivel organizativo existen necesidades de mejorar el desempeño de la gestión comercial, de la infraestructura para mejorar su imagen corporativa y el perfil de los colaboradores de las diferentes áreas, siendo su mayor fortaleza la experiencia y calidad de sus facilitadores.

Cuentan con poca información sobre las expectativas de formación profesional técnico de los egresados de colegios en negocios internacionales en la región Lambayeque, asimismo no ha desarrollado un estudio de mercado que permita identificar claramente los segmentos de mercados más atractivos a los servicios que pueda ofrecer como institución de educación superior tecnológico, lo que ha conllevado a generar bajos ingresos durante los cuatro años consecutivos, desde el año 2012 al 2015.

1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA.

La gestión y operación de la empresa viene adaptándose a la problemática y las exigencias del mercado, no existiendo una estrategia clara que permita generar competitividad y garantice la sostenibilidad del negocio.

Por tanto, se requiere identificar las oportunidades y riesgos del actual negocio, adquiriendo una mejor comprensión del mercado para poder conocer las necesidades de nuestros clientes, las amenazas del entorno y la competencia; desarrollando una revisión de todos los recursos a fin de vislumbrar nuestro crecimiento y sostenibilidad en el largo plazo. Esto será posible gracias a la generación de opciones que resulten de la elaboración de un plan de sostenibilidad

La presente investigación servirá para beneficiar a IPCNI, generando ingresos mediante recursos propios a través de la mejora y nuevos servicios que ofrece, logrando así que IPCNI se convierta en sostenible.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por lo expuesto el problema científico será:

¿Cómo Analizar y Diseñar un plan de sostenibilidad para el Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales para los años 2015-2017?

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL.

El objetivo general de este trabajo es analizar y diseñar un Plan de Sostenibilidad para el Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales S.A.C. (IPCNI) para los años 2015-2017.

1.5.2. OBJETIVO ESPECÍFICO.

- Identificar y Analizar los servicios brindados por la institución caracterizando la calidad y valor agregado percibido por el cliente durante los años 2012-2015.
- Evaluar la gestión y necesidades administrativa y económica; así como las fuentes de financiamiento que el IPCNI podría tener acceso para lograr su sostenibilidad empresarial, bajo el nuevo plan de inversión.
- Analizar la rentabilidad proyectada del IPCNI para los años 2017-2021.

II. FUNDAMENTACION TEORICA.

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.

Alvarado; Morales y Ramirez, (2016) presentan los resultados de un análisis de percepción de la calidad de la educación superior en la Universidad Autónoma de Nuevo León y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, ambas consideradas como las máximas casas de estudio del estado de Nuevo León. Para llevar a cabo el estudio, se realizó una encuesta semiestructurada que se aplicó dentro y fuera de las instalaciones del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Con la información recabada se efectuó un modelo de ecuaciones estructurales, que permite explicar la forma en que los estudiantes clasifican sus percepciones sobre la calidad de los diferentes componentes o factores que ofrecen cada una de estas instituciones educativas. Entre los principales resultados se encuentra que los estudiantes del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey le dan mayor peso a las instalaciones modernas e innovación tecnológica dentro de las aulas, mientras que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León valoran más la preparación académica de la planta docente.

Galaz, Brito y Reyna, (2013) En este trabajo se analizan las respuestas a un conjunto de preguntas que, sobre la gestión institucional, formaron parte de la encuesta La Reconfiguración de la Profesión Académica en México, realizada en 2007-2008. El estudio presenta una comparación entre la perspectiva de los académicos de instituciones tecnológicas públicas y de universidades públicas estatales, relativas a la comunicación, la colegialidad y las prácticas administrativas. Los resultados muestran que los académicos de las primeras instituciones perciben, respecto a los académicos de las segundas, procesos administrativos más complicados, menor

comunicación y una deficiente participación en la toma de decisiones, se discuten a la luz de las políticas federales y conceptos organizacionales pertinentes

Poveda-Santana, (2013) Este trabajo tiene como objetivo mostrar las estrategias del desarrollo sostenible a nivel empresarial. Para la realización del mismo se han utilizado los métodos de lo lógico y lo histórico, el análisis y síntesis y de lo general a lo particular. Se concluye que el desarrollo sostenible a nivel de empresa ha atravesado por las siguientes estrategias: Cumplimiento de la legislación, Producción limpia, Ecoeficiencia, Responsabilidad social empresarial o corporativa y Economía verde.

Varela y Bedoya, (2006) La formación de un empresario es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que contribuyen, con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida. Esta investigación, cuyo objetivo principal es plantear un modelo de formación empresarial teniendo en cuenta el ciclo de carrera empresarial ha tomado en cuenta diversos elementos de la teoría general de Entrepreneurship y las experiencias que el CDEE (Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial) ha tenido en sus veintiún años de actividad en el área, con diversos públicos. Como resultado de este análisis, la investigación propone un modelo de formación empresarial fundamentado en dos tipos de competencias: las competencias de conocimiento (CC) relacionadas con los conocimientos requeridos para el desarrollo de la empresa, y las competencias personales entendidas como las habilidades, comportamientos, actitudes y valores necesarios para convertirse en un empresario exitoso a lo largo del tiempo. Adicionalmente el modelo contiene seis etapas en el

proceso: la de formación en espíritu empresarial la de formación en generación y evaluación de ideas de negocio, la de evaluación de oportunidad de negocio, la de elaboración del plan de negocio, la del proceso de arranque y la de crecimiento y desarrollo, cada una de ellas apoyadas en un proceso educativo y con recursos especialmente asignados, y todas interrelacionadas.

Buenahora (2002) Reflexiones sobre la importancia de la educación laboral y la competitividad dentro de la organización laboral. El término 'competencia' es el elemento articulador entre el conocimiento científico y el conocimiento técnico, para llegar a un saber-hacer. Se resalta, además, la importancia de la formación basada en competencias, sustentada en un diagnóstico realizado entre empresarios y académicos, donde se expresen las necesidades reales del mercado.

Maussa (2010), Cerca de 11.000 empresas se liquidaron en todo el país durante los primeros cuatro años de la década de 1990. En este artículo se busca establecer, mediante un estudio cualitativo que emplea el método de caso, que existen alternativas para las empresas que salen de un proceso de liquidación o reestructuración: ese modelo sería la autogestión. Además, se describe un caso donde se muestran las principales características culturales, administrativas y de gestión que tienen las organizaciones autogestionadas. A partir del diagnóstico de los elementos esenciales de estas empresas, se caracterizaron varios casos de estudio: Cales y Derivados de La Sierra S.A. CALDESA; Laminados y Derivados, Layder (casos se presenta como ejemplo); Minera Las Brisas; Cooperativa Los Guaduales, en Antioquia; Artgrancol y Calzado La Corona, en Bogotá. La constitución de las empresas autogestionadas por los trabajadores representa una oportunidad para la conservación de unidades productivas, las cuales generan empleo y contribuyen a mejorar la calidad de vida de esos trabajadores y la de sus familias.

Gil y Barcellos (2011), En las últimas décadas presenciamos cambios económicos, políticos, sociales y ambientales que de manera directa o indirecta afectan a las empresas. Con la mundialización de los mercados, las economías se encuentran más dependientes unas de otras y, a la vez, más susceptibles a la crisis, lo que también genera un mayor grado de incertidumbre. Además, cuestiones como el desarrollo sostenible o la sostenibilidad empresarial actualmente están en evidencia, lo que hace aumentar la responsabilidad de las empresas frente a sus grupos de interés. La necesidad de impulsar el desarrollo económico de forma sostenible es un desafío para empresas e instituciones gubernamentales, que en las últimas décadas han buscado soluciones en este sentido a través de protocolos, convenios y acuerdos que han sido pactados en varias cumbres internacionales. A la vez, la creación de guías, normas y sistemas de certificación proporcionan a las empresas un amplio debate acerca de las herramientas de gestión que se utilizarán para velar por la planificación del desarrollo sostenible. En este contexto, nuestro objetivo se centra en reflexionar sobre los desafíos para la sostenibilidad en el siglo XXI mediante todos estos instrumentos y políticas de gestión aplicado al desarrollo sostenible en la empresa

Keller, (2012) La implementación de estrategias empresariales que construyen valor a lo largo de la cadena productiva de bienes y servicios y simultáneamente contribuyen a la sostenibilidad es uno de los temas más difíciles de abordar en la práctica. Por eso, para el presente trabajo se investigaron las estrategias posibles, identificando aquellas opciones que permiten lograr integrar las dimensiones de la sostenibilidad al desarrollo organizacional desde una perspectiva sistémica, así como sus posibilidades y limitaciones. Las actividades características de las cinco opciones posibles – control de riesgos, construcción de imagen y reputación, productividad y eficiencia, innovación y desarrollo de mercados – pueden implementarse de

forma pura, combinada o sucesiva. De esta manera se pueden construir ventajas competitivas en el marco de la sostenibilidad, lo cual permite a la empresa lograr mayores posibilidades de éxito, no solo en el corto, sino también a mediano y largo plazo.

Parrado y Trujillo (2015) Este documento tiene como propósito revisar los aspectos teóricos e instrumentales de la implementación de la sostenibilidad en las universidades y realizar una propuesta para la gestión de la misma. A través de la revisión de literatura científica alrededor de la relación que existe entre la sostenibilidad y las funciones operativas y sustantivas de las universidades, se plantea un mecanismo lógico-instrumental para lograr la puesta en marcha de los componentes del desarrollo sostenible, definiendo el sistema universitario de manejo ambiental, el manejo de los grupos de interés y la docencia e investigación de las universidades como el camino para que hagan tránsito hacia la sostenibilidad. El trabajo presenta un aporte en relación a la sostenibilidad en las universidades ubicadas en países emergentes con el planteamiento de un modelo de implementación denominando “Campus Sostenible”.

2.2. BASE TEORICA

2.2.1. Definición del Desarrollo Sostenible Empresarial. (DSE)

Hace referencia a un complejo proceso mediante el que una empresa saca provecho de sus recursos satisfaciendo sus necesidades actuales, que al igual que el desarrollo sostenible se basa en tres pilares económicos, sociales y medioambientales. Para ello es preciso implementar un plan integral con propuestas y medidas que puedan solucionar problemas, como mejorar la imagen que el consumidor tiene de la empresa, demostrar rentabilidad, etc.

World Business Council Sustainable Development (2000), La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida.

Bowen, 1953, Pero la verdadera génesis de la RSE aplicada a las empresas se remonta a mediados del siglo XX en que se define más allá de un mero rol voluntarista y filantrópico como “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseable en términos de los objetivos y valores de la sociedad”

2.2.2. Claves para la implementación de un Desarrollo Sostenible Empresarial.

○ Sostenibilidad Económica:

Capacidad de generar riqueza en forma de capacidades adecuadas, equitativa en distintos ámbitos sociales que sea una población capaz y solvente de sus problemas económicos, tanto como fortalecer la

producción y consumo en sectores de producción monetaria, es decir es un equilibrio entre el hombre y la naturaleza para satisfacer ,a las necesidades y no sacrificar generaciones futuras.

- **Sostenibilidad Social.**

Se refiere a adoptar valores que refieren comportamientos como el valor de la naturaleza, principalmente mantener niveles armónicos y satisfactorios de educación, capacitación y concientización, ya que así apoyas a la población de un país a superarse, se refiere a mantener un buen nivel de vida de la población de un país, en los aspectos sociales ya sea el enrolamiento de las mismas personas para crear algo nuevo en la sociedad donde forman parte.

- **Sostenibilidad Ambiental.**

Capacidad de poder mantener los aspectos biológicos en su productividad a lo largo del tiempo, y de esta manera ocupándose de la preservación de los recursos naturales a fomentar una responsabilidad consciente sobre lo ecológico y al mismo tiempo crecer en el desarrollo humano cuidando el ambiente donde vive.

2.2.3. Definición de Grupos de Interés.

Gil Lafuente & Pula, 2011, la identificación de los grupos de interés es el primer paso en la construcción de estrategias sostenible con respecto a ellos. Es un proceso muy importante para una organización, ya que no considerar un determinado grupo como parte interesada puede ser un riesgo, pues ese grupo ignorado puede contribuir positivamente o negativamente acerca de oportunidades, o ser una fuente de amenazas.

Freeman, 1984, La teoría de los grupos de interés (stakeholders) postula que la capacidad de una empresa para generar riqueza sostenible a lo largo del tiempo –y con ello, su valor en el largo plazo– viene determinada por sus relaciones con sus grupos de interés

Freeman 1994, En el estudio de las relaciones de los grupos de interés en el ámbito de las empresas existe una visión clásica que enfrenta a uno de ellos, los shareholders (Accionistas o dueños), con el resto de los stakeholders (empleados, clientes, proveedores) Este conflicto se basa en la lucha de la apropiación de la renta.

2.2.4. Calidad.

2.2.4.1. Definición de calidad.

Hodson (2001) sostiene que la palabra calidad tiene múltiples significados, los dos que utilizan con mayor frecuencia son que “La calidad consiste en aquellas características del producto que satisfacen las necesidades de los clientes y proporciona la satisfacción con el producto” y que “La calidad consiste en productos y procesos libres de deficiencias”.

Hoffman 2002: Casi todos los expertos creen en común que la satisfacción de los clientes es una toma de decisión de corto plazo, específico de las transacciones, y que la calidad de los servicios es una actitud a largo plazo debido a una prueba global de un desempeño.

Según Lovelock (2009) define calidad de servicio desde diferentes perspectivas:

- **La perspectiva trascendental de la calidad es sinónimo de excelencia innata:**

Una señal de estándares inquebrantables y alto desempeño. Este punto de vista se aplica a la actuación en las artes visuales y plantea que la gente aprende a reconocer la calidad únicamente por medio de la experiencia que obtiene a través de la exposición repetida.

- **El método basado en el producto:**

Considera la calidad como una variable precisa medible; plantea que las diferencias en la calidad reflejan diferencias en la cantidad de un ingrediente o atributo que posee el producto. Debido a que esta perspectiva es totalmente objetiva, no toma en cuenta las discrepancias en los gustos, necesidades y preferencias de los clientes individuales (o incluso de segmentos completos de mercado).

- **Las definiciones basadas en el usuario:**

Parten de la premisa de que la calidad reside en los ojos del observador. Esas definiciones equiparan la calidad con la satisfacción máxima. Esta perspectiva subjetiva y orienta hacia la demanda reconoce que los distintos clientes tienen deseos y necesidades diferentes.

2.2.4.2. Mejora continua.

Bond, 1999 La mejora continua debe significar un modo de vida dentro de la organización y es precisamente esto, lo que la hace de la innovación continua una herramienta tan valiosa y, a la vez, difícil de implementar hasta sus últimas consecuencias.

2.2.4.3. Control de calidad.

González, 2004, si se habla de calidad es porque se ha realizado una previa evaluación de acuerdo a un criterio o estándar establecido. Por lo tanto “es poco congruente hablar de calidad sin hablar de evaluación, puesto que señalar una cosa como algo que tiene calidad exige realizar una medida, compararla con un referente ideal y elaborar un juicio sobre la adecuación del objeto o sujeto evaluado al referente utilizado.

2.2.4.4. Indicadores de calidad.

Acreditación.

Mientras que las ISO certifican la calidad de los procesos productivos y administrativos, la acreditación es la certificación de la calidad y excelencia de los procesos académicos. La acreditación puede entenderse como “una valoración que indica si una institución alcanza un nivel o estatus determinado”

MINEDU, 2016, La Acreditación de los programas de estudios será considerado como un indicador importante para el acceso a fondos concursables para becas de estudios de posgrado, investigación entre otros.

ANUIES, 2011. La acreditación le otorga a una institución educativa, reconocimiento y prestigio fortaleciendo su credibilidad y confianza ante la sociedad.

2.2.5. Valor Agregado.

2.2.5.1. Cultura Organizacional.

Schein (1988), la cultura es la base de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa, las cuales trabajan inconscientemente y definen la visión que la empresa tiene de sí misma y de su entorno.

Arango Y Urrea, 2000. Otro factor que incide sobre la cultura organizacional son los valores y las prácticas culturales de las élites empresariales y sus cuadros de dirección, que Urrea y Arango (2000, p. 42) denominan cultura empresarial, y que en su concepto comprendería la cultura organizacional, la cual tiene un impacto directo sobre los procesos de trabajo y la gestión de las personas en la empresa.

2.2.6. Ventaja Competitiva

Estrategias genéricas de Michael Porter: Según Davis (2003), las estrategias permiten que las empresas puedan obtener ventajas competitivas desde tres fundamentos:

- **Liderazgo en costos:**

La organización persigue ser la única capaz de conseguir una verdadera ventaja en costos en el sector.

- **Diferenciación:**

Adición de atributos y servicios adicionales y diferenciales.

- **Enfoque:**

Estrategia destinada a un segmento particular de clientes. Tiende a la obtención de ventajas en diferenciación y no en costos.

2.2.7. Alternativa de Gestión Organizacional.

2.2.7.1. Tecnología.

Contreras Ogalde (1980): La tecnología educativa es la aplicación de conocimientos científicos a la solución de problemas de la educación. “La Tecnología Educativa aborda el proceso enseñanza-aprendizaje en forma sistemática y organizada y nos proporciona estrategias, procedimientos y medios emanados de los conocimientos científicos en que se sustenta.

Salomón (1974), concibe los medios como el resultado de la interacción de tres elementos:

- El sistema simbólico,
- El mensaje
- La tecnología de transmisión

Universidad De Valencia (2013), Se podría considerar como recursos tecnológico a las TIC, Tecnología de Información y Comunicación, las cuales se basan en tres medios importantes de la actualidad como son la informática, microelectrónica y las telecomunicaciones y que se desenvuelvan de forma interactiva e integrada lo que brinda grandes posibilidades de comunicación e integración al instante. También se le podría definir como una forma de almacenar, recuperar, procesar y comunicar la información de manera más eficiente por las ventajas que ofrece la tecnología.

2.2.7.2. El Desarrollo del Talento Humano

Veras & Cuello, 2005, Existen diferentes enfoques de la Gestión Humana, sin embargo, no importan cuan distantes estén estos enfoques uno de otros, el hilo conductor de todos ellos es el énfasis en la gestión estratégica del factor humano, esto es, en la búsqueda constante de formas de integración de las personas a la organización, que les permitan involucrarse en la estrategia empresarial, movilizand o todas sus capacidades y talentos hacia la consecución de objetivos de desarrollo corporativo, social e individual. Esto, desde luego, implica, que la organización está dispuesta a hacer una redistribución más equitativa y justa de sus beneficios, dando paso a la promoción y creación de una cultura organizacional basada en valores altruistas y humanizaste

Veras & Cuello, 2005. La Gestión Humana o Gestión del Talento Humano, es la forma como la organización libera, utiliza, desarrolla, motiva e implica todas las capacidades y el potencial de su personal, con miras a una mejora sistemática y permanente tanto de este como de la propia organización.

Veras & Cuello, 2005. Los programas de capacitación estratégica hacen parte de los procesos de gestión del talento humano de las personas que hacen parte de las instituciones educativas u organizaciones, está comprendida por diferentes elementos que actúan eficientemente en el proceso de desarrollo de las capacidades necesarias de los individuos para el desempeño óptimo de sus funciones que redundan en su propio bienestar, pues, es él, quien ejecutara los conocimientos adquiridos y no aquellos que no tienen el beneficio de recibir este tipo de programas de capacitación. “Toda inversión en mejora del conocimiento, habilidades y calidad de vida de sus colaboradores es a la vez una inversión en la competitividad y sostenibilidad de la empresa

2.2.7.3. Definición de Financiamiento.

Aguirre y Amat, analizan el financiamiento desde dos vertientes: una primera nombrada financiación interna o autofinanciación que es la proveniente de los recursos generados por la empresa, es decir de los beneficios no distribuidos; y una segunda fuente llamada financiación externa, que es la obtenida de accionistas, proveedores, acreedores y entidades de crédito.

Chinchillas (2014), Está representado por el dinero y otros bienes que forman parte del capital de la empresa. Podemos encontrar a los siguientes.

- **Dinero Efectivo:**

Recursos de la empresa que sirve para realizar los gastos necesarios a diario. Representado en metal o papel mediante las moneda so billetes respectivamente.

- **Valores:**

Vienen hacer Titulo de renta o documentos que representan una suma de dinero específica.

- **Acciones:**

Título que representa los derechos de un accionista en la empresa.

- **Obligaciones:**

Título que es fijo y amortizable al portador de la suma que se ha prestado.

2.3. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

El IPCNI fue creado el 23 de noviembre del 2011 a iniciativa de los socios Dr. Carlos Querevalú, MBA. Dante Supo, MBA. Lindón Vela y MBA. Julio Romero.

El Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales-IPCNI, es una iniciativa privada conformada por un grupo de socios que tienen muchos años de experiencia como docentes universitarios y gerenciando empresas.

IPCNI nace con el objeto de brindar servicios de capacitación, asesoría empresarial, contribuir con la investigación, la promoción del comercio exterior peruano y de cubrir la necesidad macro regional perfeccionando técnicos y profesionales en el área del comercio y negocios internacionales, involucrando para ello a profesionales especializados e inmersos en la actividad diaria del comercio internacional, considerando que no habían instituciones que brindaran capacitación en comercio exterior a nivel técnico-operativo, por lo que había una brecha que llenar debido al potencial de demanda laboral que se estima se generará luego de entrar en operaciones las tierras irrigadas por el proyecto Olmos, que creará el incremento de las empresas agroexportadoras en Lambayeque, lo cual se estima deba ser a mediados del año 2018.

Así mismo, establecer una institución que facilite y brinde apoyo permanente al desarrollo del comercio exterior peruano y desarrollar iniciativas que permitan la inclusión de las pequeñas unidades productivas organizadas de la macro región a la actividad exportadora con crecimiento sostenible que involucre responsabilidad social y medio ambiental

Las operaciones del instituto se iniciaron en la calle Andalucía 149 Urb. San Juan en Chiclayo. A principios del año 2013 se trasladó a un lugar más amplio en la Calle Los Dulantos # 110 Urb. Santa Victoria en Chiclayo y a partir del 2014 se encuentra ubicado en la Calle Francisco Cúneo #270 Urb. Patazca, donde a la fecha se desarrollan las capacitaciones contando con mejores ambientes, lo cual, fue uno de los requisitos, que permitió obtener la autorización del MINEDU, mediante Oficios 138-2015-MINEDU/VMGP-DIGESUTPA, para el funcionamiento como Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado así como dar inicio a la Carrera Profesional Técnica de Administración de Negocios internacionales.

Sus principales clientes son estudiantes egresados de colegios, universitarios, técnicos y profesionales de la región Lambayeque.

La gestión y operación de la empresa viene adaptándose a la problemática y las exigencias del mercado, no existiendo una estrategia clara que permita generar competitividad y garantice la viabilidad del negocio.

2.3.1. Misión

Formar y capacitar personas en conocimientos y habilidades prácticas que promuevan el Comercio Internacional competitivo en la macroregión norte del Perú, a través de carreras tecnológicas y cursos a medida con docentes de amplia experiencia laboral en los Negocios Internacionales.

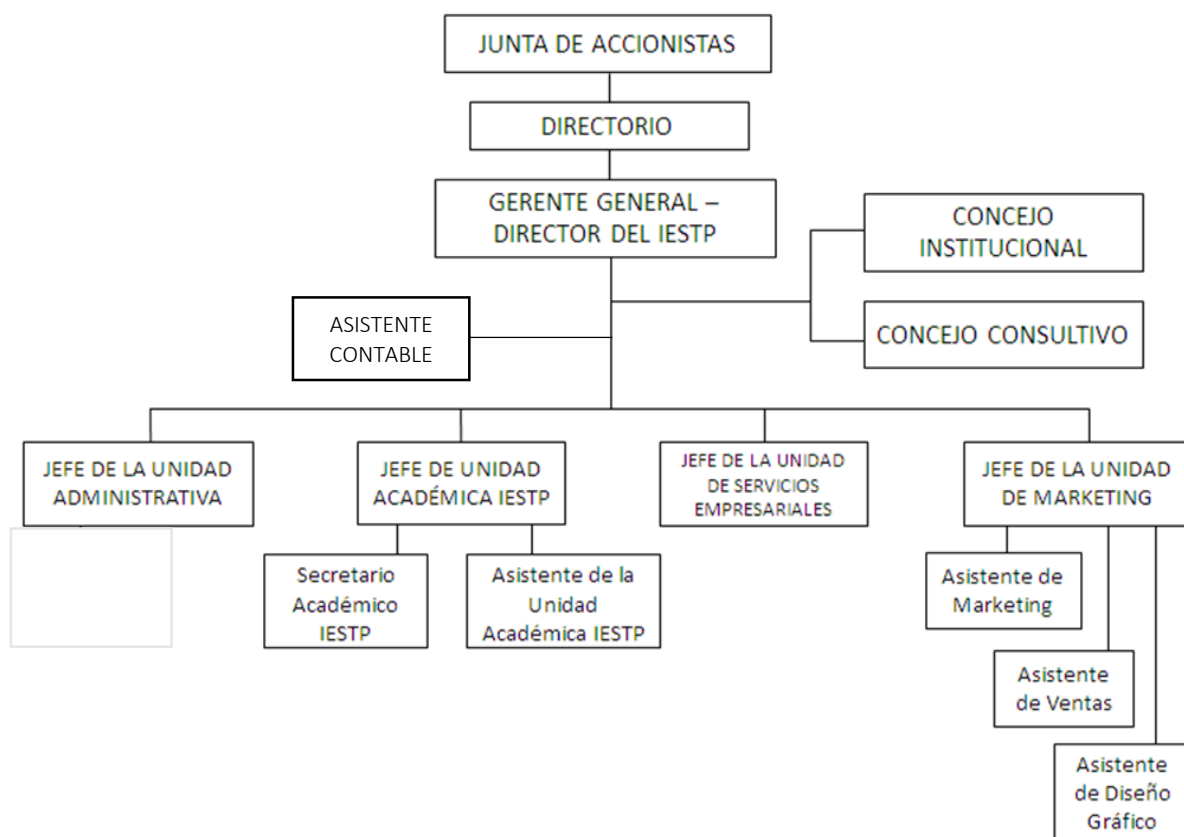
2.3.2. Visión

Ser al 2018 el Instituto líder reconocido en la macroregión norte por su enfoque especializado y práctico en la formación profesional y capacitación en Comercio y Negocios Internacionales para estudiantes y profesionales.

2.3.3. Valores

- Ética
- Desarrollo sostenible
- Trabajo en equipo
- Interés por aprender
- Compromiso
- Disponibilidad al cambio

2.3.4 Organigrama del IESTP de Comercio y Negocios Internacionales – IPCNI



2.4. HIPOTESIS

La hipótesis científica es:

“Analizando los servicios brindados por IPCNI así como la gestión administrativa y económica se diseñará un Plan que permita una sostenibilidad para el periodo 2017-2021”

2.5. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Por la naturaleza de la investigación no existe contrastación de hipótesis.

III. METODOLOGÍA

3.1. DISEÑO

La presente investigación emplea un diseño descriptivo simple donde se diagnostica la situación actual del Instituto Peruano de Comercio y Negocios Internacionales – IPCNI, a fin de proponer un Plan de Sostenibilidad que genere rentabilidad económica para mejorar sus resultados.

Es cuali-cuantitativo, porque se utilizará instrumentos cualitativos como entrevistas y revisión documentaria y cuantitativa, como la aplicación de cuestionarios estructurados.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

En esta investigación se trabajó con cinco poblaciones, en donde se ha considerado a los grupos de interés externo conformada por empresas, estudiantes de colegios, universitarios, alumnos de los cursos de especializaciones y personal que labora en la institución.

La primera población está conformada por las empresas a quienes IPCNI les brinda el servicio de información comercial, capacitaciones y asesorías, según sus requerimientos las cuales ascienden a un total de siete empresas, que se encuentran ubicados en la zona norte como Piura, Bagua Grande y Lambayeque. De las cuales se ha considerado como muestra solo cuatro empresas, siendo estas las que compran el servicio a IPCNI, ya que las restantes reciben el servicio de IPCNI, a cambio de la autorización para el ingreso de los alumnos a sus plantas, durante su proceso. Siendo las empresas: APPBOSA, PRONATUR, FRUTOSA, CAC BAGUA GRANDE.

La segunda población comprende a los estudiantes de cursos cortos o de complementación universitaria, la cual asciende a 25, siendo las características de estos, alumnos universitarios y personas que laboran en diferentes instituciones.

La tercera población está conformada por los estudiantes de la carrera de Administración de Negocios internacionales, la cual ascienden a 40 estudiantes entre el I y II periodo académico del año 2016.

La cuarta población está conformada por los alumnos de especialidades ascendiendo a un total de 40 estudiantes.

La quinta población está conformada por los colaboradores de la institución, el tamaño de la misma asciende a 10 integrantes: Gerente General, personal Administrativo y Contable, Servicios Empresariales, Marketing y Coordinación Académica.

Tabla 1. Grupos de Interés externo

TIPO DE POBLACIÓN	POBLACION TOTAL	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Empresas	7	4
Estudiantes De Cursos Cortos O Complementación Universitaria	25	19
Estudiantes De La Carrera De Administración De Negocios Internacionales	40	25
Especializaciones	40	40

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

Tabla 2. Grupos de interés Interno

TIPO DE POBLACIÓN	POBLACION TOTAL	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Personal de IPCNI	10	10

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

3.3. VARIABLES.

3.3.1. Variable Independiente

- Análisis de la rentabilidad situacional del IPCNI

3.3.2. Variable Dependiente

- Diseño de un plan de sostenibilidad, en base a un enfoque de rentabilidad económica (Volumen de ventas, incremento de servicios)

3.4. RECOLECCIÓN DE DATOS

La Recolección de datos se realizó a través de análisis documental, técnica de entrevistas y la técnica de observación de campo.

Análisis documental:

Técnica que consiste en la recopilación de información de documentos físicos o virtuales, propios de la base de datos de la institución, la cual se aplicó al personal administrativos de IPCNI. Siendo:

- Relación de cursos, talleres, especializaciones etc, que ofrece IPCNI.
- Relación de precios por productos, número de inscritos en los diferentes servicios académicos que se brinda.
- Relación de personal interno y externo, así como honorarios, horas trabajadas y otras condicione laborales.

La Técnica de entrevistas:

La entrevista estuvo dirigida al gerente general, personal administrativo y de otras áreas. Se desarrolló a manera de conversación flexible y fluida las cuales permitieron conocer las opiniones y experiencias de los entrevistados del IPCNI,

Técnica de observación de campo:

Esta observación estuvo dirigida al Instituto Peruano de Comercio y Negocios internacionales – IPCNI, y trabajadores, que se encuentra ubicada en Calle Francisco Cuneo N° 270 urbanización Patazca, Chiclayo.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS.

Debido a la naturaleza de la investigación no se realizará pruebas estadísticas que sirven para la contratación de hipótesis.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1. RESULTADOS.

4.1.1. Identificar y analizar los servicios brindados por IPCNI caracterizando la calidad y valor agregado percibido por el cliente durante el periodo 2012-2015.

Se identificó y analizó la situación del IPCNI, en base a los grupos de interés a quienes se les brinda los diferentes servicios académicos, siendo: las empresas a quienes les ofrecemos servicios de información comercial, a los estudiantes universitarios que adquieren servicios de complementación profesional y los alumnos de la Carrera profesional que son los egresados de los colegios de nivel secundaria.

Asimismo, se midió el desempeño de la calidad y del valor agregado en base a los indicadores de calidad sustentados en nuestra base teórica, la cual, se aplicó en la población que se indica en la tabla N° 1 y 2.

Oferta Académica.

El IPCNI, siendo una institución especializada en los negocios internacionales ofrece una diversidad de productos académicos, según los diferentes requerimientos y adecuándose al público objetivo, el que se detalla a continuación

Tabla 3. Oferta Académica

a) ESPECIALIZACIONES
b) CARRERA PROFESIONAL
c) CURSOS CORTOS Y COMPLEMENTACION UNIVERSITARIA
d) PASANTIAS

Elaboración: propia.

Fuente: IPCNI

a) Especializaciones:

Las especializaciones que dicta IPCNI, tiene como objetivo contribuir a la formación y consolidar las competencias de profesionales de diversas disciplinas, que logren aplicar las herramientas necesarias para desarrollar operaciones de importación y exportación, con una orientación práctica y técnica, a través de clases y talleres, a cargo de docentes con experiencia en el rubro, de esta manera puedan abordar las oportunidades que derivan de un ambiente global y logren llevar a la práctica de manera efectiva.

Esta oferta académica está dirigida a funcionarios de instituciones privadas y públicas involucradas a los negocios internacionales y/o comercio exterior, así como a estudiantes universitarios e institutos de carreras afines.

Las especializaciones se desarrollan entre cinco a siete módulos, desarrollándose cada módulo en un mes, con una duración de 12 horas (por módulo), siendo las especializaciones ofrecidas las que se detallan en la tabla N^º 4 :

Tabla 4. Especializaciones

<ul style="list-style-type: none">• Formación de Técnicas en Comercio Exterior y Aduanas
<ul style="list-style-type: none">• Logística y Transporte Internacional
<ul style="list-style-type: none">• Gestión y Planeamiento Tributario Empresarial
<ul style="list-style-type: none">• Cursos Virtuales

Elaboración: Propia

Fuente: IPCNI

b) Carrera Profesional:

IPCNI, ofrece la carrera profesional de Administración de Negocios Internacionales, con una duración de tres años, la cual es un producto académico nuevo, que se inicia en el periodo lectivo 2016-I, considerando que ésta fue autorizada a dictarse por el MINEDU en el año 2015, motivo por el cual, todo estudiante al egresar de esta carrera obtendrá su Título a Nombre de la Nación, y adicionalmente podrá obtener al término de cada año, durante el transcurso de la carrera, una certificación progresiva, las cuales consisten en:

- Al Término del Primer año: Certificación como Especialista en los Negocios internacionales.
- Al Término del Segundo año: Certificación como Especialista en Financiamiento de los Negocios internacionales.
- Al término del Tercer año: Certificación como Especialista en logística Internacional.

La carrera de administración de Negocios Internacionales está dirigida a estudiantes egresados de colegios, sin embargo a la fecha también se cuenta con estudiante universitarios que buscan reforzar sus conocimientos en base a una formación técnica.

Esta carrera enseña conceptos y técnicas internacionales enfocadas al comercio, las finanzas y la negociación, formando a los estudiantes para diseñar eficazmente planes de negocio, crear empresa e interactuar con profesionalismo en ambientes internacionales.

Los estudiantes de la carrera de Administración de los Negocios Internacionales, de IPCNI, tienen una formación con visión local y global de los negocios, comprenden otras culturas, podrán comunicarse en otras lenguas y crear ventajas competitivas para su empresa y el entorno que le rodea, ya que cuentan con una plana docente especializada en el rubro así como asesoría académica personalizada.

c) Cursos Cortos y Complementación Universitaria.

Estos cursos surgen para atender las diferentes necesidades de los clientes, planteándose el horario y frecuencia según el requerimiento del público objetivo, por lo cual, según el curso seleccionado se busca y selecciona al docente con los conocimientos, experiencias y prácticas requeridas, siendo la fuente de información la base de datos que posee la institución.

Los cursos de Complementación Universitaria, están dirigidos a estudiantes universitarios que buscan reforzar un curso de su interés, en un corto plazo.

La duración de los cursos en promedio son de 4 horas mínimo a 12 horas, dictándose a la fecha un promedio de 56 cursos de diferentes temas, siendo algunos de ellos los que se indican en la tabla N^a 5:

Tabla 5. Cursos dictados por IPCNI

• Administración de Operaciones y Gestión Logística
• Análisis del Nuevo arancel de Aduanas
• Programa de Perfeccionamiento en Producción Logística
• Terminología en ingles aplicada a los Negocios Internacionales.
• Programas de Actualización
• Taller de Cómo Importar de China
• Taller de Cómo llenar Documentos de Exportación
• Taller de Inteligencia Comercial
• Retos y Oportunidades Comerciales Perú-Panamá
• Neuromarketing
• Mercadeo Internacional
• Operación de Importación y Exportación
• Técnicas Aduaneras
• Relaciones Comerciales
• Comercio Electrónico
• Contabilidad
• Control de Calidad
• Cómo Elaborar Planes de Negocios

Elaboración: propia
Fuente: Propia

d) Pasantías:

IPCNI, ofrece a sus estudiantes diversas pasantías a diferentes empresas nacionales e internacionales relacionadas al rubro del comercio exterior, con la finalidad de poner en práctica parte de los conceptos teóricos-prácticos adquiridos en IPCNI, durante sus años de estudios, a la vez podrá familiarizarse con el entorno laboral y desarrollar parte de las destrezas adquiridas durante la etapa de formación.

Las pasantías es un producto académico, en el que puede participar todo tipo de profesional, estudiante etc, ya sea estudiante de IPCNI o de otra universidad y/o institución, pública o privada.

Las pasantías para los estudiantes de IPCNI, es considerada de mucha importancia ya que esta experiencia servirá para la acreditación en el curso de Experiencia Formativa en Situación Real de Trabajo, así como para obtener tanto las Certificaciones Progresivas y el Título a Nombre de la Nación al término de la carrera.

Las pasantías organizadas por IPCNI son de nivel nacional e internacional, sobre las cuales, podemos indicar que las visitas a las empresas nacionales se desarrollan en un día, con una duración de 8 horas, en las cuales, se visitaron a las Asociaciones bananeras ubicadas al norte del país, siendo estas, de mucha importancia ya que son las principales exportadoras de bananos a nivel nacional. En relación a la pasantía a nivel internacional se realizó a la Ciudad de Panamá, la cual, tuvo una duración de cuatro días, recibiendo una capacitación en la Cámara de Comercio de Panamá, en el tema El Perfil del Consumidor Global, se visitó la zona de Libre Comercio, denominada Zona Colón, el Canal de Panamá y los principales Centros turísticos de la Ciudad de Panamá.

Tabla 6. Pasantías

<i>PASANTIAS INTERNACIONALES</i>
• Pasantía a Panamá
<i>PASANTIAS NACIONALES</i>
• APROBOVCHIRA
• ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES BANANEROS ORGÁNICOS VALLE DEL CHIRA
• APPT
• PRONATUR
• OPERADORES LOGISTICOS
• APOQ

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

Público objetivo.

De unas encuestas realizadas por el IPCNI entre el 2015 y el 2016, se puede determinar que el 94% de los consumidores directos se encuentra en un rango de edades de entre 17 y 25 años, estudiantes provenientes de universidades y el 6% entre 26 y 30 años de edad.

El 90% de los alumnos que han participado de algún curso en el IPCNI son estudiantes de la carrera profesional de Administración de Negocios internacionales y el 10% provienen de otras carreras.

El 54% de participantes son de la Ciudad de Chiclayo y un 21% de la Ciudad de Cajamarca, siendo el medio de información más usado el de las redes sociales en un 41%.

En base a esta información, podemos decir que el público objetivo del IPCNI son jóvenes universitarios entre 17 a 25 años, que residen en la región Lambayeque y provienen de la carrera de Administración de Negocios internacionales, siendo:

Tabla 7. Participantes de IPCNI

Características de Participantes		Nº de Participantes
Edades	17 – 25	79
	26 – 30	5
Lugar	Chiclayo	46
	Lambayeque	6
	Cajamarca	18
	Ferreñafe	4
	No indica	10
Carreras	Administración de Negocios internacionales	76
	Formación Bancaria	1
	Otras carreras	4
	No indica	3
Universidades	UNPRG	38
	USMP	15
	IFB	2
	JMB	5
	CESAR VALLEJO	2
	SEÑOR DE SIPAN	1
	UPN	18
	No indica	3
Medios de Información	Redes Sociales	35
	Volantes	15
	Amigos	6
	Cámara de Comercio	1
	No indica	27

Elaboración: propia

Infraestructura

Actualmente IPCNI cuenta con un local alquilado, con un área de 400 m², en el primer piso, se encuentra distribuido en tres aulas y dos oficinas, uno con capacidad para 27 alumnos, otra con capacidad para 16 alumnos y un laboratorio de cómputo equipado con capacidad de 18 alumnos. Además, se cuenta con los ambientes de oficinas administrativas: gerencia general, coordinación académica y administración, en el segundo piso se cuenta con una biblioteca, áreas de servicios empresariales y el área de marketing y diseño.

Tabla 8. Capacidad Instalada

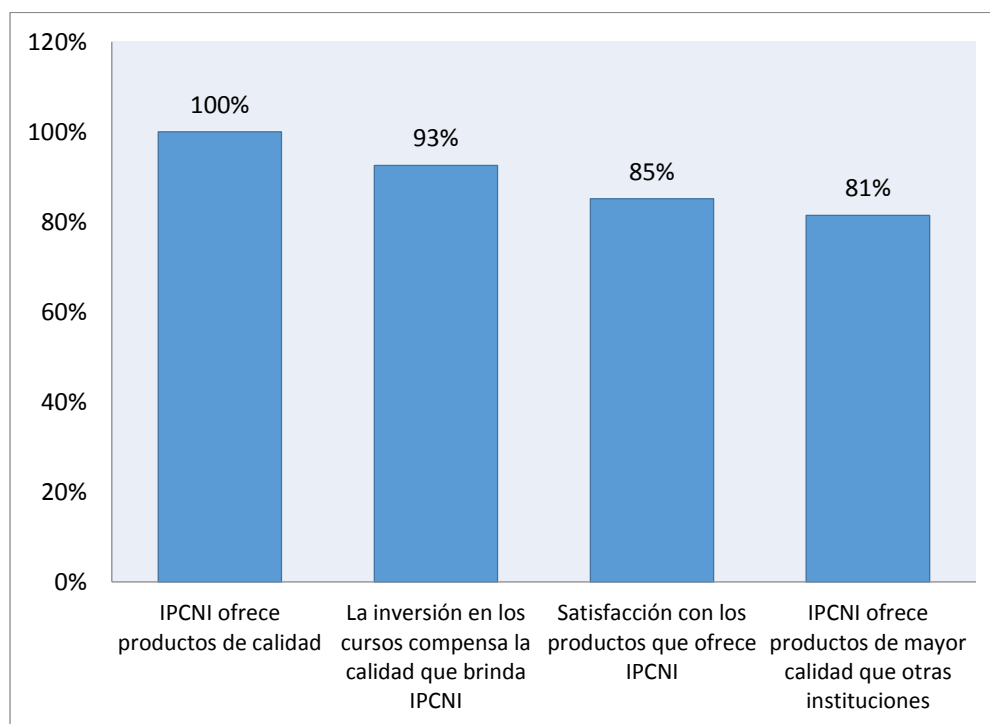
Infraestructura	M2	% Participación	Costo asignado
Aulas	280	70%	S/. 2520
Pasadizos	15	4%	S/. 144
Salones descanso	8	2%	S/. 72
Área Administrativa oficinas	70	18%	S/. 648
Área de Servicios Higiénicos	12	3%	S/. 108
Área libres	15	4%	S/. 144
Total	400	100%	S/. 3600

Elaboración propia
Fuente: IPCNI.

Percepción de la calidad de los productos que brinda IPCNI.

Las entrevistas realizadas como técnica de recopilación de datos, se aplicaron a los grupos de interés externo, siendo a los alumnos de la carrera, cursos cortos y complementación universitaria, lo que permitió conocer su percepción acerca de la calidad de los productos que ofrece IPCNI, quienes en un 100% consideran que se brinda productos de calidad, el 93% considera que la calidad del curso compensó la inversión económica que realizó, un 85% quedó satisfecho con el servicio y calidad y un 81% de los entrevistados consideran que los productos de IPCNI son de mayor calidad que los que se ofrecen en otras instituciones

Gráfico 1. Percepción de la calidad de los productos que brinda IPCNI



Elaboración: Propia

Características de los productos que brinda IPCNI, para ser considerados de Calidad y generar un valor agregado.

En la Tabla N^a 9, se detalla características consideradas como factores que dará calidad y valor agregado a los productos que ofrece IPCNI, según la percepción de los alumnos, siendo calificada como:

Muy Alta, la Infraestructura y plana docente en un 55%, seguida de un 40% a la Biblioteca y tener convenios con empresas prestigiosas. Alta, a la Gestión Administrativa en un 55%, Realismo y Practicidad en el desarrollo de los cursos en un 50%.

Media, a la utilidad de los cursos aprendidos en un 33%.

Características que ha generado una ventaja competitiva frente a los demás instituciones académicas, por lo que IPCNI, debería tener siempre en cuenta para mantenerlas y reforzarla.

Tabla 9. Características de los productos que brinda IPCNI, para ser considerados de Calidad y generar un valor agregado.

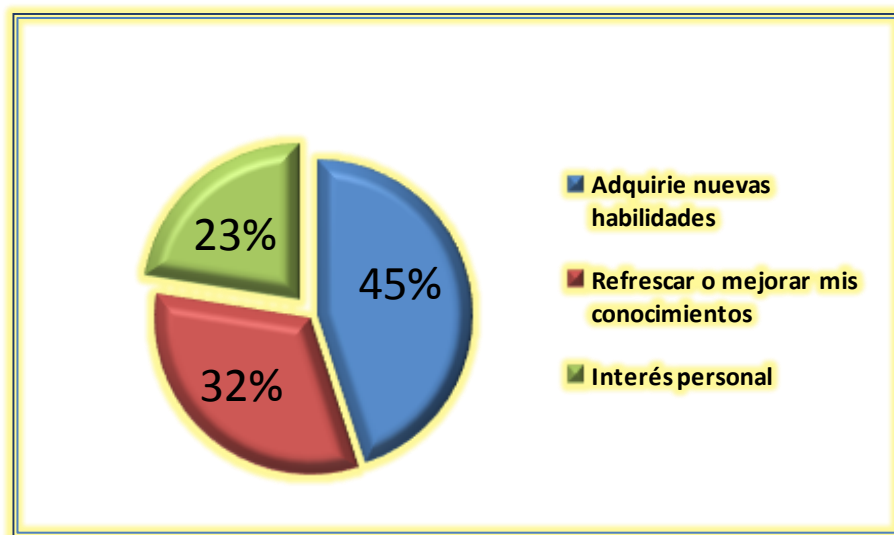
Elementos	Muy Alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja
Gestión Administrativa	27%	55%	18%	0%	0%
Realismo y practicidad	20%	50%	30%	0%	0%
La utilidad de los cursos aprendidos	35%	25%	33%	5%	2%
Plana Docente	55%	35%	10%	0%	0%
Infraestructura	55%	20%	22%	3%	0%
Material entregado	25%	30%	30%	8%	7%
Ofrecer pasantías como parte del curso	35%	29%	22%	6%	8%
Facilidad para contar con apoyo personal durante el desarrollo de las tareas cuando lo considere necesario	26%	30%	28%	11%	5%
Contar con biblioteca amplia y sala de estudio	40%	29%	23%	5%	3%
Tener convenio con empresas	40%	33%	25%	2%	0%

Elaboración: Propia.

Motivos por los cuales participaron de los diferentes cursos de IPCNI.

Se observa en la figura N° 1, que los entrevistados llevaron un curso o programa en IPCNI, motivados por Adquirir nuevas habilidades en un 45%, el 32% los motivó el mejorar sus conocimientos y un 23% fue por un interés personal.

Figura 1. Motivos por los cuales participaron de los diferentes cursos de IPCNI.



Elaboración: Propia

En base a la información obtenida a través de las entrevistas realizadas como herramienta de recopilación de datos, aplicada a los alumnos de IPCNI, nos ha permitido identificar las diferentes percepciones, acerca de la calidad y valor agregado de los productos y servicios académicos que se ofrece, según lo mencionado en el Objetivo, quienes consideran que IPCNI brinda productos de calidad e incluso son mejores que los que se ofrecen en otras instituciones relacionadas al rubro del comercio exterior, asimismo quedaron satisfechos con el servicio recibido, considerando también que la inversión que realizaron al tomar un curso en IPCNI, se vio compensado al final de éste, por los conocimientos adquirido

Asimismo, observamos que para generar valor agregado, se debe considerar como parte importante la Infraestructura, con la cual, IPCNI no cuenta, ya que en la actualidad desarrolla sus labores en un local alquilado, cumpliendo los mínimos de requerimientos y a pesar de esto se trata de brindar comodidad para sus estudiantes y personal administrativo en el desarrollo de las labores, es por ello que es importante mejorar y ampliar la infraestructura de la institución, cumpliendo así, con las expectativas de nuestros clientes de esta manera nos permita atender a un mayor número de alumnos, lo cual, va a generar el crecimiento como institución. La Plana Docente es también considerada parte del valor agregado, sobre el cual podemos indicar que a la fecha IPCNI, se ha preocupado por buscar y seleccionar a los mejores docentes de la Región, siendo como requisitos indispensable que los docentes sean especialistas en el curso a dictar y que tengan experiencias en el rubro. La gestión administrativa, es también una característica importante, considerándose que se debe sistematizar todo el proceso administrativo para un mejor control de pagos en cada uno de los productos que se ofrece, asimismo hacer uso y mejorar el aula virtual, para que nuestros docentes y alumnos puedan colgar clases impartidas, trabajos, registrar asistencias, notas etc, que ayudará a dinamizar la interacción entre los involucrados que hagan uso de este servicio. Una de las políticas de IPCNI es que las clases se desarrollen en un 50% teoría y un 50% práctica, considerándose que es una formación técnica la que se brinda en la institución, de esta manera los estudiantes deberán conocer y manejar la parte práctica para lograr un desarrollo eficiente y efectivo de sus actividades en el centro laboral, siendo éste, otro de los valores agregados, el desarrollo de clases con realismo y practicidad.

Así mismo debemos considerar los elementos que generan valor agregado según los usuarios de los servicios de IPCNI; elementos que se detallan en la tabla N° 10.

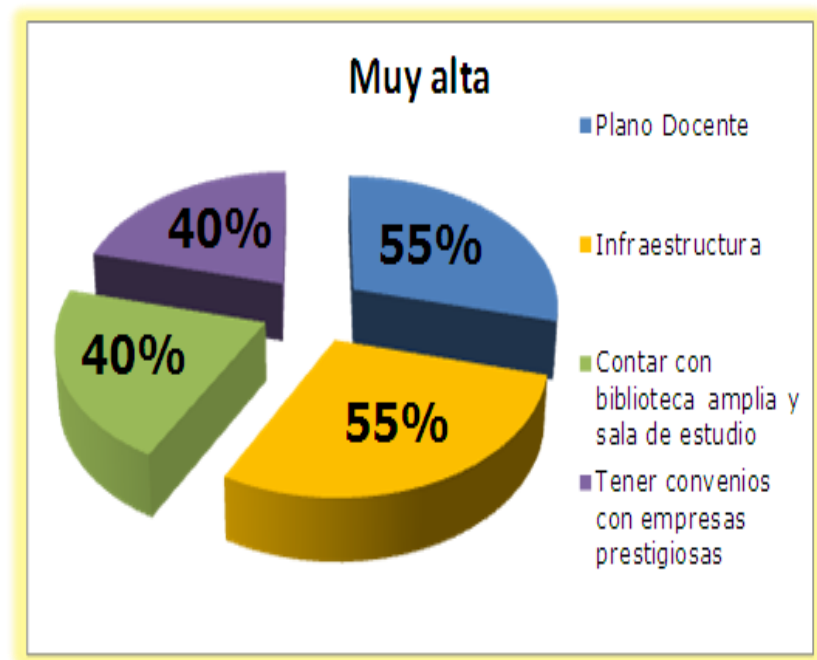
Tabla 10. Elementos considerados para generar valor agregado

Elementos
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión Administrativa
<ul style="list-style-type: none"> • Realismo y practicidad
<ul style="list-style-type: none"> • La utilidad de los cursos aprendidos.
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura
<ul style="list-style-type: none"> • Material entregado
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer pasantías como parte de un curso
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad para contar con apoyo personal durante el desarrollo de las tareas cuando los considero necesario.
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con biblioteca amplia y sala de estudio
<ul style="list-style-type: none"> • Tener convenio con empresas prestigiosas.

Elaboración propia.
Fuente: IPCNI

De todos los elementos, mencionaremos los que fueron calificados como Muy Alta, estando orientada a la Infraestructura y calidad de la Plana Docente, la que va a permitir, generar una sostenibilidad que IPCNI a la fecha no tiene, debido a que su capital es pequeño, siendo de \$/100,000, por lo que obliga a analizar diferentes fuentes de financiamiento que permita de alguna manera implementar el valor agregado que por limitaciones económicas no se ha podido lograr.

Figura 2. Elementos considerados con calificación de Muy Alta



Elaboración: Propia

4.1.2. Evaluar la gestión y necesidades administrativas y económicas; así como las fuentes de financiamiento que el IPCNI podría tener acceso.

Se deberá analizar cuál es el nivel de inversión que se necesitaría de acuerdo a las estrategias de diferenciación que la institución quiere evidenciar ante sus clientes, así como los ingresos actuales y proyectados al 2021; para lograr éste objetivo se entrevistó al gerente, administrador y coordinación académica, la revisión de sus libros contables y normativa vigente sobre institutos que permitió obtener información objetiva y verás.

Infraestructura.

Se analizará el tema de Infraestructura, ya que ha sido considerada con una calificación de Muy Alta respecto a la precepción del cliente, de la cual podemos indicar que según la Resolución Viceministerial N 017-2015- MINEDU, aprueba la norma Técnica de Infraestructura para Locales de Educación Superior 001-2015, la cual contiene las disposiciones básicas y características físicas de los diferentes ambientes que debe ofrecer una Institución Superior, con el objetivo de definir modelos y espacios mínimos aceptables que constituyan el marco de referencia básica para su diseño arquitectónico. Dichos ambientes deben estar orinados a la adquisición de competencias laborales y empresariales en una perspectiva competitiva sostenible y humana conforme a ley.

Por esta razón se propone cumplir con los requisitos que exige el MINEDU, el cual, indica que se debe contar con un área de terreno de 500m² como mínimo para su construcción, por lo cual se presenta las siguientes propuestas de terreno ubicadas en zonas accesibles mediante cualquier medio de transporte, siendo los detallados en Tabla N. 11.

Tabla 11. Propuesta de terrenos para construcción de Instituto

N ^a OPCIÓN	UBICACIÓN GEOGRAFICA	AREA M2	PRECIO POR M2	CONTACTOS	
				Nombres	Teléfonos
1	Carretera Pimentel	2000	\$. 225.00	Esther Acuña	948872640
2	Autopista Monsefú	1000	\$. 24.00	Rosa Rodas	964002867
3	Al costado del cementerio el Ángel	2000	\$. 10.00	Rosa Hurtado	074-652169
4	Vía de evitamiento frente a la Urbanización La Purísima (4 fronteras)	900	\$. 300.00	Janet Hurtado	964965015
5	Carretera Pimentel frente UDCH	2000	\$. 220.00	Esteban Lizarro	920110401
6	Bolognesi y la vía de evitamiento	2500	\$. 250.00	Esther Acuña	948872640
7	Vía de evitamiento al lado de los condominios Interbank	11000	\$. 120.00	Rosa Rosales	964002367

Elaboración: propia

Ambientes Educativos.

Los ambientes de una Institución Educativa son espacios físicos caracterizados por brindar condiciones arquitectónicas y pedagógicas, para ello es necesario contar con un mínimo de ambientes para el adecuado funcionamiento de un local de educación superior que permitan desarrollar diferentes actividades educativas.

Dentro de la clasificación de los espacios se identifican los siguientes:

Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Básicos.

Se compone de los espacios donde se realiza el proceso enseñanza-aprendizaje propiamente dicha. Son unidades con énfasis pedagógico, con un promedio del 80% del área neta total de la infraestructura, Dichos ambientes se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 12. Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Básicos de una Institución Educativa.

Tipo de Ambiente	Ambiente Pedagógico	Índice de Ocupación mínima (IO), m2 x estudiante	Observaciones
A	Aulas Teóricas	1.20	Espacios flexibles, analizar cada caso dependerá del mobiliario a utilizar de acuerdo al criterio pedagógico.
B	Aula de Computo	1.50	Depende del mobiliario y equipo a utilizar. El IO responde a las dimensiones del mobiliario y equipo informático vigentes. Se debe considerar sistema de audio y acústico.

B	Bibliotecas	2.50	Espacio físico y/o Virtual. 10% del número de estudiantes en el turno de mayor número de matriculados. El índice corresponde solo al área de lectura.
F	Auditorio	1.0	Espacio para las artes escénicas donde se permite el desarrollo de procesos culturales individual o grupal
Total de Índice de Ocupación		6.20	

Elaboración: propia

Fuente: Resolución 17-2005-MINEDU

Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Complementarios.

Lugares de la institución educativa, normalmente no programadas en forma expresa para desarrollar el plan de estudios, pero que se requiere de manera importante para apoyar y facilitar el trabajo de los ambientes pedagógicos básicos. Corresponden aproximadamente el 20% del área neta de la infraestructura, siendo los que se detallan a continuación:

Tabla 13. Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Complementarios.

Tipo de Ambiente	Índice de Ocupación mínima (IO), m2 x estudiante
Dirección Administrativa y académica	
• Dirección	0.30
• Subdirección	
• Sala de espera	
• Secretaría	
• Oficina de coordinación	
• Sala de Docente,	
• Contabilidad	
Servicios Generales	
• Almacenes de materiales,	
• Servicios higiénicos de estudiante y del personal.	
• Cuarto de limpieza y aseo	
• Caseta de control o vigilancia	
Bienestar Estudiantil	
• Tópico	
• Cafetín	

Elaboración: propia
Fuente: Resolución 17-2005-MINEDU

Tabla 14. Área Total Construida requerida por ambiente por estudiante

Ambientes requeridos	Índice de Ocupación mínima (IO), m2 x estudiante
Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Básicos de una Institución Educativa.	6.2
Ambientes y/o Espacios Pedagógicos Complementarios	0.3
Área Total	6.5

Elaboración: Propia

Tabla 15. Índice de Ocupación mínima (IO) de otros ambientes

Ambientes	Índice de Ocupación mínima (IO)
Área Libre	35% del área total
Estacionamiento	
Escaleras y áreas de tránsito	15% del área construida

Elaboración: Propia

Plana Docente

La Plana Docente, también ha sido uno de los elementos considerado, por los encuestados, con una calificación de Muy Alta, por lo cual, se debe cumplir con los estándares y requerimientos establecidos por la Ley 30512 Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la Carrera Pública de sus Docentes, de esta manera tiene como misión contribuir eficazmente a la formación de los estudiantes en todas las dimensiones del desarrollo humano.

Art. 65 "...Tiene por objetivo la conformación de un equipo docente idóneo, multidisciplinario y competente para responder a los requerimientos institucionales, y del entorno. Es considerada como carrera especial para los efectos de la primera disposición complementaria final de la ley 30057, Ley del Servicio Civil."

De acuerdo a ello, se requiere para el ejercicio de la docencia en un Instituto:

- Título Universitario o Profesional de acuerdo a la especialidad
- Experiencia profesional mínima tres años en el área o especialidad
- No registrar antecedentes penales y judiciales
- No haber sido sancionado administrativamente en los últimos cinco años (solo en caso de entidades públicas).

Actualmente IPCNI, cuenta con una plana docente que cumple con los requisitos antes mencionados, y con remuneraciones económicas adecuadas, según la experiencia y preparación de cada uno de ellos, por esta razón IPCNI ha establecido una Escala de Categorización de Docentes según Grados y/o Títulos, siendo los que se detallan en la siguiente Tabla.

Tabla 16. Escala de Categorización de Docentes según grados y/o Títulos

ESCALA	GRADOS Y/O TITULOS	PAGO POR HORA ACADEMICA
1	DOCTOR CON GRADO <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en docencia universitaria o superior. • Experiencia mínimo de 1 año en el curso a enseñar. 	s/. 26.00
2	DOCTOR SIN GRADO (Concluido). <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en docencia universitaria o superior. • Experiencia mínimo de 1 año en el curso a enseñar. 	s/. 24.00
3	MAESTRIA CON GRADO <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en docencia universitaria o superior. • Experiencia mínimo de 1 año en el curso a enseñar. 	s/. 22.00
4	MAESTRIA SIN GRADO (Concluido). <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en docencia universitaria o superior. • Experiencia mínimo de 1 año en el curso a enseñar. 	s/. 20.00
5	TITULO PROFESIONAL <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 3 años de experiencia en docencia universitaria o superior. • Experiencia mínima de 1 año en el curso a enseñar. 	s/. 18.00

Elaboración: Propia

Asimismo, se ha obtenido información de las remuneraciones salariales de los docentes de las diferentes universidades e institutos que brindan la Carrera de Administración de Negocios Internacionales, a través de entrevista con algunos Directores de Escuelas y docentes de las instituciones antes mencionadas, siendo los resultados los que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 17. Remuneraciones Salariales de Universidades e Institutos

UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES – USMP			
NIVEL REMUNERATIVO	GRADOS Y TITULOS	RANGO JERÁRQUICO	VALOR x HORA
1	Doctor	De 100 A Mas	S/.205.00
2	Doctor	De 77 A 99	S/.185.00
3	Doctor	De 66 A 76	S/.165.00
4	Doctor	Mínimo	S/.145.00
5	Maestría	De 62 A Mas	S/.130.00
6	Maestría	De 53 A Mas	S/.120.00
7	Maestría	De 38 A 52	S/.110.00
8	Maestría	Mínimo	S/.100.00
9	Titulo	De 50 A Mas	S/. 90.00
10	Titulo	De 30 A 40	S/. 80.00
11	Titulo	DE 32 A 38	S/. 70.00
11-A	Titulo	DE 19 A 31	S/. 60.00
12	Bachiller	MINIMO 10	S/. 40.00

Elaboración: Propia

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN – USS	
Remuneración según Grado	VALOR x HORA
Doctor	S/ 30.00
Magister	S/ 25.00
Bachiller	S/ 20.00

Elaboración: Propia

INSTITUTO DE FORMACION BANCARIA – IFB	
Remuneración según Escala	VALOR x HORA
Escala 1	S/ 20.00
Escala 2	S/ 22.50

Elaboración: Propia

Categorización Socioeconómica de alumnos de carrera de Administración de Negocios Internacionales.

Considerando que cada estudiante tiene una situación social y económica diferente, el IPCNI ofrece un sistema escalonado de pensiones para el pago del servicio educativo, aprobado, mediante Resolución Directoral, N° 021-2017-IESTP"IPCNI"-DG, de esta manera, brindar soporte a los estudiantes para contribuir con su realización académica, con especial énfasis en aquellos que cuenten con un alto rendimiento académico.

Por lo que los alumnos podrán gestionar el proceso de categorización, para obtener becas, medias becas, y cuarto de beca,

Tabla Nº 18 Escala de Categorización Socioeconómica de alumnos de carrera de Administración de Negocios Internacionales.

Escala de Categorización	Matrícula	Cuotas	Condición	Requisitos
5	s/200.00	s/ 300.00	Normal	Inscribirse en la carrera y presentar requisitos
4	s/130.00	s/ 195.00	Promoción 35% de descuento	Otorgada según fecha de promoción.
3	De s/80 a s/130	s/ 150.00	Promoción de Categorización especial	Alumnos inscritos a ciclo cero, previo pago de matrícula en la carrera.
2	De s/80.00 a s/130.00	s/ 140.00	Recategorización	Se aplica al iniciar el II ciclo
1	De s/80.00 a s/130.00	s/ 120.00	Recategorización	Se aplica al iniciar el II ciclo
Becas	s/130.00	s/ 100.00	Cancelación por trámites administrativos	Se aplica al iniciar el I Ciclo.

Elaboración: IPCNI
Fuente: IPCN

Ingresos.

Analizando los ingresos a través de las ventas de la oferta académica de IPCNI, las agruparemos en: Extensión Académica (Especializaciones, Pasantías nacionales e internacionales, Cursos Cortos / Complementación Universitaria, Servicios Empresariales) y Carrera de Administración de Negocios Internacionales.

Ingresos por Servicios de Extensión Académica

La oferta de los Servicios de Extensión Académicos, es un producto que se brinda desde el inicio de las actividades del IPCNI, siendo esta una importante fuente de ingresos que ha logrado dar dinamismo a las ventas en los diferentes productos, ya que estos tienen la característica de ser muy flexibles adecuándose al requerimiento del alumnado

Tabla 19. Evolución de ventas de los Servicios de Extensión Académica 2012-2016.

AÑO/MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Ventas Anuales S/.
2012	2,473.73	669.49	152.54	2,650.85	4,461.02	1,559.32	3,122.88	3,569.49	2,601.10	4,057.63	4,945.76	5,136.19	35,400.00
2013	5,983.05	4,153.39	2,381.36	7,336.44	7,436.44	1,414.41	1,379.66	7,221.19	8,313.56	2,804.24	3,303.73	4,164.41	55,891.86
2014	1,534.75	2,216.10	5,257.63	6,515.25	9,550.00	28,551.69	33,155.93	11,459.32	18,211.86	9,689.83	5,444.07	3,174.58	134,761.02
2015	4,570.34	16,818.14	5,272.46	15,800.00	17,238.00	28,923.00	13,096.00	11,552.00	13,478.00	17,653.00	19,769.00	10,768.00	174,937.94
2016	7,690.00	8,725.00	7,496.00	8,562.50	31,760.50	32,953.90	15,819.40	10,479.30	18,261.50	13,000.50	17,228.00	14,799.90	186,776.50

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Ingresos de Carrera de Administración de Negocios Internacionales.

La carrera de administración de negocios internacionales, apertura su Periodo Lectivo en el año 2016, con un número de inscritos de 55 alumnos entre el I y II periodo académico y con una deserción de 11 alumnos, todo ello generó ingresos por S/ 38,560.00, dato que será base para proyectar los ingresos futuros del 2017 al 2021. Según se detalla:

Tabla 20. Ingresos por Carrera de Administración de Negocios Internacionales

AÑO	CRECIMIENTO %	#INGRESANTES	INCREMENTO ANUAL DE CUOTA %	COSTO PROMEDIO POR INGRESANTE S/					DESERCIÓN				INGRESO ACUMULADO
				MATRICULA S/	CUOTA S/	Nº CUOTA	COSTO DE PERIODO ACACEMICO POR INGRESANTE S/	INGRESO EN EL PERIODO ACACEMICO EN UN AÑO	% DESERCIÓN	Nº DE DESERCIÓN	NO INGRESO POR DESERCIÓN	INGRESO TOTAL POR AÑO	
2016-I 1ºC		22		80.00	150.00	5	830.00	18,260.00	18%	4	S/. 3,320.00	S/. 14,940.00	S/. 38,560.00
2016-I 2ºC		17		80.00	150.00	5	830.00	14,110.00	18%	3	S/. 2,490.00	S/. 11,620.00	
2016-II 1ºC		10		100.00	180.00	5	1,000.00	10,000.00	30%	3	S/. 3,000.00	S/. 7,000.00	
2016-II 2ºC		6		100.00	180.00	5	1,000.00	6,000.00	17%	1	S/. 1,000.00	S/. 5,000.00	

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Consolidado de Ingresos por oferta de los Servicios Académicos de IPCNI

En las tablas N°21 se observa el consolidado de ingresos de las ventas de IPCNI desde el 2012 al 2016, en el cual incluye los ingresos de los cursos por Extensión Académica y la Carrera de Administración de Negocios Internacionales, ascendiendo el total de ingresos al 2016 de s/ 225,336.50, dato base para elaborar la proyección al 2021.

Asimismo se aprecia que las ventas presentan un incremento significativo en cada periodo, siendo el de mayor incidencia el año 2014, en 141% respecto al año anterior. En el periodo 2016, también se observa un incremento del 29%, siendo el motivo principal el inicio de la Carrera de Administración de Negocios internacionales, como un nuevo producto de IPCNI, adicionalmente a los diferentes servicios de capacitaciones que se vienen brindando.

Tabla 21. Evolución de las Ventas consolidadas por los periodos 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016-IPCNI SAC. De las ofertas académicas que brinda IPCNI

AÑO/MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	de Ventas Anuales S/
2012	2,473.73	669.49	152.54	2,650.85	4,461.02	1,559.32	3,122.88	3,569.49	2,601.10	4,057.63	4,945.76	5,136.19	35,400.00
2013	5,983.05	4,153.39	2,381.36	7,336.44	7,436.44	1,414.41	1,379.66	7,221.19	8,313.56	2,804.24	3,303.73	4,164.41	55,891.86
2014	1,534.75	2,216.10	5,257.63	6,515.25	9,550.00	28,551.69	33,155.93	11,459.32	18,211.86	9,689.83	5,444.07	3,174.58	134,761.02
2015	4,570.34	16,818.14	5,272.46	15,800.00	17,238.00	28,923.00	13,096.00	11,552.00	13,478.00	17,653.00	19,769.00	10,768.00	174,937.94
2016	7,690.00	8,725.00	11,352.00	12,418.50	35,616.50	36,809.90	19,675.40	14,335.30	22,117.50	16,856.50	21,084.00	18,655.90	225,336.50

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Costos de los Servicios Académicos

En este rubro se analizará los egresos por sueldo de la Plana Docente de la carrera durante el Periodo Lectivo 2016, los honorarios de los docentes que dictan Cursos de Extensión Académica, honorarios de la Jefe de Coordinación Académica , la Coordinadora de Extensión Académica, así como los costos de Es-Salud relacionado a los puestos antes mencionados.

A la fecha IPCNI se ha caracterizado por contar con docentes de alta calidad, ya que son profesionales calificados académicamente y con experiencia laboral en el rubro de los negocios internacionales, lo que ha facilitado poder direccionar a los alumnos en la parte teórica y combinarla con la práctica.

Sueldos de Docentes y Coordinación Académica de la Carrera de Administración de Negocios Internacionales por periodo lectivo 2016.

IPCNI cuenta con docentes calificados y especializados para el dictado de los cursos de la carrera de administración de negocios internacionales, cursos que se han programado según la actual malla curricular establecida por el MINEDU, teniendo en cuenta las horas y sesiones por cada periodo académico.

Según información obtenida por el Área Administrativa del IPCNI, durante el Periodo Lectivo 2016, se ha contado con 9 docentes, siendo el costo/hora promedio de S/ 20.00, por lo tanto el sueldo promedio mensual asciende a un promedio de S/ 3,830.73.

Se debe indicar que durante este periodo lectivo no se aplicó la escala remunerativa, según lo indicado en la Tabla N^a 16. Escala de Categorización de Docentes según grados y/o Títulos, debido a que durante este periodo se encontraba en proceso de adecuación.

Tabla 22. Sueldos de Docentes de Carrera de Administración De Negocios Internacionales por periodo lectivo 2016

N^a DE DOCENTES	SUELDO POR CICLO
9	S/. 22,984.40

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

Tabla 23. Sueldo de Jefe de Coordinación Académica

Cargos	Cantidad	Remuneración Mes	Remuneración Anual
Jefe de la Coordinación Académica	1	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Honorarios del Coordinador y Docentes de Cursos de Extensión Académicas.

Los cursos de Extensión Académica, se ofrecen según el requerimiento del público objetivo, siendo en promedio tres cursos los que se dictan de forma mensual, con un promedio de tres horas cada uno.

Tabla 24. Honorarios del Coordinador de los cursos de Extensión Académica

Cargo	Cantidad	Remuneración mes	Meses	Remuneración Total Anual
Coordinador de Extensión Académica	1	S/. 900.00	12	S/. 10,800.00

Elaboración. Propia
Fuente. IPCNI

Tabla 25. Honorarios de Docentes de Cursos de Extensión Académica

Promedio mensual de cursos de Extensión Académica	Promedio Mensual de Docentes	Nº de Horas Dictadas	Costo Hora	Honorario Total Mes	Meses	Honorario Total Anual
3	3	3	s/. 25.00	s/. 675.00	12	s/. 8,100.00
Honorario Docente				S/. 675.00		s/. 8,100.00

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

GASTOS FIJOS

Se analizará el rubro de los Gastos Fijos, en el cual se detalla los Gastos del Personal Administrativo, Marketing y Gastos por Servicios. Siendo según tabla a continuación:

Tabla 26. Gastos Fijos

Personal	Cantidad	REMUNERACION TOTAL MES S/	REMUNERACIÓN ANUAL S/
Personal Administrativo			58,800.00
Gerente General	1	2,500.00	30,000.00
Administrador	1	1,500.00	18,000.00
Coordinadora de Servicios Empresariales	1	900.00	10,800.00
Personal de Marketing			50,400.00
Coordinador de Marketing	1	1,500.00	18,000.00
Vendedores	2	900.00	21,600.00
Asistentes	1	900.00	10,800.00
Servicios de Terceros Honorarios			5,520.00
Contador	1	400.00	4,800.00
jardinero	1	60.00	720.00
Servicios			56,484.00
Alquiler Local	1	3,600.00	43,200.00
Luz		234.00	2,808.00
Agua		135.00	1,620.00
Telefono/ Internet		125.00	1,500.00
RPC		90.00	1,080.00
RPM		50.00	600.00
Seguridad electrónica		93.00	1,116.00
Serv. De Limpieza		180.00	2,160.00
Sobrecosto de personal		200.00	2,400.00
TOTAL DE GASTOS FIJOS			171,204.00

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

4.1.3. Análisis de la rentabilidad proyectada del IPCNI para los años 2017 – 2021,

Para ello se elaborará un Flujo de Caja Económico (FCE), que nos permitirá medir la rentabilidad del proyecto, medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos y la capacidad de pago de un eventual préstamo para financiar la inversión, el cual, se estructurará en un horizonte de tiempo de cinco años, en donde reflejaremos los movimientos de caja ocurridos, mediante los ingresos y egresos.

Inversión Inicial.

En base a la información obtenida de Infraestructura, Plana docentes y Evolución de ventas de los servicios que brinda IPCNI, se analizará el nivel de inversión inicial que se requiere, así como evaluar las diferentes fuentes de financiamiento a la que IPCNI pueda acceder, ya sea mediante un crédito o aporte de accionistas de esta manera, tenga la posibilidad de mejorar sus ingresos de forma eficiente y así continuar sus actividades académicas.

a. Inversión en Infraestructura

De acuerdo a la información de infraestructura se propone la compra de un terreno, de esta manera IPCNI pueda desarrollar sus actividades en un local propio, que cuente con una infraestructura cómoda y adecuada, según a los requerimientos establecidos por el MINEDU, lo cual generará mayor imagen, presencia y competitividad, para ello se analizará la Tabla 11 propuesta de Terreno para la construcción de Instituto, considerándose el terreno más adecuado la opción 5, carretera Pimentel frente UDCH, de 2000m², costo de \$220.00 m². Sin embargo considerando que el área de terreo sería de 500m² como mínimo de construcción, se acordó la compra de

600m2, por lo tanto el valor de compra del terrenos es de \$.132, 000.00. Asimismo es importante considerar el valor de construcción es de \$250.00 m2, según información obtenida de la Empresa ZCAP, INGENIERA CIVIL, para conocer la inversión en construcción debemos realizar el cálculo de ambientes mínimos requeridos, según se detalla en tabla adjunta :

Tabla 27. Requerimiento de ambientes para construcción

Área Total		600 m2
Ambientes	Índice De Operación (IO) mínima	M2
a. Área libre de estacionamiento (del área Total)	35%	210
b. Área Construida	65%	390
c. Área de Escaleras y transito (del área construida)	15%	58.5
d. Área Construida para ambientes por piso (b-c)		331.5

Elaboración: Propia

Es importante mencionar que el desarrollo de la carrera se realizará en dos turnos diurno y nocturno. Sin embargo, para efecto de realizar los cálculos por estudiantes se trabajará con un número de 240, es decir 120 estudiantes por turno.

Tabla 28. Nivel de Inversión de Infraestructura

- a. Área construida por ambiente: $6.5\text{m}^2 \times 120 \text{ alumnos} = 780 \text{ m}^2$
- b. Valor de Construcción: \$250.00 m²
- c. Área de terreno: 600 m²
- d. Valor de terreno. \$220.00 m²

Propuesta de compra de terreno	Carretera Pimentel Frente UDCH - TC 3.2	
Valor de Compra de Terreno (cxd)	\$132,000.00	S/. 422,400.00
Valor de Construcción (axb)	\$ 195,000.00	S/. 624,000.00
Inversión en infraestructura	\$ 327,000.00	S/. 1046,400.00

Elaboración: Propia

Muebles y Equipos Electrónicos.

Según información obtenida por el Área Administrativa, el total de inventarios de IPCNI al 31 de Diciembre del 2016, asciende a S/ 235,160.00, entre muebles y equipos.

Tabla 29. Inventario de Muebles y Equipos del IESTP De Comercio y Negocios Internacionales. IPCNI, al 31 de Diciembre 2016.

RUBRO	TOTAL
Muebles, utiles y enseres	S/. 12,310.00
Equipos Electrónicos	S/. 222,850.00
TOTAL	S/. 235,160.00

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

DEPRECIACIÓN

IPCNI, cumple con registrar la depreciación de los activos fijos en base a lo establecido en la normativa tributaria, de acuerdo con el artículo 22º del Reglamento de la Ley de Impuesto a la Renta D.S. N° 122-94.

Los Muebles y enseres están sujetos a deterioro y desgaste por el mismo uso, por lo que se efectúa la renovación de los mismos con periodicidad. Los equipos diversos también con vida útil variable sujetos a su uso y mantenimiento.

Tabla 30. Depreciación de Muebles y Equipos electrónicos

RUBRO	Cantidad	% Depreciacion	Importe de Depreciacion	TC
				3.2
Muebles, utiles y enseres	S/. 12,310.00	10%	S/. 1,231.00	\$ 384.69
Equipos Electrónicos	S/. 222,850.00	0.25	S/. 55,712.50	\$ 17,410.16
TOTAL	S/. 235,160.00		S/. 56,943.50	\$ 17,794.84

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Marketing y Publicidad

La inversión en el rubro de Marketing y Publicidad es de mucha importancia, considerando que es lo que va a generar el dinamismo en las ventas de los diferentes servicios académicos de IPCNI, motivo por el cual, es necesario considerarla como parte de una inversión inicial, ascendiendo a s/ 20,000 anuales, importe que es utilizado en volantes, publicidad radial, televisiva etc. De esta manera poder llegar a posicionar la IPCNI en la mente de nuestro público objetivo.

Tabla 31. Inversión en Marketing y Publicidad

Rubro	Cantidad
Marketing y Publicidad	S/. 20,000.00

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Proyección de los Ingresos de la carrera de Administración de Negocios Internacionales.

Considerando que solo se cuenta con información de ventas de carrera del periodo lectivo 2016, se creyó conveniente proyectar los ingresos del 2017 al 2021, el número de inscritos, incremento de matrículas, cuotas y teniendo en cuenta el número de deserciones de alumnados. Según se detalla en tabla N° 32.

Tabla 32. Proyección de los ingresos de la Carrera de Administración de Negocios Internacionales

AÑO	CRECIMIENTO %	# INGRESANTES	INCREMENTO ANUAL DE CUOTA %	COSTO PROMEDIO POR INGRESANTE S/					DESERCIÓN			INGRESO TOTAL POR AÑO S/	INGRESO ACUMULADO S/
				MATRÍCULA S/	CUOTA S/	Nº CUOTA	COSTO DE PERIODO ACACÉMICO POR INGRESANTE S/	INGRESO EN UN AÑO S/	% DESERCIÓN	Nº DE DESERCIÓN	NO INGRESO POR DESERCIÓN S/		
2017	20%	66	20%	130.00	180.00	5	1,030.00	67,980.00	15%	10	10,197.00	57,783.00	96,343.00
2018	20%	79	25%	130.00	225.00	5	1,255.00	99,396.00	15%	12	14,909.40	84,486.60	180,829.60
2019	20%	95	25%	130.00	281.25	5	1,536.25	146,005.20	15%	14	21,900.78	124,104.42	266,374.02
2020	20%	114	25%	130.00	351.56	5	1,887.81	215,301.24	15%	17	32,295.19	183,006.05	391,597.07
2021	20%	137	25%	130.00	439.45	5	2,327.27	318,503.99	15%	21	47,775.60	270,728.39	577,838.86

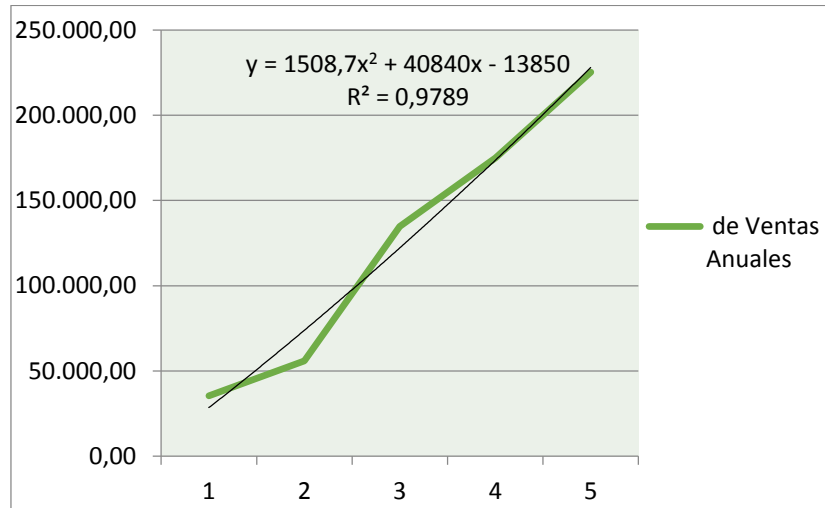
Elaboración: Propia

Proyección de Ingresos de los Servicios Académicos que ofrece IPCNI 2017-2021

Se proyectará las ventas futuros de los Servicios académicos, que permitirá la sostenibilidad de IPCNI, para ello se ha utilizado modelos matemáticos de pronósticos como son el Exponencial, Logarítmico, Lineal y Polinómico, de estos se consideró el que tiene menor grado de dispersión, es decir, el $R^2=1$, siendo el modelo más conveniente el

Polinómico con un grado de dispersión de $R^2 = 0.9789$, el cual presenta los siguientes resultados

Gráfico 2. Proyección de Ventas Anuales



Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Tabla 33 Proyección de Ventas 2017-2021

AÑOS PROYECTADOS	x	VENTAS PROYECTADAS S/
2017	6	285,503.20
2018	7	345,956.30
2019	8	409,426.80
2020	9	475,914.70
2021	10	545,420.00

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

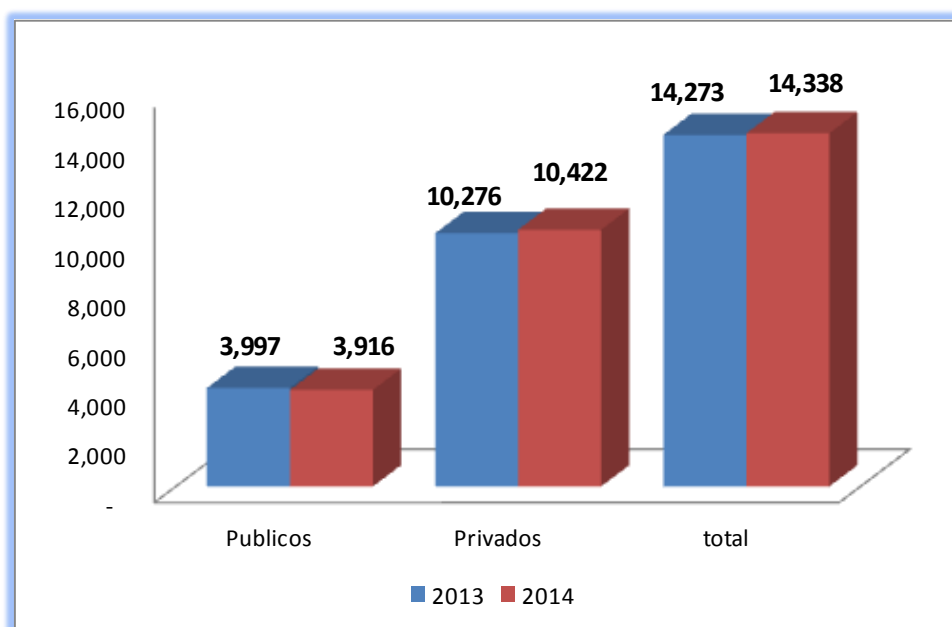
Propuesta de lanzamiento de una nueva carrera: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Con la finalidad de incrementar los ingresos y generar una mayor rentabilidad, se propone ofrecer la carrera de Administración de Empresas, siendo esta una nueva opción para muchos estudiantes potenciales que buscan una formación profesional no universitaria de calidad y a la vez adecuada a la demanda laboral, contribuyendo a un crecimiento de la productividad y mayor competitividad del sector empresarial, así como el desarrollo económico y social de la región.

En el 2014, la región Lambayeque registró 35 institutos de Educación Superior Tecnológica, de ellos 11 pertenecen al sistema público y 24 al sistema privado.

Por otro lado en el mismo periodo, la población estudiantil en Institutos superiores tecnológicos de la región Lambayeque ascendió a 14,338 personas, de las cuales 10,422 se encontraban bajo el régimen educativo privado.

Grafico 3. Región Lambayeque: Población estudiantil en institutos Superiores Tecnológicos según tipo de Gestión 2013-2014.



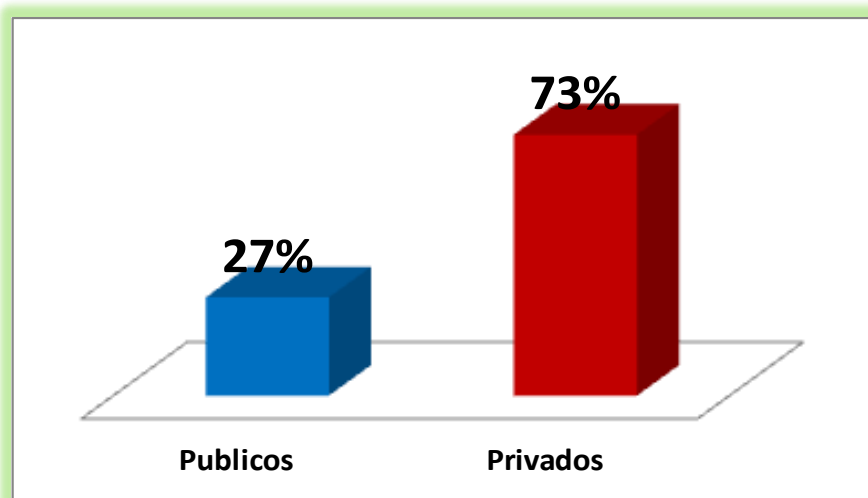
Fuente: Ministerio de Educación – Padrón de Instituciones Educativas

<http://escale.minedu.gob.pe/magnitudes>

Elaborado: GRTPE – Observatorio Socio económico laboral (OSEL) Lambayeque.

En el periodo 2017-I, la región Lambayeque registra un total de 15,855 alumnos matriculados en institutos de Educación Superior Tecnológica, de ellos 4,334 pertenecen al sistema público y 11,521 al sistema privado.

Gráfico 4: Región Lambayeque Población estudiantil matriculados en instituto Superior Tecnológico según tipo de gestión 2017-I.



Fuente: Censo Educativo 2017-I. Estadística DRE - Lambayeque
Elaborado por: Estadística DRE – Lambayeque

Asimismo, observamos que en el periodo 2017-I se registraron 7,089 postulantes a los diferentes Institutos Tecnológicos de la Región Lambayeque, siendo el número de ingresantes 4,906 personas.

Tabla Nª 34. Alumnos Postulantes e Ingresantes 2017- I – Instituto de Educación Superior Tecnológica.

Semestre Académico 2017-I						
Gestión	Postulantes			Ingresantes		
	H	M	Total	H	M	Total
TOTAL	2987	4102	7089	1985	2921	4906
Público	975	1093	2068	774	774	1548
Privado	2012	3009	5021	1211	2147	3358

Fuente: Censo Educativo 2017-I. Estadística DRE - Lambayeque
Elaborado por: Estadística DRE – Lambayeque

Asimismo, identificamos que la carrera más demandada en estas instituciones educativas es la carrera de Administración de Empresas con un total de 2398 postulantes.

Tabla 35. Carrera con mayor demanda 2017 - I en Institutos de Educación Superior Tecnológico

Carrera	Total	Pública	Privada
Administración bancaria/Adm.Neg.Bancarios y Finanzas	1197	0	1197
Administración de Empresas	2398	560	1838
Adm.de Empresas Turísticas y Hoteleras	572	0	572
Adm. De Negocios Internacionales	797	0	797
Administración de CC.Políticas	449	449	0
Computación e Informática	1575	449	1126
Construcción Civil	69	69	0
Contabilidad	1361	567	794
Diseño Gráfico Publicitario	389	0	389
Electrónica/Electrotecnia Industrial	316	316	0
Enfermería Técnica	2306	747	1559
Farmacia	1097	0	1097
Fisioterapia	434	0	434
Gastronomía	1086	0	1086
Guía de Turismo	26	9	17
Industrias Alimentarias	149	138	11
Interpretación de Idiomas	4	0	4
Laboratorio Clínico	149	0	149
Mecánica Aeronáutica	180	0	180
Mecánica Agrícola	5	5	0
Mecánica Automotriz	275	253	22
Mecánica de Producción	364	364	0
Producción Agropecuaria	408	408	0
Protesis Dental	6	0	6
Química Industrial	27	0	27
Secretariado ejecutivo	216	0	216
Total	15855	4334	11521

Fuente: Censo Educativo 2017-I. Estadística DRE - Lambayeque
Elaborado por: Estadística DRE – Lambayeque

Proyección de los ingresos de la carrera de Administración de Empresas.

Tabla N° 36 Proyección de los ingresos de la carrera de Administración de Empresas.

AÑO	CRECIMIENTO %	# INGRESANTES	INCREMENTO ANUAL DE CUOTA %	COSTO PROMEDIO POR INGRESANTE S/					DESERCIÓN			INGRESO TOTAL POR AÑO 1	INGRESO ACUMULADO
				MATRICULA	CUOTA	Nº CUOTA	COSTO DE PERIODO ACADÉMICO POR INGRESANTE	INGRESO EN EL PERIODO ACADÉMICO EN UN AÑO	% DESERCIÓN	Nº DE DESERCIÓN	NO INGRESO POR DESERCIÓN		
2017	0	0	0%	S/. 0.00	S/. 0.00	0	-	-	0%	0	-	-	-
2018	25%	66	25%	S/. 130.00	S/. 225.00	5	S/. 1,255.00	S/. 82,830.00	10%	7	S/. 8,283.00	S/. 74,547.00	S/. 74,547.00
2019	25%	83	25%	S/. 130.00	S/. 281.25	5	S/. 1,536.25	S/. 126,740.63	10%	8	S/. 12,674.06	S/. 114,066.56	S/. 188,613.56
2020	25%	103	25%	S/. 130.00	S/. 351.56	5	S/. 1,887.81	S/. 194,680.66	10%	10	S/. 19,468.07	S/. 175,212.60	S/. 363,826.16
2021	25%	129	25%	S/. 130.00	S/. 439.45	5	S/. 2,327.27	S/. 299,999.08	10%	13	S/. 29,999.91	S/. 269,999.18	S/. 559,278.34

Fuente: IPCNI
Elaboración: Propia

Tabla N° 37. Consolidado de la proyección de los ingresos por servicios ofrecidos por IPCNI 2017-2021

CARRERAS/AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Adm.Neg.Internac.	S/. 38,560.00	S/. 96,343.00	S/. 180,829.60	S/. 266,374.02	S/. 391,597.07	S/. 577,838.86
Administración	0	S/. 0.00	S/. 74,547.00	S/. 188,613.56	S/. 363,826.16	S/. 559,278.34
Serv. Academicos	S/. 186,776.50	S/. 285,503.20	S/. 345,956.30	S/. 409,426.80	S/. 475,914.70	S/. 545,420.00
TOTAL INGRESOS	S/. 225,336.50	S/. 381,846.20	S/. 601,332.90	S/. 864,414.38	S/. 1,231,337.93	S/. 1,682,537.20

Fuente: IPCNI
Elaboración: Propia

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

Se observa en el Estado de Pérdidas y Ganancias que el rendimiento anual de la empresa durante la proyección 2017-2021, es positiva, siendo la utilidad neta para el 2017 de S/. 36,761.81, y finalizando el 2021 con S/ 540,513.51.

A la vez se aprecia que el valor esperado de la empresa es de S/2,711,408.55, cifra importante ya que representa un mayor valor para la empresa, por lo tanto representa acciones más caras, objetivo que se busca en el presente proyecto.

Dicho proyecto se realizará bajo el aporte patrimonial de los accionistas, y no con financiamiento bancario, sin embargo por la cifra de la creación de valor obtenida, existe la posibilidad de que pueda evaluarse la opción de trabajar con alguna entidad bancaria a futuro.

Tabla 38. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado al 2021.

ITEMS	AÑOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	381,846.20	601,332.90	864,414.38	1,231,337.93	1,682,537.20
COSTO DE VENTAS	7,195.00	7,914.50	8,705.95	9,576.55	10,534.20
UTILIDAD BRUTA	374,651.20	593,418.40	855,708.43	1,221,761.39	1,672,003.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	129,880.80	88,746.84	93,184.18	97,843.39	102,735.56
GASTOS DE VENTA	133,202.53	171,323.77	246,479.97	402,415.13	735,304.87
DEPRECIACIÓN	59,790.68	62,780.21	65,919.22	69,215.18	72,675.94
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	51,777.20	270,567.59	450,125.06	652,287.69	761,286.63
IMPUESTO A LA RENTA	15,015.39	78,464.60	130,536.27	189,163.43	220,773.12
UTILIDAD NETA	36,761.81	192,102.99	319,588.79	463,124.26	540,513.51

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

En el Flujo de Caja Económico se aprecia resultados positivos, en donde se refleja que los ingresos incrementan cada año, debido al lanzamiento de la nueva carrera de Administración y por la inversión en la compra de terreno y construcción del Instituto, durante el periodo 2018, dichos resultados han generado un Valor Actual Neto Económico (VANE) de S/. 1,282,764.39 y una Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) de 18.53%, siendo aceptable el proyecto, pues la rentabilidad que obtenemos del mismo es mayor a nuestro costo de oportunidad del 12%.

Tabla 39 Flujo de Caja Económico

ITEMS	0	2017	2018	2019	2020	2021	Valor Residual
INGRESOS							
Carreras (ANI Y ADM)	38,560.00	96,343.00	255,376.60	454,987.58	755,423.23	1,137,117.20	
Servicios Academicos	186,776.50	285,503.20	345,956.30	409,426.80	475,914.70	545,420.00	
Total de Ingresos	225,336.50	381,846.20	601,332.90	864,414.38	1,231,337.93	1,682,537.20	
INVERSIÓN INICIAL							
Infraestructura	1,046,400.00						921,600.00
Valor de Compra del Terreno	422,400.00						422,400.00
Valor de Construcción	624,000.00						499,200.00
Muebles y Equipos Electrónicos	235,160.00						
Muebles útiles y enseres	12,310.00						
Equipos electrónicos	222,850.00						
Marketing y Publicidad	20,000.00	7,195.00	7,914.50	8,705.95	9,576.55	10,534.20	
Total de Inversion Inicial	1,301,560.00						
COSTOS DEL SERVICIOS ACADÉMICOS							
Docentes Carrera Ad.Neg.Intern.	22,984.40	25,282.84	55,622.25	122,368.95	269,211.68	592,265.70	
Docentes Extensión Academica	8,100.00	8,910.00	9,801.00	10,781.10	11,859.21	13,045.13	
Jefe de Coordinación Academica	18,000.00	19,800.00	21,780.00	23,958.00	26,353.80	28,989.18	
Coordinadora de Extensión Academica	10,800.00	11,880.00	13,068.00	14,374.80	15,812.28	17,393.51	
Essalud	6,478.99	7,126.89	7,839.58	8,623.54	9,485.89	10,434.48	
ToTal Costo del Servicio Académico	66,363.39	72,999.73	108,110.83	180,106.38	332,722.86	662,127.99	
GASTOS FIJOS							
Personal							
Pers. Administrativo	58,800.00	61,740.00	64,827.00	68,068.35	71,471.77	75,045.36	
Personal Marketing	50,400.00	52,920.00	55,566.00	58,344.30	61,261.52	64,324.59	
EsSalud	9,828.00	10,319.40	10,835.37	11,377.14	11,946.00	12,543.30	
Servicios de Terceros Honorarios	5,520.00	5,796.00	6,085.80	6,390.09	6,709.59	7,045.07	
Servicios							
Alquiler Local	43,200.00	45,360.00	-	-	-	-	
Luz	2,808.00	2,948.40	3,095.82	3,250.61	3,413.14	3,583.80	
Agua	1,620.00	1,701.00	1,786.05	1,875.35	1,969.12	2,067.58	
Telef./Internet	1,500.00	1,575.00	1,653.75	1,736.44	1,823.26	1,914.42	
RPC	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75	1,378.38	
RPM	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	
Seguridad Electrónica	1,116.00	1,171.80	1,230.39	1,291.91	1,356.50	1,424.33	
Serv. Limpieza	2,160.00	2,268.00	2,381.40	2,500.47	2,625.49	2,756.77	
Accesorios y material para estudiantes	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	3,063.08	
Total gastos	181,032.00	190,083.60	151,959.78	159,557.77	167,535.66	175,912.44	
Sub Total Costos y Gastos	247,395.39	263,083.33	260,070.61	339,664.15	500,258.52	838,040.43	
OTROS GASTOS							
Otros gastos varios de Contingencias 5%		13,154.17	13,003.53	16,983.21	25,012.93	41,902.02	
Impuesto a la Renta		15,015.39	78,464.60	130,536.27	189,163.43	220,773.12	
TOTAL EGRESOS	1,548,955.39	291,252.88	351,538.74	487,183.63	714,434.87	1,100,715.58	
FLUJO DE CAJA TOTAL	-1,323,618.89	90,593.32	249,794.16	377,230.76	516,903.06	581,821.62	921,600.00

Elaboración: propia
Fuente: IPCNI

PUNTO DE EQUILIBRIO y MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla 40 Punto de Equilibrio y Margen de Contribución

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021
Costo Fijo (CF)	S/. 262,272.88	S/. 321,109.74	S/. 455,233.18	S/. 680,886.90	S/. 1,065,490.21
Costo Variable (CV)	S/. 101,979.73	S/. 138,539.83	S/. 212,056.83	S/. 366,270.83	S/. 697,353.37
Costo Variable Unitario (Cvu)	S/. 114.84	S/. 132.02	S/. 166.76	S/. 257.82	S/. 438.70
Precio de Venta Unitario (PVu)	S/. 1,255.48	S/. 2,758.03	S/. 3,372.61	S/. 4,105.75	S/. 5,017.67

PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)	S/. 229.94	S/. 122.28	S/. 142.00	S/. 176.95	S/. 232.69
PUNTO EQUILIBRIO (MONETARIO)	S/. 357,841.73	S/. 417,235.82	S/. 603,212.31	S/. 969,175.53	S/. 1,819,687.70

Margen de Contribucion en porcentajes	91%	95%	95%	94%	91%
---------------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

Margen de Contribucion en cifras monetarias	S/. 288,679.12	S/. 337,252.98	S/. 478,913.33	S/. 726,507.25	S/. 1,167,571.38
---	----------------	----------------	----------------	----------------	------------------

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

CREACION DE VALOR

Tabla 41 Creación de valor de IPCNI.

CREACION DE VALOR	S/ 1,409,848.55
PATRIMONIO DE LA EMPRESA	S/ 1,301,560.00
VALOR TOTAL ESPERADO DE LA EMPRESA	S/ 2,711,408.55

Elaboración: Propia
Fuente: IPCNI

Calculo del VANE Y TIRE

Tabla 42. Calculo del VANE y TIRE

VANE	S/. 1,282,764.39
TIRE	18.53%

Elaboración: propia

4.1.4. Diseño del Plan de Sostenibilidad

Desde el punto de vista económico IPCNI, debe ser sostenible logrando ser efectiva y eficiente al mismo tiempo. El ser efectiva significa que debe conocer las necesidades de sus clientes para ofrecer productos de calidad acordes a sus requerimientos, a un precio justo, asimismo brindar un servicio de calidad adecuado. Por otro lado, una empresa es eficiente si logra una optimización en el uso de sus activos tales como mano de obra, materias primas, equipos, infraestructuras etc.

La combinación exitosa de efectividad y eficiencia hace que una empresa sea sostenible a largo plazo desde el punto de vista económico.

Para ello IPCNI debe considerar brindar:

- **Productos Sostenibles e Innovadores:**

Diseñar talleres, programas, cursos etc adecuados según los requerimientos y necesidades de los clientes, considerando también las características como tiempos de duración, horarios etc. Además se deberá desarrollar otras carreras de acuerdo a la demanda del mercado laboral y requerimiento del público objetivo, asimismo podría considerarse implementar cursos semi-presenciales para expandir la oferta de IPCNI a estudiantes en ciudades fuera de Lambayeque.

- **Clientes:**

Parte del éxito del IPCNI, son los clientes actuales y potenciales, por lo que se deberá brindar atención a sus requerimientos, de esta manera ofrecer productos con atributos y características, así como un

servicio de calidad, de esta manera lograr la satisfacción, de cada uno de ellos.

Por lo que se requiere:

- a. Incrementar número de nuevos clientes cada año.
- b. Reducir tasa de deserción de estudiantes, logrando una alta satisfacción de los estudiantes actuales.
- c. Lograr alta satisfacción de clientes actuales, potenciales y egresados.
- d. Desarrollar acceso a becas y crédito educativo por convenios.

- **Personal Administrativo:**

Es importante que IPCNI cuente con personal administrativo profesional, calificado, identificado y comprometidos con la institución que sean conocedores de los productos y servicios que se brinda, asimismo IPCNI debe contar con una política salarial adecuada en base a la productividad de estos.

- **Calidad.**

IPCNI se caracteriza por su calidad académica y plana docente, considerando que el desarrollo de los diferentes cursos, talleres etc, se basa en 30% teoría y 70 % práctica, característica importante y reconocida por nuestros clientes, lo cual se complementa con la plana docente formada por profesionales de alta calidad y experiencia no

solo en lo académico sino también en el rubro empresarial. Sin embargo IPCNI debería considerar los siguientes requisitos:

- a. Diferenciarse por calidad, en la enseñanza práctica, en el servicio y atendiendo las necesidades del mercado laboral.
- b. Brindar opciones de continuidad y convalidación de estudios en universidades del país y fuera de este a través de convenios interinstitucionales.
- c. Promover la práctica de la calidad como un sistema continuo de aprendizaje y mejora.
- d. Lograr inserción laboral de los egresados

VALOR AGREGADO

- **Tecnología:**

El desarrollo de la tecnología es considerada un valor agregado al servicio educativo de calidad que brinda IPCNI, por lo que se considera a tener en cuenta:

- a. La elaboración de un Sistema de control de ingresos, egresos y morosidad de la población estudiantil.
- b. Contar con una página web que interactúe con el alumnado y docente, de esta manera pueda facilitar el ingreso de información así como la visualización de notas, asistencias, trabajos etc.

- **Infraestructura:**

Ampliar la capacidad instalada según los requerimientos del MINEDU, que satisfaga los requerimientos pedagógicos, acorde a los avances tecnológicos, contribuyendo a la calidad educativa,

- **Marketing.**

- a. Contar con personal capacitado en diagnosticar las necesidades de los clientes que les permita diseñar sus contenidos según sus requerimientos.
- b. Reforzar la imagen de IPCNI como el instituto de referencia para la formación en negocios internacionales
- c. Lograr que los ingresos por estudiantes inscritos sea mayor a los gastos de promoción y ventas.
- d. Reforzar la imagen de diferenciación de IPCNI por la calidad de su enseñanza así como por la práctica.
- e. Incrementar la oferta educativa de los cursos, talleres, carrera etc, a los diferentes jóvenes interesados en estudiar los Negocios internacionales, asistiendo y participando a diferentes charlas, ferias o eventos según el público objetivo.

4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se desarrolla en base a las variable dependientes e independientes, utilizando una investigación cuali - cuantitativo, a fin de determinar la relación existente entre las variables del Análisis de la realidad situacional del IPCNI (variable Independiente) y el diseño de un plan de sostenibilidad (variables dependientes), de esta manera cumplir con el objetivo de la investigación.

Es descriptiva simple, ya que el objetivo se centrar en la realidad del sujeto investigado IPCNI, la cual está comprendido por los clientes, internos y externos. Es cualitativa porque nos permite esquematizar, sintetizar los sucesos y comprenderlos, lo que se llevará a cabo utilizando instrumentos como entrevistas, revisión documentaria y cuantitativa, como aplicación de cuestionarios estructurados.

Los resultados de la presente investigación fueron obtenidos a través de la aplicación de entrevistas, cuestionarios estructurados y revisión documentaria.

El primer objetivo de la investigación es identificar y analizar los servicios brindados por la institución caracterizando la calidad y valor agregado percibido por el cliente durante los años 2012-2015, luego del análisis de los antecedentes, de la base teórica y de la aplicación de entrevistas, se determinó que estos estaban relacionados, ya que no se cuenta con un plan integral con propuestas de nuevos programas o productos que ofrezcan calidad y un valor agregado adicional, al que se viene ofreciendo, en base al requerimiento de los clientes, lo que permitiría lograr lo establecido en nuestro primer objetivo.

Estos resultados coinciden con la investigación de Eade y Williams (1995) y Brundtland (1987), quienes definen su investigación en la sostenibilidad (crecimiento y reconocimiento de la empresa), la cual debe partir de la negociación de los diferentes intereses de la comunidad así como de un compromiso entre lo que es deseable y lo que es posible en la práctica, asimismo, desarrollar un plan de sostenibilidad teniendo en cuenta la satisfacción de las necesidades de las generaciones del presente.

En cuanto a la capacidad interna, se sabe que el número de empleados de la empresa es muy limitado de los cuales solo el gerente tiene formación profesional y el resto son estudiantes universitarios de los últimos ciclos quienes desempeñan labores relacionadas a su carrera profesional, lo cual refleja una debilidad en la empresa a pesar que cumplen sus funciones y responsabilidades otorgadas de forma eficiente, sin embargo es necesario una guía y seguimiento continuo a cada uno de estos.

Se observa que las ventas se realizan mediante redes sociales y de boca a boca, siendo estos los únicos medios, no contando con un equipo de ventas solido en la institución que garantice el inicio de los cursos en las fechas indicadas sin el riesgo que estos se cancelen por la falta de inscritos, generando una mala imagen y seriedad por parte de la institución.

Hrebiniak (2007), resalta la importancia que tiene la interdependencia entre las unidades y métodos necesarios para la coordinación, transferencias de conocimiento e intercambio de información, el establecimiento adecuado de responsabilidades y la rendición de cuentas dentro de una organización, ya que estos pueden aumentar la flexibilidad de la estructura y capacidad de respuestas de la misma.

El segundo objetivo consiste en evaluar la gestión y necesidades administrativas y económicas, así como las fuentes de financiamiento que el IPCNI podría tener acceso para lograr su sostenibilidad empresarial, bajo el nuevo plan de inversión. Luego del análisis de los antecedentes, de la base teórica y de la aplicación de entrevistas, se procedió a evaluar diferentes fuentes de financiamiento que permitirían cumplir con las estrategias propuestas como la adquisición de un terreno y la construcción del mismo en base a los requerimientos establecidos por el MINEDU, siendo esta una de las principales necesidades, expresadas por los clientes en los resultados aplicados en los cuestionarios estructurados. Para ello fue necesario cotizar los costos de terrenos en diferentes zonas adecuadas, así como evaluar el valor de construcción, de esta manera satisfacer la calidad académica para los estudiantes y estar a nivel de la competencia. Sin embargo se consideró otras fuentes de financiamiento como aporte de capital, considerando que el importe de inversión es alto a comparación de los ingresos que actualmente IPCNI presenta, lo cual puede ser un factor importante para que las instituciones financieras no otorguen en su totalidad el importe requerido, sin embargo, debido al importe del valor creado por la empresa según el estado de pérdidas y ganancias, queda la posibilidad de que en un futuro se pueda acceder a un financiamiento bancario.

Muñoz Sotomayor (1996), nos dice que la sostenibilidad de las empresas prestadoras de servicios se midió considerando su nivel de autosuficiencia financiera, entendiendo esta como la proporción con la que participan los ingresos provenientes del cobro de servicios (productores y/o instituciones) en los ingresos totales.

Elkington (1994), El desarrollo sostenible de una empresa, es aquel que contribuye a la gestión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficios económicos, social y medioambiental.

Caravedo (1998) distingue tres formas que tienen las empresas para relacionarse con su entorno: 1) la responsabilidad empresarial: principalmente beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta, con la finalidad de obtener rendimiento para la empresa en el mediano y largo plazo; 2) la filantropía: exclusivamente altruista y; 3) la inversión social: principalmente obtención de beneficios para la empresa por medio de apoyo a la comunidad. En concordancia con Caravedo, Garavito (2007) se refiere a la Responsabilidad Social Empresarial como una filosofía de acción empresarial que tiene como base la toma de responsabilidad por parte de la empresa de los efectos que su funcionamiento tiene sobre sus miembros y sobre la sociedad en general, que incluye a los accionistas, los trabajadores y proveedores.

Blázquez, Dorta y Verona (2006), el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovidos por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve comprometida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo.

El tercer objetivo consiste en analizar la rentabilidad proyectada del IPCNI para los años 2017-2021, al realizar este análisis observamos que solo se contaba con data del año 2012, en el que se registra solo ingresos de las ventas de los servicios académicos, como cursos

cortos, Técnicos, Especializaciones etc, y data del 2016, en donde registra información de ventas de la Carrera de Administración de Negocios internacionales, siendo este el inicio de la misma, sin embargo se usó esta información para elaborar un cuadro de proyección de ventas y a la vez conocer la rentabilidad de la inversión a realizar mediante el flujo de caja proyectado al 2021, reflejándose un incremento positivo que permitirá la sostenibilidad de la institución. Asimismo, esta evolución positiva permitirá cubrir los costos en los que se deberán incurrir para el desarrollo de las diferentes actividades académicas.

Núñez (2007), El objetivo fundamental de una estrategia de responsabilidad social empresarial, es definir e implementar una visión estratégica de negocios de parte de todas las empresas (propietarios, directivos y trabajadores) orienta a lograr la sustentabilidad o sostenibilidad económica de la empresa sin desentenderse por una parte de las obligaciones sociales y la solidaridad para con sus interlocutores y por la otra de los impactos medioambientales que sus operaciones pudieran producir.

Otra de las características de principal necesidad, requerida por los clientes, según la aplicación de los cuestionarios estructurados, es la calidad de la plana docente, por lo que se contrastó esta opinión con lo que la realidad de IPCNI y se observó que se cuenta con un política remunerativa de docentes según grados académicos acorde con la competencia, lo cual sumaría a generar la rentabilidad de la institución.

CONCLUSIONES

1. IPCNI, brinda los servicios de la carrera de Administración de Negocios Internacionales y los Programas de Extensión Académica conformado por las especializaciones, cursos cortos y pasantías, siendo un 94% sus clientes jóvenes entre los 17 y 25 años de edad, de los cuales el 90% son estudiantes universitarios de la misma carrera profesional y de las diferentes universidades de la Región.
2. Caracterizando la calidad de los servicios de IPCNI, se puede concluir que un 55% los clientes valoran como elemento de la calidad de servicios la plana docente e infraestructura y un 40% la biblioteca y enlace o acercamiento con empresas prestigiosas, es por ello que el 81% de los clientes consideran que los productos de IPCNI son de mayor calidad que los que se ofrecen en otras instituciones, básicamente por la calidad de la plana docente y los convenios con empresas, pero débil infraestructura y biblioteca.
3. El IPCNI al ser acreditado como un Instituto de Educación Superior por el MINEDU cumple con la normativa vigente administrativa donde involucra aspectos como la plana docente, servicios brindados a los estudiantes e infraestructura, sin embargo, se observa que el aspecto de mayor importancia y a la vez de mayor falencia es la Infraestructura, ya que desarrolla sus actividades académicas en un local que cumple con los requisitos mínimos de capacidad instalada que establece la normativa del MINEDU lo que limita la autorización para la validación de nuevas carreras en el periodo 2018.

4. Según el análisis realizado en esta investigación, se puede indicar que el proyecto es sostenible socialmente, ya que el IPCNI, ofrece sus servicios académicos teniendo en cuenta el enfoque social, contando con una plana docente calificada y con experiencia empresarial, que cumple con todos los grados académicos exigida por ley, inclusive sus honorarios por hora de clase dictada es igual a las remuneraciones que ofrecen las diferentes universidades de la Región, existiendo una política remunerativa según los grados académicos, asegurando así la calidad y excelencia en el desarrollo de las clases. Asimismo los alumnos del IPCNI cuentan con una escala de categorización socioeconómica de pensiones, beneficiando a los alumnos de alto rendimiento académico.

5. Según la propuesta desarrollada en la presente investigación, se observa que la inversión inicial requerida es de s/1'301,560.00, que será financiado con aporte de los accionistas, obteniendo una tasa interna de retorno económica de 18.53% y un VANE de s/1'282,764.39, generando una creación de valor de S/2'711,408.55, lo cual demuestra la sostenibilidad económica del proyecto.

RECOMENDACIONES

1. Considerando que los clientes de IPCNI, es un público joven, en su mayoría universitarios, se recomienda reforzar el área de marketing mediante un equipo de ventas calificado, pieza importante en generar dinamismo a las ventas y promoción de las diferentes propuestas académicas, dirigida a estudiantes que deseen complementar sus estudios universitarios, así como a estudiantes de colegios interesados en las carreras que se ofrecen, mediante un trabajo intensivo con colegios, ferias, etc, y a la vez buscar la difusión de las oportunidades que ofrece IPCNI mediante el curso de experiencias Formativas y otras oportunidades laborales en comercio exterior, lo que ayudará a generar valor y crecimiento institucional.
2. Se recomienda lanzar la nueva carrera de Administración de Empresas para genera mayor rentabilidad, considerando que IPCNI se caracteriza por su alta plana docente y por brindar productos de mejor calidad que otras instituciones, siendo esta una oportunidad que debe aprovecharse.
3. Se recomienda contar con un local propio y con una infraestructura adecuada y eficiente que contribuya a alcanzar los más altos niveles de calidad educativa, según los requerimientos del MINEDU, lo cual permitirá la validación de nuevas carreras.
4. Aplicar el Plan de sostenibilidad propuesto considerando que es sostenible social y económicamente.

BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜÍSTICA

Alvarado; Morales; Aguayo (2016), Percepción de la calidad educativa: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey Revista de la Educación Superior, vol. XLV (4), núm. 180, pp. 55 -74.

Bond, T. C. The role of performance measurement in continuous improvement. International Journal of Operations & Production Management, v. 19, n. 12, p. 1318, 1999.

Bowen.H (1953) Social responsibilities of the businessman, New York: Harper & Brothers.

Buenahora, (2002), El entorno Empresarial y el desarrollo de competencias Aquichan, vol. 2, núm. 2, pp. 44-48.

Caravedo, B. Empresa, liderazgo y sociedad: hacia una Estrategia de responsabilidad Social. Lima: Perú 2021 y SASE, 1996.

Caravedo, B. Perú: Empresas Responsables. Lima: SASE, Servicios para el desarrollo, 1998.

Chinchillas, D. (2014). Recursos materiales . Recuperado el 13 de Junio 2015, de http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa12/recursos_iniciar_empresas/r2.htm.

David. F. (2003).Conceptos de administración estratégica (Novena ed.). Mexico: Pearson Education.

Eade, D. y S. Williams (1995), The Oxfam Handbook of Development and Relief, Oxfam UK and Ireland, Oxford.

Elkington, J. (1994). Hacia la corporación adecuada: Estrategias de negocio para la sostenibilidad desarrollo. California Management Review, vol. 36, no. 2, págs. 90-100.

Freeman, R.E. (1984): Strategic Management: A Stakeholder Approach. (Pitman Series in Business and Public Policy).

Galaz; Brito, Reyna, (2013), La gestión en los institutos tecnológicos desde la perspectiva de sus académicos Revista de la Educación Superior, vol. XLII, núm. 168, pp. 153-177.

GIL, BARCELLOS, (2011), Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI Revista Galega de Economía, vol. 20, núm. 2, pp. 1-22.

Hodson, K. (2001). Maynard, Manual del Ingeniero Industrial (4ta ed.). México D.F., México: Editorial Mc Graw Hill

Hoffman, D; y Bateson, J. (2002). Fundamentos de Marketing de Servicios. Thomson. México.

Keller, (2012), OPCIONES ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL HACIA LA SOSTENIBILIDAD Revista Científica "Visión de Futuro", vol. 16, núm. 1.

Maussa, (2010), Modelo alternativo para la sostenibilidad empresarial Cuadernos de Administración, núm. 44, pp. 41-56.

Muñoz, M. y Santoyo V. (1999), EL MERCADO DE SERVICIOS PARA EL MEDIO RURAL, 1º ed. Mexico.

Poveda-Santana, EL DESARROLLO SOSTENIBLE A NIVEL EMPRESARIAL (2013), Ciencia en su PC, núm. 1*, pp. 100-111.

Parrado, Trujillo, (2015), Universidad y sostenibilidad: una aproximación teórica para su implementación AD-minister, núm. 26, pp. 149-163.

Schein, E., 1988. La cultura empresarial y el liderazgo: una visión dinámica, Barcelona, Plaza y Janés.

CONTRERAS, EISA; OGALDE, ISABEL, (1980), Principios de Tecnología Educativa, EDICOL, México.

Urrea, F.; Arango, L. G., 2000. "Culturas empresariales en Colombia", en: Innovación y cultura de las organizaciones en tres regiones de Colombia, Bogotá, Colciencias, Corporación Calidad, p. 39-80.

Varela, Bedoya, (2006), Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias Estudios Gerenciales, núm. 100, pp. 21-47.

Veras, Miguelina., & Cuello, Cesar. (2005). Prácticas de Gestión Humana en la Republica Dominicana. (pp.14-15-16). Universidad Intec, Instituto Tecnológico de Santo Domingo. República Dominicana, Santo Domingo.

ANEXOS

Anexo 1. ENTREVISTA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL.

1. ¿Cuáles son los tipos de servicios ecdémicos y precio por producto, que ha brindado IPCNI desde su funcionamiento?
2. ¿Cuáles son los números de inscritos por servicio académico y el número de deserción?
3. ¿Con cuánto personal cuenta el IPCNI y bajo que condición laboral se encuentra?
4. ¿Cuáles son los ingresos obtenidos desde el funcionamiento de IPCNI?

Anexo 2. APLICACIÓN DE ENTREVISTA Y ENCUESTA AL PERSONAL DEL IPCNI.

Marca con un X la respuesta que consideras conveniente:

1.- ¿Crees que los productos que ofrece IPCNI son de calidad?

SI___ NO___

2.- Desde tu perspectiva que segmento de mercado atiende IPCNI?

Escolares	
Universitarias	
Profesionales	
Empresarial	
Técnicos	
Otros	

3.- ¿Cómo garantizas la calidad de los servicios y/o productos a través del cumplimiento de tus funciones?

4.- ¿Qué valor agregado propondrías para los diferentes productos que ofrece IPCNI?

5.- ¿Cómo mejorarías la calidad de los productos que actualmente brindas?

**ANEXO 3. ENCUESTA APLICADA A LOS GRUPOS DE INTERÉS
EXTERNOS DE IPCNI**

CARACTERISTICAS	SI	NO
¿Crees que IPCNI ofrece productos de calidad?		
¿Crees que IPCNI ofrece productos de mayor calidad que los que se ofrecen en otras instituciones?		
¿Has quedado satisfecho con la calidad de servicios que te ha ofrecido IPCNI mediante sus productos y servicios?		
La calidad del curso compensa la inversión económica		

5. Desde tu perspectiva que segmento de mercado atiende IPCNI?

Escolares	
Universitarias	
Profesionales	
Empresarial	
Técnicos	
Otros	

6.- ¿Cuál crees que son los servicios de mejor calidad que el IPCNI ofrece?

Especializaciones	
Carrera profesional	
Cursos Cortos	
Pasantías	

Responda de acuerdo con la siguiente escala: 1: Muy Alta 2: Alta 3: Media 4: Baja 5: Muy Baja.

7.- Señala tu opinión respecto a las características de los productos que ofrece IPCNI, para que sean considerados productos de calidad.

CARACTERISTICAS	1	2	3	4	5
Gestión Administrativa (atención, información, cobranza)					
Realismo y practicidad					
La utilidad de los cursos aprendidos					
Plana Docente					
El nivel de contenido de los cursos					
Comodidad del aula					
Material entregado					
Utilización de casos prácticos					
Facilidad para contar con apoyos personales durante el desarrollo de la tarea, cuando lo considero necesario.					

8.- Señala cuáles han sido los motivos que te han llevado a participar de los diferentes cursos que ofrece IPCNI.

Refrescar o mejorar mis conocimientos	
Adquirir nuevas habilidades	
Propio interés personal	
Otros:	

9.- ¿Qué valor agregado propondrías para los diferenciar a los productos de IPCNI?

ANEXO 4. APLICACIÓN DE ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS

1. ¿Consideras confiables las investigaciones presentadas por IPCNI?
Si ____ No ____
2. ¿El medio por el cual recibes las investigaciones solicitadas las consideras adecuadas?
Si ____ No ____
3. ¿La presentación, forma, fondo de las investigaciones requeridas son de calidad?
Si ____ No ____

4.- Las investigaciones solicitadas a IPCNI han logrado satisfacer lo requerido por tu empresa?	La mayoría de las veces	Siempre	Pocas veces	Nunca

5.- ¿Qué te motivó a requerir el servicio de Investigación de IPCNI?

6.- ¿Qué mejorarías del servicio recibido?

7.- ¿Qué valor agregado consideras que debería tener el servicio que recibes?

Anexo 5. Técnica de la Observación.

Se observó

- Instalación del Instituto.
- Distribución de los ambientes del Instituto.
- Infraestructura del instituto, si es la más adecuada para el desarrollo de las actividades académicas.
- Tecnología utilizada actualmente.
- Los tipos de servicios brindados.
- El clima laboral que se desarrolla en la institución.