



# UNIVERSIDAD TÉCNOLOGICA DE LA SELVA

**Proyecto:**

“Promoción de la Oferta Educativa 2019”

Monto Total:

\$250,000.00

(Doscientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.)

**Ocosingo, Chiapas, enero 2019**



## 1. ANTECEDENTES

La Universidad Tecnológica de la Selva, como un beneficio alcanzado con los célebres Acuerdos de San Andrés, derivados del conflicto zapatista de 1994; fue creada como un organismo descentralizado de la administración Pública del Estado de Chiapas, de orden público e interés social, con personalidad jurídica y patrimonio propio; contribuyendo a consolidar los programas de desarrollo de la Educación Superior Tecnológica en la Entidad y pasando a formar parte del Sistema Nacional de Universidades Tecnológicas.

Lo anterior quedó establecido mediante decreto del Ejecutivo publicado en el Diario Oficial Número 57 de fecha 19 de noviembre de 1997, bajo el Número 184 A-97 Segunda Sección, mismo que sufrió adecuaciones que fueron publicadas en el Diario Oficial Número 164 de fecha 09 de abril del año 2003.

La Universidad Tecnológica de la Selva tiene como principal objetivo atender a la población más vulnerable de su zona de confluencia, impartiendo educación de nivel superior de tipo tecnológico para formar Técnicos Superiores Universitarios, Ingenieros y Licenciados, aptos para la aplicación de conocimientos y la solución creativa de problemas con un sentido de innovación.

Por ello, su modelo educativo permite el rápido aprendizaje de los conocimientos con un desempeño profesional en tres ejes directrices: Teórico – Práctico, General – Especializado, y Escuela – Planta Productiva; especialmente diseñados para desarrollar tres aspectos en cada una de ellos: El Saber, El Saber Hacer y el Saber Ser, proporcionando así, una educación integral a los estudiantes.

El 17 de abril de 1997, se firma Convenio de Coordinación para la Creación y Operación de la Universidad Tecnológica de La Selva

El 19 de noviembre de 1997 se crea la Universidad Tecnológica de la Selva, como órgano administrativo Descentralizado del Ejecutivo Estatal.

El 9 de abril de 2003, se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Decreto que crea a la Universidad Tecnológica de la Selva.

El 28 de octubre de 2005 se valida técnicamente la estructura orgánica funcional de la Universidad Tecnológica de la Selva, mediante Oficio No. SA/2194/2005.

El 14 de marzo de 2007, se validan técnicamente las modificaciones a la estructura orgánica funcional de la Universidad Tecnológica de la Selva, mediante Oficio No. SA/0793/2007.

El 25 de septiembre de 2008 se validan técnicamente las modificaciones a la estructura orgánica funcional de la Universidad Tecnológica de la Selva, mediante Oficio No. SA/2089/2008.

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La Universidad Tecnológica de la Selva tiene la importante encomienda de brindar educación superior de calidad a toda la población estudiantil que egresa de IEMS de la región selva a través de su oferta educativa con carreras de vanguardia y la ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN es esencial para lograr que se ellos se integren a nuestra comunidad universitaria y por lo tanto, poder contar con los recursos que dan origen a las actividades propias de una institución educativa, garantizando su existencia y permanencia; además de cumplir con lo que marca el Artículo 5 del Decreto de Creación de la institución, el cual indica que el objetivo de la Universidad Tecnológica de la Selva es: “impartir educación de nivel superior de tipo tecnológico, para formar técnicos superiores universitarios de los egresados de nivel medio superior...”.

## 3. OBJETIVO

Promover los servicios y programas educativos que ofrece la Universidad Tecnológica de la Selva consistentes en el Técnico Superior Universitario (TSU), Ingenierías y Licenciaturas, mediante diversas acciones en los municipios del Estado de Chiapas, como visitas directas a escuelas del nivel medio superior de la zona de influencia, asistencia a ferias profesiográficas, el uso de redes sociales, medios impresos y medios masivos para abonar a la captación de matrícula de alumnos de nuevo ingreso para el ciclo escolar 2019.

## 4. OBJETIVOS PARTICULARES

- ✓ Generar vehículos promocionales de la Oferta Educativa 2019 dirigidos a jóvenes de IEMS.
- ✓ Realizar visitas directas a planteles de Instituciones de Educación Media Superior, primeramente de la zona de influencia y en todo el estado.
- ✓ Participar en ferias profesiográficas y exposiciones vocacionales organizadas por los planteles educativos e instituciones gubernamentales.
- ✓ Organizar y recibir visitas guiadas en instalaciones de UTSelva para atender a los alumnos de Instituciones de Educación Media Superior de la región.
- ✓ Mantener presencia y publicaciones en redes sociales y páginas oficiales de Gobierno del Estado de Chiapas.

## 5. ESTRATEGIAS

La Subdirección de Difusión y Divulgación a través del Departamento de Prensa y Difusión son los encargados de coordinar y ejecutar las actividades de promoción de la oferta educativa

- Integración de un equipo de promotores especializado proveniente de las 4 divisiones y del personal de la Sub Dirección.
- Establecimiento de cobertura de rutas para visitas directas a planteles.
- Diseño y maquila de vehículos promocionales.

- Generación y producción de spots radiofónicos para la difusión de la oferta educativa en perifoneo, en radios comerciales, radios gubernamentales y Radio UTSelva.
- Producción de material videográfico para la difusión de la oferta educativa.
- Integración de paquetes promocionales para diferentes sectores y mercados en localidades de zonas de influencia.
- Diseño de material para promoción de la oferta educativa en redes sociales y medios impresos.
- Generación de Agenda para asistencia ferias profesiográficas.
- Producción y colocación de anuncios espectaculares.
- Establecimiento de Calendario de visitas guiadas a la Universidad, es decir, nuestras instalaciones.
- Adaptación constante de materiales promocionales y vehículos promocionales conforme a fechas, necesidades y mercado destino.

## 6. METAS

1. Cubrir Instituciones de Educación Media Superior de al menos 30 municipios del estado de Chiapas.
2. Asistir a 16 ferias profesiográficas
3. Alcanzar el registro de 1000 candidatos

## 7. ACCIONES

- Primeramente, la integración de un comité de promoción conformado por un docente o laboratoristas de cada división que cuenten con las características que permitan desarrollar la actividad de promoción de manera agradable y convincente, liderazgo, conocimiento, experiencia, manejo de equipo, facilidad de palabra, imagen.
- Dicho equipo de trabajo recibirá una capacitación por parte del equipo del Departamento de Prensa y Difusión con respecto a la información de cada División de Carrera y las carreras que las integran, además de información general de la institución, tales como: duración de las carreras, niveles educativos, perfil de ingreso, campo laboral, gestión de becas y servicios estudiantiles, entre otros.
- La Subdirección de Difusión y Divulgación en conjunto con el Departamento de Control Escolar determinarán las rutas a cubrir con visitas directas a planteles por parte de los promotores previo análisis de los lugares que más candidatos nos han aportado históricamente con la finalidad de que cada promotor cubra estas visitas aprovechando las fortalezas del área de la que provienen, con la intención de alcanzar un mayor impacto en los posibles aspirantes.
- El Departamento de Prensa y Difusión genera los diseños y la maquila de los diferentes vehículos promocionales, elabora los diseños y gestiona la compra del material necesario para la producción: vinil, lona, microperforado, tintas para el plotter.
- El Departamento de Prensa y Difusión genera los spots de audio y video para la difusión de la oferta educativa y en coordinación con la alta dirección se determinan los medios de comunicación masivos y redes sociales a utilizar para las actividades de promoción: redes sociales, perifoneo, televisión, radio o prensa impresa para establecer contratos por periodos.

- Se integran paquetes de material promocional para los promotores a fin de entregarlos y colocarlos en diversos puntos de los municipios y localidades que se visitan.
- Se establece una agenda de asistencia a Ferias profesiográficas en completa comunicación con los departamentos de Vinculación de Cecytech y Cobach, quienes comparten la programación de Ferias Profesiográficas de sus distintos planteles, asimismo algunos Gobiernos Municipales y federales, que organizan eventos que aportan ferias vocacionales a las que se asistirá con el grupo de promotores y montar una exposición y demostración de los equipos de cada División.
- Con el apoyo de personal de Mantenimiento institucional de la Universidad se colocan estratégicamente anuncios espectaculares en la ciudad de Ocosingo y en zonas aledañas de mayor alcance a la sede.
- El Departamento de Prensa y Difusión en coordinación los orientadores vocacionales de planteles de la región establecen un calendario de visitas guiadas a la Universidad en donde participan las Divisiones de Carrera proporcionando recorridos, demostraciones, pláticas y talleres a los alumnos de bachillerato a fin de brindar mayor información de las carreras que se ofrecen.
- El material promocional puede recibir modificaciones en sus diseños y requerir maquila constante derivado de las características propias del mercado según la región y fechas.
- Estas actividades se realizarán constantemente desde el mes de enero hasta el mes de agosto, y posteriormente hasta diciembre con la finalidad de mantener vigente la imagen de la institución y el posicionamiento de la marca.

## 8. POBLACIÓN BENEFICIADA

Con este proyecto se pretende beneficiar a todos los estudiantes que egresan de instituciones de educación media superior de la zona de influencia en un primer alcance, posteriormente de todo el estado, siendo solo un porcentaje de ellos, los afortunados para ingresar como nuevos alumnos a nuestra institución, esperando en el 2019 al menos a mil nuevos alumnos directamente.

Además, no se puede omitir el hecho de que la captación de nuevos alumnos incide directamente en el presupuesto asignado a la institución al año siguiente, recurso que permite mantener la plantilla laboral actual sin modificaciones, beneficiando a un total al menos de 300 trabajadores con sus respectivas familias.

## 9. DESCRIPCION DEL PROYECTO

Para las Instituciones de Educación Superior, los estudiantes son la razón de ser de la actividad diaria de las mismas y la Promoción de la Oferta Educativa es la actividad que va a redituar en la captación de jóvenes egresados de las distintas Instituciones de Educación Media Superior del Estado.

Existe competencia entre las diferentes Universidades e Institutos de Educación Superior tanto Públicos como Privados en el proceso de captar estudiantes, y éste es el caso que justifica que la Universidad Tecnológica de la Selva deba realizar la Promoción de sus carreras para hacer llegar la información correspondiente a la mayor cantidad de estudiantes con la finalidad de cumplir con dos compromisos sustanciales: el compromiso social de Gobierno del Estado y Gobierno Federal acorde a sus Planes de Desarrollo para el beneficio de la sociedad mediante la oferta de educación para todos y la operatividad de la Institución como organismo

que promueva el desarrollo de la región y el estado mediante la preparación de mejores profesionistas que impulsen el crecimiento de la sociedad.

A través de diferentes estrategias previamente pensadas y valoradas, se diseña la campaña de promoción idónea que permita captar o al menos mantener la cantidad de nuevos alumnos en la institución para cumplir los objetivos de creación y razón de ser de nuestra universidad y por lo tanto, mantener la plantilla laboral y crecimiento de la UTSelva.

Este proyecto genera acciones a lo largo de todo el año, manteniendo mayor intensidad en el primer semestre que es el período de captación y convencimiento de alumnos que egresan de las instituciones de educación media.

No dudamos del apoyo que las diferentes instancias nos ofrecerán poniendo en primer lugar el beneficio de nuestra sociedad y de la institución para continuar aportando al desarrollo de nuestra región, estado y país.

## 10. PERIODO DE EJECUCIÓN

De enero a diciembre de 2019.

## 11. ORIGEN DEL RECURSO

Los recursos que se están considerando para este proyecto provienen del Programa Operativo Anual asignado para la Subdirección de Difusión y Divulgación.

## 12. COSTOS

No.	CONCEPTO	IMPORTE
1	COMBUSTIBLE, VEHÍCULO SERVICIO ADTVO.	\$ 70,000.00
2	PASAJES TERRESTRES NACIONALES PARA SERVIDORES PÚBLICOS	\$ 3,000.00
3	VIÁTICOS NACIONALES PARA SERVIDORES PÚBLICOS	\$ 94,000.00
4	OTROS IMPUESTOS Y DERECHOS	\$ 3,000.00
5	UNIDAD ACADÉMICA RAYÓN	\$ 40,000.00
6	UNIDAD ACADÉMICA BENEMÉRITO DE LAS AMÉRICAS	\$ 20,000.00
7	UNIDAD ACADÉMICA CRUCERO SAN JAVIER	\$ 20,000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 250,000.00</b>

Tabla 1.- Recursos solicitados para la campaña de promoción 2019

Cabe hacer mención de que, en 2018, al igual que el 2017, la maquila del material promocional se realizó en nuestras propias instalaciones, con recursos y equipo propio del departamento de Prensa y Difusión.

El diseño, impresión, cortado y doblado de tabloides, posters, lonas, volantes. Los suvenires y las carpetas se compraron con proveedores externos dado que son

materiales más especializados para los cuales no tenemos el equipo ni la capacidad técnica ni operativa para producción.

Sin embargo, esta actividad permite aprovechar más los recursos otorgados, al evitar el desperdicio y adecuar los contenidos de los vehículos promocionales al público según las temporadas, sectores y regiones a donde se aplicaban como parte de la actividad de promoción, beneficiando también al tema económico.

## Propuesta económica

Con base en el análisis de los gastos ejercidos para la promoción en el 2018 desglosamos la siguiente tabla con los recursos solicitados para continuar realizando las actividades de promoción que nos han presentado buenos resultados en la captación de alumnos.

PARTIDA	DESCRIPCION	TOTAL ANUAL
<b>C2000</b>		
26103	COMBUSTIBLE, VEHÍCULO SERVICIO ADTVO.	\$ 70,000.00
	Subtotal	\$ <b>70,000.00</b>
<b>C3000</b>		
37204	PASAJES TERRESTRES NACIONALES PARA SERVIDORES PÚBLICOS	\$ 3,000.00
37504	VIÁTICOS NACIONALES PARA SERVIDORES PÚBLICOS	\$ 94,000.00
39202	OTROS IMPUESTOS Y DERECHOS	\$ 3,000.00
	Subtotal	\$ <b>100,000.00</b>
	<b>3 UNIDADES ACADÉMICAS</b>	\$ <b>80,000.00</b>
	<b>TOTAL</b>	\$ <b>250,000.00</b>

Tabla 1.- Recursos solicitados para la campaña de promoción 2019

<b>Partida</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Total</b>
26103	\$3,499.80	\$52,499.00	\$11,668.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$1,166.60	\$1,166.60	\$70,000.00
<b>Total C2000</b>	<b>\$3,499.80</b>	<b>\$52,499.00</b>	<b>\$11,668.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$1,166.60</b>	<b>\$1,166.60</b>					
37504	\$4,510.00	\$70,650.00	\$15,700.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$1,570.00	\$1,570.00	\$94,000.00
37204	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$3,000.00
39202	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$3,000.00
<b>Total C3000</b>	<b>\$6,510.00</b>	<b>\$72,650.00</b>	<b>\$17,700.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,570.00</b>	<b>\$1,570.00</b>	<b>\$170,000.00</b>
<b>Total X mes</b>	<b>\$10,009.80</b>	<b>\$125,149.00</b>	<b>\$29,368.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$2,736.60</b>	<b>\$2,736.60</b>	

### Actividades proyectadas

	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ferías profesiográficas	3	12	5	3	0	0	0	0	1	1	0	25
Visitas a planteles	0	30	3	2	0	0	0	0	0	0	0	35

### Estimado aproximado

Visitas	Viáticos	Combustible	Total
Ferías 25 (x2 promotores)	\$1,570.00	\$1,166.00	\$68,415
Visitas 35	\$1,570.00	\$1,166.00	\$95,768