

**Cultura de Paz**  
**(Producto Integrador de Aprendizaje)**

Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Cultura De La Paz

Nombre del proyecto: Inteligencia de Mercados

Programa educativo: Licenciado en Tecnologías de información

Semestre: 1      Grupo: 11

Nombre del maestro: Elda Aurora Aranda Contreras

Nombre del estudiante:

Almazán Meza Jose María – 1896805

Ávila Martínez Diego – 1925396

Chávez Mata Ricardo - 1901358

Cortez Castro Eliud - 1904452

Reyna Uresti Isaac - 1923148

# INDICE

Índice.....	2
Introducción.....	3
Objetivo de la propuesta.....	4
Plan de acción.....	5
Resultado.....	7
Referencias.....	8

# INTRODUCCION

En esta actividad se presentará el producto integrador de aprendizaje de la materia cultura de paz en la cual se planteará y llevará acabo una propuesta de difusión sobre la cultura de paz tanto en la universidad autónoma de nuevo león como en la sociedad local, teniendo en cuenta la situación en la que nos encontramos hoy.

Se mostrará la ejecución de una estrategia adecuada en la cual no tenemos que acudir en persona a las instalaciones de la universidad, mediante las redes sociales de la universidad, se realizarán varias publicaciones en las cuales se incita a la sociedad a reflexionar sobre la conciencia ambiental con ayuda de la cultura de la paz con mensajes positivos y motivacionales, tomando en cuenta a los comentarios de las personas que se tomen el tiempo de aportar en las actividades que se hayan hecho o que se propongan a hacer.

Se realizarán diferentes tipos de actividades aparte de las mencionadas, con las cuales se tratará de llegar a más personas y así llevar la difusión de la paz más allá de la universidad.

# OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Para este trabajo de difusión hemos decidido abarcar la propuesta de los Clubes Ecológicos, esto debido a que creemos que la importancia del medio ambiente no esta tan representada como debería a día de hoy, ya que sorprendentemente aunque el medio ambiente sea algo indispensable para la vida de las personas, animales y en general cualquier ser vivo no solo se sigue dañando y contaminando día a día el medio ambiente sino que no se le suele dar mucha importancia a la forma de como generar el cambio.

Nuestro objetivo con todo esto es el de dar a conocer la propuesta de los Clubes Ecológicos tanto a personas dentro de la Universidad Autónoma de Nuevo León como a personas que no tengan nada que ver con la universidad, promocionando y publicitando dichos Clubes de distintas maneras para de este modo alcanzar el mayor público que podamos y después poder dar a conocer las actividades realizadas por los distintos Clubs de Ecología y así mismo el poder invitar a unirse a toda aquella persona que esté interesada a formar parte de dichos clubes.

# PLAN DE ACCIÓN

Fecha	Acción
18/03/2021	Llevar a cabo una campaña en las redes sociales principales de la Universidad Autónoma de Nuevo León que vendrían siendo Facebook, en la cual cuentan con 342,169 seguidores, e Instagram, en la cual cuentan con 39,800 seguidores, a fecha de elaboración de este proyecto. Dicha campaña consistirá en subir una foto y un video a cada red social previamente mencionada durante un plazo de dos meses con una frecuencia de una vez por semana, el contenido de dicho material ser referente a que la comunidad de la Universidad Autónoma de Nuevo León forme parte de los clubes ecológicos para impulsar espacios verdes.
07/04/2021	En esta segunda acción lo que haremos será colocar publicidad dentro del metro de la ciudad de Monterrey, tanto en la línea 1 como en la línea 2, esto con la finalidad de llegar a más personas y no solo los que tienen acceso a las redes sociales de la UANL, pensamos poner anuncios en la estación Cuauhtémoc del metro ya que es la estación que une la línea 1 y 2 y por ello es una de las concurridas, además pensamos colocar en anuncios en las estaciones Aztlán y Eloy Cavazos de la línea 1 y en las estaciones Tapia y Padre Mier de la línea 2, esto con el objetivo de que llegue a la mayor cantidad de personas posibles.
21/04/2020	Como tercer actividad lo que tenemos pensado es realizar una estrategia de cambaceo dentro de las instalaciones del Parque Fundidora en la Ciudad de Monterrey, decidimos utilizar esta locación ya que es un lugar muy visitado en la ciudad y pensamos que la gente que se encuentre dentro de sus instalaciones podría interesarse por los clubes ecológicos de la UANL, en esta estrategia vamos a repartir volantes con información detallada de cada uno de los clubes ecológicos y a su vez reclutaremos los datos de las personas que quieran sumarse a las filas de los clubes.

02/05/2021	<p>En nuestra cuarta acción lo que haremos será aprovechar el impacto que tienen los equipos de futbol locales en la población del estado y para ello lo que haremos será que durante las transmisiones en las televisoras locales de los partidos tanto del Equipo de Rayados del Monterrey como de los Tigres de la Universidad Autónoma de Nuevo León, los comentaristas deportivos invitaran a la audiencia a formar parte de los clubes ecológicos de la UANL, esto sería minutos antes del inicio del partido y también antes de llegar al final del primer tiempo del partido, decidimos estos momentos ya que los consideramos como los momentos en donde más espectadores llegan a tener y de esta forma poder llegar a más personas.</p>
11/05/2021	<p>La quinta acción que haremos para promover los clubes ecológicos de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en este quinto punto haremos un Giveaway utilizando el alcance de las redes sociales de la UANL, lo que haremos será colocar una foto en cada red social (Facebook e Instagram) y la dinámica será la siguiente: deberán de darle «me gusta» a las páginas de los clubes ecológicos, deberán darle «me gusta» a la publicación original y deberán de etiquetar a 3 amigos. El premio de los Giveaway será una camiseta ya sea del equipo de Tigres o Rayados dependiendo de los gustos del ganador y además esta será autografiada por algún jugador del equipo, en cada red social habrá 3 ganadores, dándonos un total de 6 ganadores. Los ganadores serán escogidos el día 18 de mayo que será el final de esta campaña de difusión.</p>
18/05/2021	<p>Como sexta y última acción lo que tenemos pensado es realizar una conferencia de manera virtual mediante las plataformas de Teams y la página oficial de Facebook de la UANL y en esta conferencia contaremos con gente especializada en el tema de ecología y para motivar a la población estudiantil a acudir a la conferencia y a formar parte de ella, se contara como una Actividad de Formación Integral (AFI). Con esta última acción se dará por concluida las propuestas de difusión para los clubes de ecología de la Universidad Autónoma de Nuevo León.</p>

# RESULTADOS

Con todo lo planeado y todas las propuestas que presentamos nuestros resultados esperados son sobre todo el crecimiento y el apoyo hacia el Club de Ecología, haciendo que una buena cantidad de gente este genuinamente interesada en apoyar dicho club y así mismo también se una a ello. Ya hablando más a detalle y lo que respecta a este proyecto tenemos distintas metas a alcanzar, sin embargo las que consideramos más importantes son:

-El crecimiento del interés en la comunidad universitaria; con nuestra primera actividad que es la promoción semanal en las cuentas oficiales de la UANL (tanto Instagram con un total 39K de seguidores y Facebook con un total de 342K de seguidores) nos esperamos que logremos alcanzar de un 1% a un 5% (aproximadamente una media de entre 3,500 a 17,500 personas) de nuevo seguimiento universitario en los Clubs de Ecología a lo largo de lo que dure esa campaña. Además de alentar a muchos universitarios a mínimo difundir nuestras campañas con la estrategia del Giveaway, dando promoción a personas que tal vez no se veían tan interesadas en las campañas, aumentando así nuestro posible alcance. Y por último nuestra conferencia, la cual se espera que pueda contar como actividad AFI, haciendo que nuestras posibilidades de atraer publico universitario aumenten.

-El crecimiento por parte de personas ajenas; debido a que no tenemos un número exacto con el que se pueda calcular cifras de personas nuevas no podemos poner porcentaje, pero con las campañas de publicidad las distintas zonas estratégicas de las estaciones de metro, el repartir volantes e invitar a las personas en el fundidora a informarse y unirse a los clubs de ecología, y la publicidad en los partidos de futbol, esperamos como mínimo el tener un alcance igual o incluso mayor que el de la propia universidad.

-El apoyo de terceros; muchas de estas propuestas son muy ambiciosas y por lo tanto costosas, es por eso que esperamos el poder contar con el apoyo de distintos terceros para varias de nuestras propuestas. Tenemos a la Universidad Autónoma de Nuevo León, la que esperamos que nos brinde el apoyo tanto para poder usar sus redes sociales como medio publicitario como para poder apoyarnos con el tema de la conferencia y las AFI. También esperamos poder contar con el apoyo de Metrorrey para poder colocar distintos carteles publicitarios en varias de sus estaciones. Y también con el apoyo de distintos expertos en el tema de la ciencia y la ecología que nos pueda apoyar con nuestra conferencia, para así poder hacer aún más interesante e informativa dicha conferencia.

# REFERENCIAS

<https://puntou.uanl.mx/noti-u/clubes-ecologicos-promueven-conciencia-ambiental/>

por: Guillermo Jaramillo