



Plan Estratégico

Nombre de la Compañía	Fecha
Centro Universitario UAEM Zumpango, Universidad Autónoma del Estado de México	21 de octubre de 2025
Creado Por	Periodo de Tiempo
Brayan Cruz Hernández	Octubre – Diciembre

Resumen Ejecutivo	<p>El proyecto tiene como finalidad mejorar la comunicación del proceso de baja de materias dirigido a los estudiantes de primer semestre de Ingeniería en Computación del C.U. Zumpango. Se busca eliminar el desconocimiento y la confusión actual mediante una campaña informativa clara, accesible y oportuna.</p> <p>Se desarrollará un sistema de información digital centralizado y se implementarán recordatorios automáticos por correo institucional, junto con materiales de difusión visual (carteles, infografías y videos).</p> <p>El éxito del proyecto se medirá por la reducción del número de estudiantes que desconocen las fechas y procedimientos de baja de materias, así como por el incremento en la consulta de los materiales informativos.</p>
-------------------	---

Declaración de Visión	Ser una institución que brinde a sus estudiantes herramientas informativas claras y accesibles, promoviendo una comunicación eficiente que apoye el desempeño académico y la toma de decisiones informadas.
-----------------------	---

Declaración de Misión	Diseñar e implementar estrategias de comunicación efectivas y tecnológicamente accesibles que garanticen que los estudiantes conozcan y comprendan los procesos administrativos, fortaleciendo la transparencia y la orientación institucional.
-----------------------	---

Análisis FODA

Factores Externos	Oportunidades	Factores Internos	Amenazas
La Visión y Misión del C.U. Zumpango apoyan la "comunicación eficiente", lo que facilita conseguir apoyo de directivos.	La Visión y Misión de la institución apoya la "comunicación eficiente", lo que facilita obtener apoyo administrativo.	El proyecto soluciona un problema real y validado (desconocimiento y confusión).	Los estudiantes reciben una gran cantidad de información; existe el riesgo de que los correos y avisos sean ignorados.
Los estudiantes de nuevo ingreso suelen estar más abiertos a recibir orientación y usar canales oficiales.	Los estudiantes de primer semestre suelen estar más receptivos a la orientación y a los canales oficiales.	Se planea usar un sistema digital, correo institucional y material visual (carteles, videos).	A pesar de tener la información disponible, algunos estudiantes pueden optar por no consultarla proactivamente.
Al ser un proyecto solo para el C.U. Zumpango, es más fácil de implementar y controlar que si fuera para toda la UAEM.	El proyecto planea usar el "correo institucional", aprovechando una infraestructura oficial ya existente.	Se definieron indicadores claros para medir si el proyecto funciona.	Las fechas, requisitos o el procedimiento de baja pueden cambiar por decisiones de la administración central (UAEM), dejando obsoletos los materiales.

Objetivos de Negocio	Indicador de éxito	Plazo
Reducir el desconocimiento del proceso de baja de materias entre alumnos de primer semestre.	80% de estudiantes informados.	Antes del cierre del semestre.
Implementar un sistema de recordatorios automáticos por correo institucional.	100% de correos funcionales antes del lanzamiento.	Noviembre 2025.



Crear y difundir materiales visuales (carteles, videos, infografías) en medios físicos y digitales.	3 materiales aprobados y publicados.	Noviembre 2025.
Extender el modelo de comunicación a otras licenciaturas.	Implementación en 1 programa adicional.	Diciembre 2025.

Plan de Marketing	<p>La campaña de difusión se centrará en medios digitales institucionales y materiales visuales físicos dentro del campus.</p> <ul style="list-style-type: none">• Canales: Correo institucional, redes sociales oficiales, carteles y posters con código QR.• Estrategias:<ul style="list-style-type: none">○ Lanzamiento de campaña al inicio del semestre.○ Recordatorios programados antes de cada fecha límite.○ Publicación de videos informativos breves y mensajes motivacionales.• KPIs (Indicadores Clave):<ul style="list-style-type: none">○ Porcentaje de correos abiertos.○ Número de visitas a las redes sociales.○ Porcentaje de alumnos que declaran conocer el proceso.
-------------------	--

Plan Operativo	<p>Obtener el 100% de la información oficial y actualizada sobre el proceso de baja de materias (fechas, formatos, procedimientos exactos, contactos).</p> <p>Redactar textos claros (formato FAQ, "paso a paso") y producir los materiales visuales (infografías, guion y edición del video explicativo).</p> <p>Diseñar e imprimir los carteles y materiales físicos para su colocación en el campus.</p> <p>Preparar las plantillas y configurar la secuencia de recordatorios automáticos en la plataforma de correo institucional.</p> <p>Colocar los carteles e infografías en puntos estratégicos y de alta visibilidad (Coordinación, Control Escolar, laboratorios, biblioteca).</p> <p>Recolectar y analizar los datos de visitas al sistema, tasas de apertura de correos y resultados de la encuesta de satisfacción.</p>
----------------	---



	Elaborar un reporte de resultados y un manual de operaciones para que la Coordinación pueda replicar y actualizar la campaña el próximo semestre.
--	---

Finanzas Proyecciones	<p>El rendimiento de este proyecto es la optimización de recursos y la mitigación de riesgos académicos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ahorro de Horas-Hombre (Eficiencia Administrativa): Reducción significativa del tiempo que el personal de Control Escolar y Coordinación invierte en responder preguntas repetitivas sobre fechas y procesos de baja. Este tiempo se puede reasignar a tareas de mayor valor.2. Reducción de Costos Académicos (Eficiencia Estudiantil): Disminución del número de estudiantes que reprueban o tienen que recursar materias por no haber realizado el proceso de baja a tiempo. Esto se traduce en un menor costo de oportunidad para el estudiante y un uso más eficiente de los cupos y recursos docentes para la universidad.3. Mejora de la Retención (Valor a Largo Plazo): Al reducir la confusión y la frustración administrativa en el primer semestre, se contribuye a una mejor adaptación del estudiante, impactando positivamente en las tasas de retención estudiantil. <p>Para implementar el plan de acción, se necesitarán los siguientes recursos. La mayoría son de capital humano y técnico, con un costo financiero directo mínimo. Recursos Humanos:</p> <p>Equipo de Proyecto (Estudiantes): Horas de desarrollo, diseño gráfico, creación de contenido (videos, textos) y gestión del proyecto. (Costo: \$0, aportado como parte del proyecto académico).</p> <p>Software de Diseño/Edición: Uso de software <i>open-source</i> o planes educativos/gratuitos (ej. Canva, Figma, DaVinci Resolve). (Costo: \$0).</p> <p>Plataforma de Correo: Uso del sistema de correo institucional existente. (Costo: \$0).</p> <p>Recursos Financieros (Costos Directos)</p> <p>Impresión de Materiales Físicos: El único costo monetario directo. Se requiere un pequeño presupuesto para la impresión a color de carteles e infografías. (Costo: Estimar cotización).</p>
------------------------------	--

Equipo



Nombre	Cargo/Rol	Departamento
Brayan Cruz Hernández	Gerente del proyecto	Tecnologías
Jorge Bautista López	Patrocinador	Coordinación de Ingeniería en Computación
Janeth Nataly Leonel Serrano	Diseño Gráfico y Visual	Área de Diseño
Jonathan Suriel Ruiz Rodríguez	Comunicación y Difusión	Comunicación
Zatdiel Yael Romo Rivero	Coordinación Técnica	Tecnologías
Responsabilidades principales		
<ul style="list-style-type: none">Gerente del proyecto: Planificación, supervisión y aprobación de entregables.Patrocinador: Validación institucional y aprobación final de contenidos.Diseño: Creación de materiales visuales.Comunicación: Redacción y distribución de mensajes y publicaciones.Tecnologías: Soporte técnico del micrositio y sistema de correos.		