



**Universidad de Palermo**  
**Master en Dirección de Empresas**

**Trabajo Final de Maestría para optar al grado de Máster de la  
Universidad de Palermo en Dirección de Empresas**

***PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO DE LA SUB DIRECCIÓN DE  
RELACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES Y PLAN DE  
COMUNICACIÓN PARA DIFUNDIR LA MOVILIDAD ESTUDIANTIL  
INTERNACIONAL ENTRE LOS ESTUDIANTES DE UNA  
UNIVERSIDAD PRIVADA, DE LIMA, PERÚ***

**Tesista: Bach. José Luis Ponce Cortez**

**e-mail: [jose21288@gmail.com](mailto:jose21288@gmail.com) - WhatsApp: +(51) 951515992**

**Perfil de LinkedIn: [www.linkedin.com/in/joseluis-ponce/](http://www.linkedin.com/in/joseluis-ponce/)**

**Legajo: 0119179**

**Director de tesis: Mg. Roxana Celle**

**(06/06/2022) - Buenos Aires, Argentina**

# TABLA DE CONTENIDOS

## **INTRODUCCION**

Justificación

Objetivo general

Objetivos específicos

Hipótesis

Metodología de investigación

## **CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO**

- Plan de comunicación
- Endomárketing
- Marketing Educativo
- FODA

## **CAPÍTULO 2: EL SECTOR Y LA INSTITUCIÓN**

### 2.1 El sector

- Introducción
- Movilidad académica actual
- Competidores en la zona
- Resultados esperados
- Propuesta de valor
- Postulados
- Becas de subvención
- Situación económica de estudiantes

### 2.2 La sub dirección de relaciones nacionales e internacionales

- Situación actual
- Análisis del macroentorno
- Análisis del microentorno
- Matriz FODA

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

- Justificación de la investigación

- Problema de investigación
- Objetivo general de la investigación
- Objetivos específicos
- Diseño de la investigación
- Desarrollo de la metodología
- Cálculo de la muestra

## **CAPÍTULO 4: RESULTADOS**

## **CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- Conclusiones
- Recomendaciones

## **CAPÍTULO 6: PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO Y PLAN DE COMUNICACIÓN**

### **6.1 Plan de trabajo**

- Alcance
- Términos y definiciones
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- Estrategias y actividades
- Cronograma por estrategias y actividades
- Matriz de entregables por estrategias y actividades
- Presupuesto por estrategias y actividades
- Riesgos por estrategias y actividades
- Oportunidades por estrategias y actividades

### **6.2 Plan de comunicación**

- Acciones
- Target | Segmentación de estudiantes por avance curricular
- Seguimiento del plan
- Proyección de resultados
- KPI's

**BIBLIOGRAFÍA**  
**ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

### **Justificación**

El presente trabajo se elabora en base a una universidad peruana fundada en el año 1997. Esta institución de educación superior en el semestre 2022-1 (momento en que inicia la presente investigación) registra un total 23159 estudiantes matriculados en sus 16 carreras profesionales; además, entre maestrías y segundas especialidades, tiene 14 programas de estudio en postgrado.

En la actualidad, las instituciones de educación superior buscan ofrecer oportunidades que ayuden a potenciar el logro de competencias del perfil de egreso de los estudiantes y el fortalecimiento de las capacidades y competencias de sus docentes, investigadores y plana administrativa; a través del intercambio de experiencias, ya sea en el ámbito nacional o internacional.

Por tal motivo, esta universidad celebra continuamente convenios con instituciones académicas o de investigación, los cuales permiten el desplazamiento presencial o remoto de estudiantes, docentes, investigadores o administrativos, para participar en cursos de asignaturas, cursos cortos, rotaciones, pasantías, investigaciones, asistencia a eventos, doble titulación, voluntariado internacional, entre otros.

A pesar de los 25 años de funcionamiento de la universidad, los resultados en cuanto a la Movilidad Estudiantil Internacional no han sido exitosos; por ello, desde noviembre del 2021 se creó la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, oficina dedicada exclusivamente a generar prestigio y buen relacionamiento para la universidad, y para fomentar movilidad académica.

En base a esta situación, la presente investigación busca responder cuanta información tienen los estudiantes de la universidad sobre las oportunidades de internacionalización, cuáles fueron las razones de los pobres resultados anteriores, y conocer cuáles son las mejores estrategias para comunicar estas oportunidades a los estudiantes en la actualidad; todo en base a investigación cuantitativa.

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

Desarrollar un plan de trabajo de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales y un plan de comunicación para difundir la movilidad estudiantil internacional entre los estudiantes de la universidad, de Lima, Perú.

### **Objetivos específicos:**

- Definir el segmento de estudiantes, de acuerdo con su avance curricular.
- Reconocer la importancia de los programas de becas para movilidad estudiantil.
- Identificar los medios idóneos a utilizar para el plan de comunicación.

### **Hipótesis:**

La falta de un plan de comunicación sobre los procesos de movilidad estudiantil internacional en la universidad, de Lima, Perú, no ha permitido que los estudiantes conozcan y postulen a este tipo de experiencias internacionales.

### **Diseño metodológico y marco teórico**

La presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo. En cuanto a su alcance, busca ser una investigación exploratoria y descriptiva. La técnica de recolección de datos a utilizar será, por un lado, una encuesta dirigida a los directores de las escuelas profesionales de la universidad, con la finalidad de conocer las percepciones y resultados esperados en cuanto a los programas de movilidad estudiantil internacional; por otro lado, se desarrollará otra encuesta dirigida a los estudiantes de la universidad, en donde se busca conocer cuanto conocimiento han tenido previamente sobre las oportunidades de internacionalización brindadas por la universidad, conocer sus intenciones y posibilidades para participar de este tipo de experiencias, e identificar cuáles son los medios idóneos utilizados por los estudiantes para difundirles la información sobre estas oportunidades.

## CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

El presente trabajo de investigación se sustenta bajo la identificación de tres conceptos o variables, cuyas referencias y valoraciones han sido anteriormente consideradas por otros autores en otros trabajos académicos y/o de investigación.

### 1.1 Plan de comunicación

#### Definición

Según Tavares (2010), nos define a un plan de comunicación con estas palabras:

Proceso por el cual objetivos, metas, estrategias de comunicación, planes de acción, control y evaluación e inversión optimizan el negocio del cliente. Es la conformación de objetivos y metas, el desarrollo de estrategias de comunicación, evaluadas a través de procesos e indicadores, presupuestadas de acuerdo con las necesidades y posibilidades de cada negocio. (p. 140).

Según García Sanz (s.f.), un plan de comunicación de una empresa es el “documento o la hoja de ruta que nos servirá para planificar todas las acciones comunicativas de una empresa y reforzará al plan de social media marketing.” (párr. 5)

### 1.2 Endomárketing

#### Definición

Según Bekin (1995) “el endomárketing consiste en acciones de marketing dirigidas al público interno de la empresa, con el objetivo de promover valores encaminados al servicio del cliente entre sus empleados y departamentos.” (p. 2).

Según Regalado et al. (2011) el endomárketing es “el conjunto de estrategias y acciones propias del márketing que se planean y ejecutan al interior de las organizaciones con la finalidad de

incentivar en los trabajadores, o clientes internos, actitudes que eleven la satisfacción de los clientes externos y, con ello, contribuyan a crear valor para la empresa”. (p. 9).

Es importante mencionar que en muchas publicaciones el endomarketing está referenciado como marketing interno o mercadeo interno, el cual tiene estrecho relacionamiento con la organización y el compromiso que esta mantiene con todas sus partes interesadas dentro de ella.

### 1.3 Marketing Educativo

#### Definición

Larios-Gómez (2014), nos dice que la mercadotecnia educativa es “la herramienta estratégica de la gestión, que ejecutan las instituciones de educación (de todos los niveles o grados escolares) y que permite satisfacer necesidades de desarrollo personal para la adquisición de nuevo conocimiento, a través de la comercialización (intercambio y venta) de un servicio, de forma directa o indirecta (presencial o virtual)” (p. 15).

### 1.4 FODA

#### Definición

El acrónimo FODA es aquel cuyas siglas se desglosan en las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; y estas componen una matriz y/o análisis que permiten analizar habilidades y capacidades de una empresa u organización.

Según Ponce (2006), la matriz FODA es un “instrumento viable para realizar análisis organizacional, en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas” (p. 2).

Teniendo en cuenta las variables mencionadas, se estima la hipótesis de que uno de los fines que tiene el marketing educativo para la presente investigación, es que, de acuerdo con las necesidades

de los estudiantes de la universidad investigada, hay un interés de parte de la población estudiantil en poder entablar actividades de internacionalización, tales como la movilidad académica internacional; las cuales les permitirían desarrollar un perfil de egreso más atractivo y con enfoque internacional. Por ello, se considera que dentro del marketing interno de la universidad se puede estar presentando limitaciones para su adecuada gestión, dando lugar a que no se están incorporando de manera idónea estrategias para la información de estas oportunidades, motivo por lo cual se busca implementar un plan de comunicación que con acciones y estrategias específicas, ayuden a aportar conocimiento de las diversas opciones que brinda la universidad, y que a su vez, este plan de comunicación tenga como objetivo el incremento de la cantidad de estudiantes que optan por aplicar y participar a programas de internacionalización.

## CAPÍTULO 2: EL SECTOR Y LA INSTITUCIÓN

### 2.1 El sector

#### Introducción

En los últimos años, las brechas de la educación en el Perú han ido disminuyendo de forma avanzada. Cada vez más, la proporción de la población que concluye de forma satisfactoria su formación básica secundaria ha aumentado, y lo mismo se ha dado con la población que ha ido adquiriendo estudios superiores. Esto despertó en su momento una demanda por servicios educativos de calidad, lo que vino acompañado por el auge de instituciones de educación superior que atiendan a distintas poblaciones del país de forma descentralizada.

Si bien la educación superior ha crecido de forma exponencial, es importante mencionar que esta es optativa para todas aquellas personas que deseen complementar su formación con estudios superiores profesionales, militares, técnicos o artísticos; siendo el único requerimiento básico el haber concluido satisfactoriamente sus estudios escolares secundarios.

En la actualidad, en el Perú hay 93 universidades entre públicas y privadas licenciadas por la SUNEDU – Superintendencia Nacional de Educación Universitaria, el cual es un organismo adscrito al Ministerio de Educación con autonomía técnica, funcional, administrativa, económica y financiera, y que tiene 17 funciones básicas que buscan, en resumen, garantizar la calidad de la educación superior en el país.

Desde su fundación en el año 2014, la SUNEDU ha denegado licenciamiento a 48 universidades, que no cumplían con las condiciones básicas de calidad, las cuales son un conjunto de estándares mínimos ya establecidos, con los que toda universidad peruana debe contar para obtener y renovar su licenciamiento para funcionar impartiendo programas de educación.

Parte importante de estos estándares establecidos, es todo lo relacionado a la internacionalización de la comunidad universitaria; es decir, de estudiantes, docentes, investigadores y administrativos;

todo esto con la finalidad de poder obtener beneficios que potencien su perfil profesional y formativo. Como el presente trabajo de investigación se basa en una universidad ya existente, es importante mencionar que dice la Matriz de Condiciones Básicas de Calidad para la Renovación-CBC-R de SUNEDU respecto a internacionalización. Por ello, todas las universidades, públicas o privadas licenciadas por la SUNEDU cuentan con un plan de internacionalización.

En la Condición 1, llamada “Gestión Estratégica y Soporte Institucional” de la mencionada matriz, nos habla de la propuesta formativa que tiene una universidad hacia la comunidad académica, científica y humanista, la cual cuenta con propósitos y fines institucionales, y que a través de un marco institucional tiene definido sus procesos y propósitos de acción; y, donde además cuentan con estrategias de vinculación con instituciones de educación superior nacionales e internacionales para poder lograr el cumplimiento de sus objetivos.

En el Componente 1.7, llamado “Redes Interinstitucionales” se explica que la finalidad de este es dotar a las universidades de condiciones que permitan el fortalecimiento del desarrollo institucional, a través de la colaboración y la asociación.

En el punto 9, dentro de este componente se menciona que las universidades deben de contar con políticas y planes de redes institucionales con pares de educación superior y otras instituciones afines, tanto de sector público y privado, nacional e internacional. Esto para garantizar oportunidades colaborativas que incentiven actividades académicas, de movilidad, investigación y actividades de responsabilidad social, de acuerdo con sus fines establecidos y estrategias planificadas.

En el punto 10, también dentro de este componente, se menciona que las universidades deben de contar con una política de internacionalización, con el objetivo de conseguir la colaboración con universidades extranjeras, para realizar actividades académicas, de investigación y actividades de responsabilidad social que los ayuden a cumplir con los fines establecidos y estrategias planificadas.

Además de la existencia de la SUNEDU, las universidades en el Perú se someten a evaluaciones de acreditadoras nacionales e internacionales. Una de las más importantes a nivel nacional es el SINEACE – Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa, la cual es una institución adscrita al Ministerio de Educación, y cuya finalidad es promover una cultura de evaluación continua y calidad educativa.

El SINEACE acredita y reconoce a todas aquellas instituciones educativas que cumplen con los estándares de calidad establecidos en su modelo de acreditación. Este busca asegurar la excelencia educativa a nivel nacional, y para conseguir este reconocimiento las instituciones son sometidas a una estricta evaluación, en donde se considera la calidad en la gestión pedagógica, institucional y administrativa. Además, el reconocimiento otorgado por SINEACE es a nombre del Estado.

En la “Matriz de Evaluación para la Acreditación del Programa de Estudios” del Modelo de Acreditación para Programas de Estudio de Educación Superior Universitaria del SINEACE encontramos que en la Dimensión 2, llamada “Formación Integral” se encuentra el factor 4 “Proceso de Enseñanza Aprendizaje”. En este factor se sitúa el estándar 13 titulado “Movilidad”, el cual nos dice que un programa de estudios debe hacer uso y mantener convenios con universidades nacionales e internacionales, que promuevan la movilidad de estudiantes, docentes y el intercambio de experiencias.

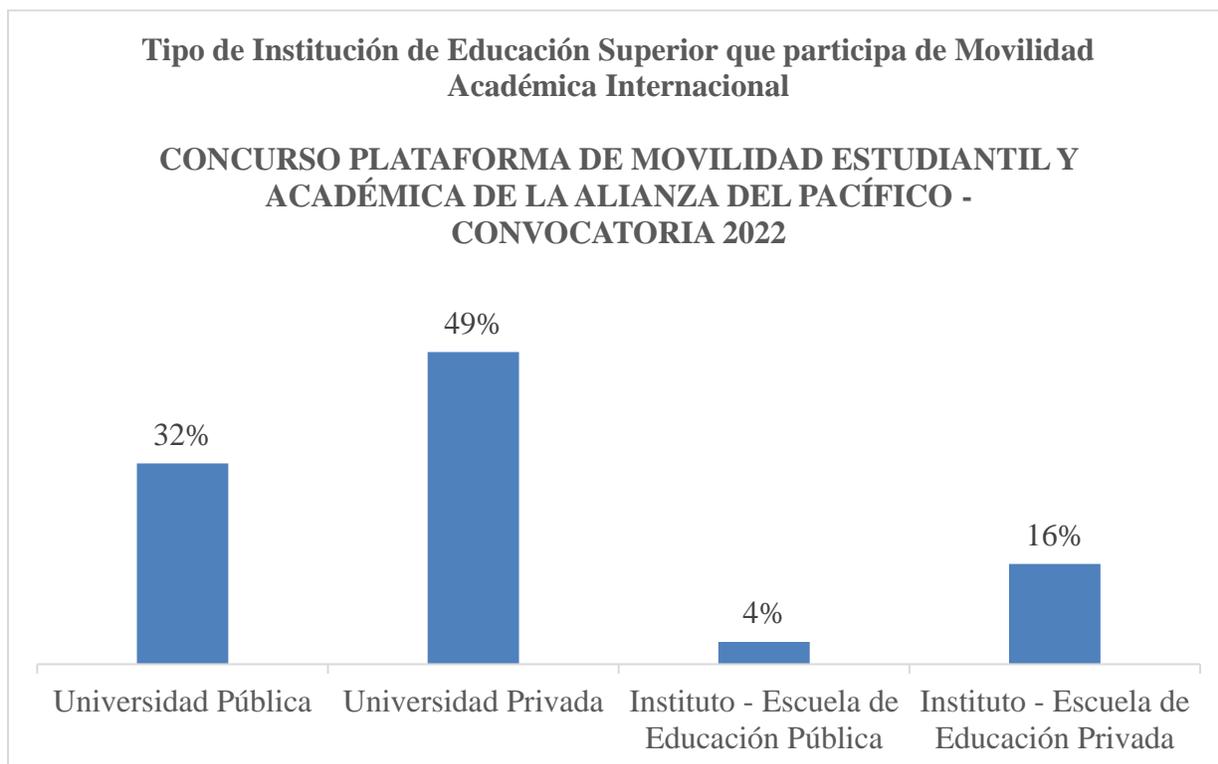
Dentro de los criterios de evaluación de este estándar, se indica que la movilidad orientada a estudiantes debe de contribuir al logro de competencias establecidas en sus perfiles de egreso, y que la movilidad para docentes debe de contribuir a fortalecer y desarrollar sus capacidades para la enseñanza.

Se concluye entonces, que la Movilidad Académica es el desplazamiento presencial o remoto de estudiantes, docentes, investigadores o administrativos hacia otra institución para realizar el fortalecimiento de capacidades y competencias, a través de cursos de asignaturas, cursos cortos, rotaciones, pasantías, investigaciones, asistencia a eventos, doble titulación, voluntariado, entre otros.

## **Movilidad académica actual**

Para tener un mayor entendimiento sobre la situación de como se viene desarrollando la movilidad académica estudiantil internacional en el país, este trabajo utilizará la última información disponible obtenida del “Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022” que en el Perú es gestionado por PRONABEC, cuyos cuadros se encuentran en los anexos 3 y 4.

En el primer cuadro que se presenta a continuación, se detalla los tipos de instituciones de educación superior que participan en la convocatoria al Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022; con esto tendremos un panorama más claro de las instituciones que promueven y participan más de las actividades de internacionalización, diferenciándolos por su gestión.

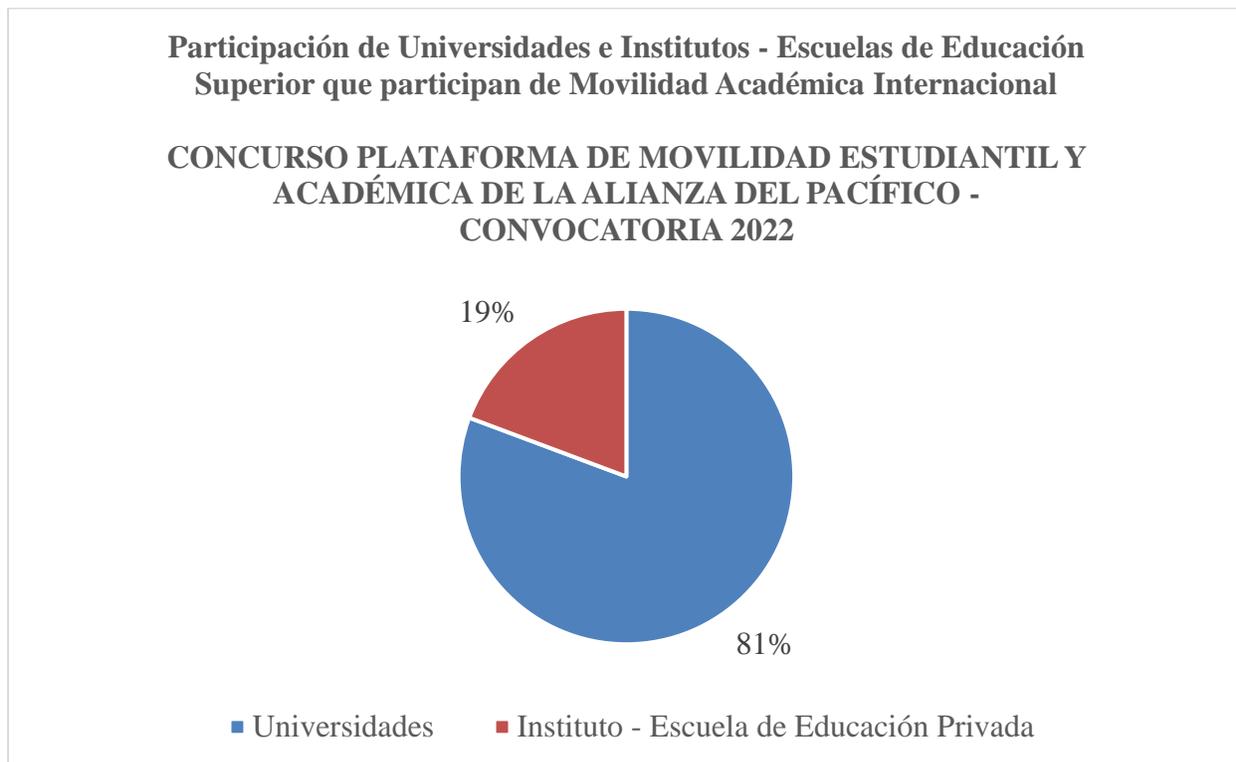


Elaboración propia

Como bien se observa en el primer cuadro presentado, se incluye tanto a universidades como a

institutos y escuelas de educación, tanto públicas como privadas en ambos casos. Para el Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022 participaron 57 instituciones. De estas 46 son universidades, de las 93 licenciadas por SUNEDU.

A continuación, se presenta un cuadro donde se observa la participación de universidades versus la participación de institutos y escuelas de educación.

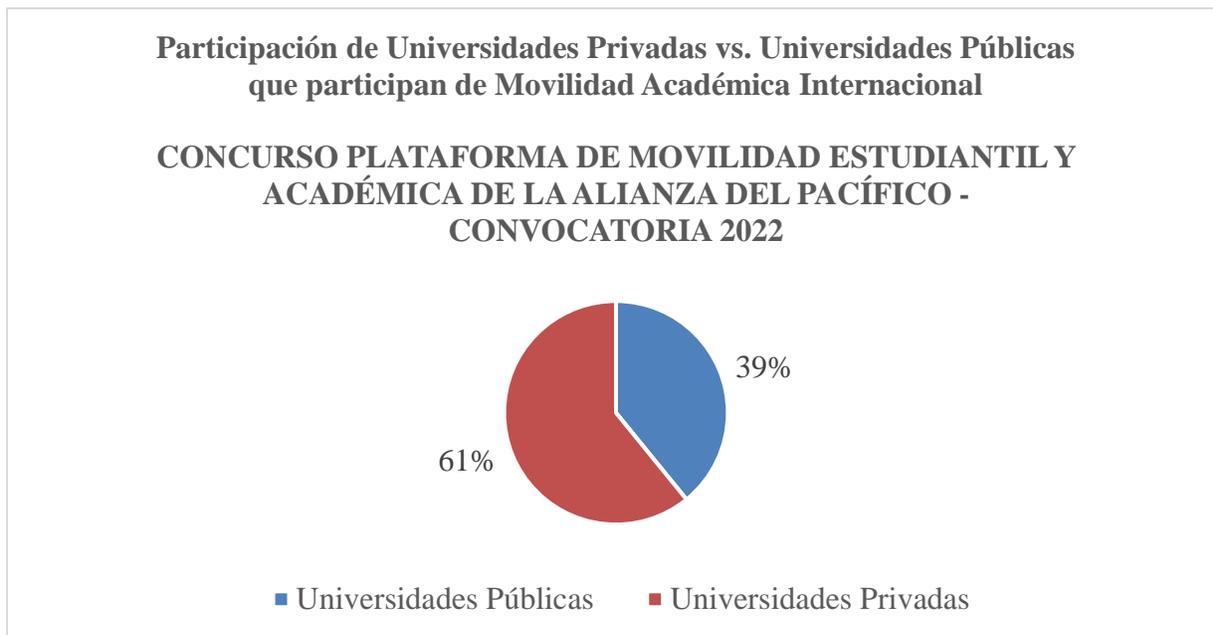


Elaboración propia

Se observa que el 81% de las instituciones participantes del Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022 corresponden a universidades y el 19% a institutos – escuelas de educación superior. Importante mencionar que estos institutos y escuelas de educación superior cuentan con convenios internacionales con otras instituciones que permiten a sus estudiantes aplicar a actividades de internacionalización, como es el caso de la movilidad académica internacional.

Para conocer la participación de universidades privadas versus universidades públicas que

participaron en el Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022, se ha elaborado un cuadro excluyendo a los institutos – escuelas de educación superior; es decir, el siguiente cuadro está elaborado en base a las 46 universidades que participaron.



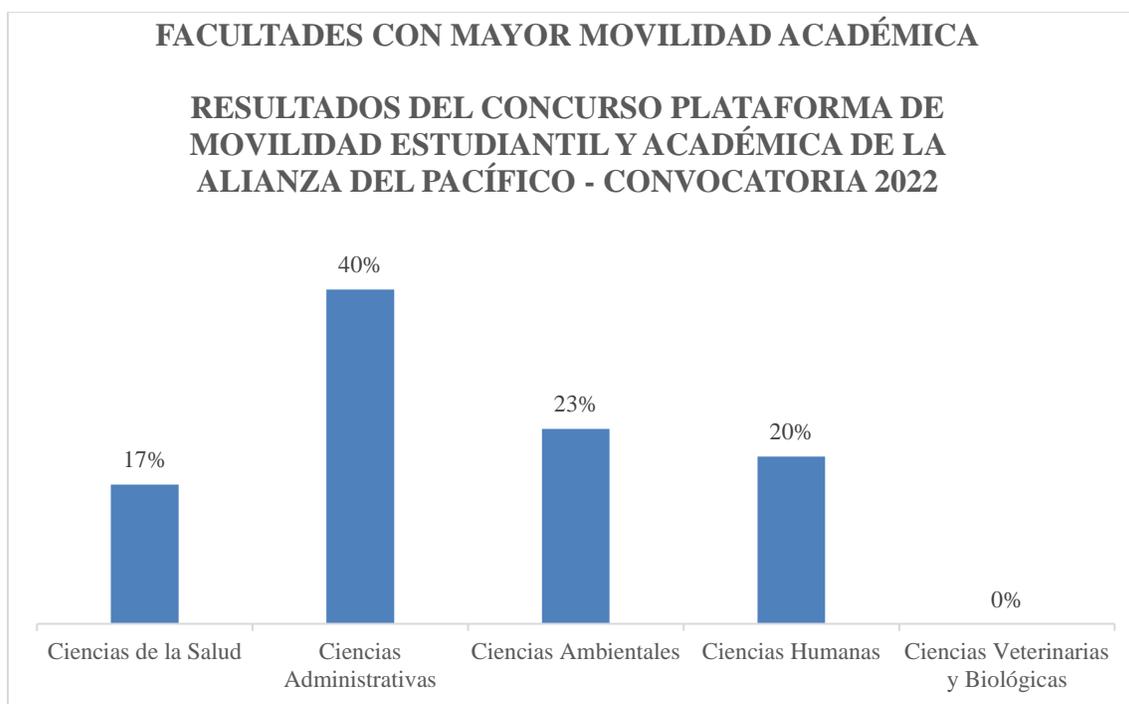
Elaboración propia

Como observamos en el cuadro, el 61% de universidades que participaron del Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022 son de gestión privada, mientras que el 39% son de gestión pública. Si bien esta información no es categórica, se puede inferir que las universidades privadas tienen mayor interés o éxito en promocionar la internacionalización académica.

Además, muchas de estas universidades cuentan con mejores presupuestos económicos y más y mejores convenios internacionales que les permiten tener una mayor participación de actividades internacionales; por último, las universidades de gestión privada cuentan con estudiantes con mayores recursos económicos, lo cual les permite a su vez aplicar a estas oportunidades de internacionalización sin necesidad de una beca de subvención.

Dentro de la información obtenida de los resultados del Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico - Convocatoria 2022, se encuentra las carreras de los estudiantes que finalmente fueron aceptados y ganadores de las becas. Con esta información podemos inferir cuales son las carreras y las facultades que muestran mayor interés en aplicar a estas oportunidades de internacionalización.

De los resultados, se han agrupado las carreras en 5 categorías, representadas en 5 facultades. Los resultados se encuentran en el cuadro a continuación; sin embargo, el cuadro completo podrá ser ubicado en la sección anexos.



Elaboración propia

### **Competidores en la zona**

La investigación que se está elaborando para el plan de comunicación que se va a proponer en el presente trabajo, está pensada en una universidad que se encuentra en la zona sur de la ciudad de Lima; por ello se ha considerado estudiar y conocer la realidad de la oferta educativa superior que hay en la misma zona geográfica de la ciudad. Es así, que se han detectado universidades que

cuenten con similares condiciones, todas de gestión privada y con no muchos años de funcionamiento.

Recordemos que según el INEI - Instituto Nacional de Estadística e Informática, en la provincia de Lima habitan 9,674,755 habitantes. Este dato es extraído del estudio de estimaciones y proyecciones de población elaborado en el año 2020; mismo que concluye que la principal provincia del país tiene más del 29% de la población. Concretamente en la zona sur de la ciudad de Lima, también conocido como Cono Sur, según el Censo del año 2017 se estimó una población de 1,706,733 habitantes, los mismos que cada vez más optan por realizar estudios de educación superior, y que, en consecuencia, han generado una demanda de centros educativos de calidad; y por lo tanto, ha generado la aparición de nuevas instituciones que buscan atender a esta población interesada.

A continuación, se menciona las instituciones que se consideran evaluar como competidores de la zona:

### **1. Universidad Científica del Sur**



Institución de gestión privada, la cual fue fundada en el año 1998. Esta universidad, también conocida como UCSUR actualmente cuenta con 3 sedes, la principal se encuentra en el distrito de Villa El Salvador, en la zona sur de la ciudad de Lima; sin embargo, en el año 2022 comenzó a funcionar presencialmente sus dos nuevos campus en el distrito de Ate (zona este) y en el distrito de Los Olivos (zona norte). Cuenta con 5 facultades y 24 carreras profesionales en pregrado.

Propiamente en su sede principal, en la zona sur de la ciudad de Lima, esta universidad cuenta con una población mayor a 20,000 estudiantes. Entre los logros destacados de esta universidad se

encuentran:

- Puesto 151+ en el Latin American University Rankings 2021 – Times Higher Education.
- 5/5 Estrellas QS en empleabilidad.
- 5/5 Estrellas QS en inclusión.
- Puesto 10 en el Ranking de Excelencia – SUNEDU Informe Bienal 2022.
- Top 3 de universidades peruanas en investigación – Ranking América Economía.
- Top 1 de universidades peruanas – Red Ambiental Interuniversitaria 2020.

La Universidad Científica del sur, además cuenta con 2 programas de doble grado, uno con Pace University de Estados Unidos dirigido para los estudiantes de la carrera de Derecho, y otro con Kentucky University, también de Estados Unidos, dirigido para los estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Respecto a sus convenios internacionales, esta universidad cuenta con 139, con universidades de América, Europa y Asia; 70 de estos son con universidades que se encuentran en el ranking QS, lo que representa el 50.36%. Como parte de sus resultados superan los 300 casos de estudiantes con experiencia internacional, siendo muchos, estudiantes de la carrera de Medicina Humana que han tenido la oportunidad de participar de rotaciones internacionales.

Su estrategia de comunicación inicia en los distintos eventos de prospección a gente aún no inscrita en la universidad. Ellos tienen 3 tipos de eventos, que realizan 2 veces al año cada uno; el Vive Científica, es un evento donde invitan a las personas interesadas en esta universidad a conocer el campus, y ver de forma directa en las aulas, laboratorios y otros ambientes de la universidad, lo que cada carrera profesional hace en el campo laboral, es una experiencia vivencial muy atractiva; la Feria de Carreras o Match Vocacional, el cual es un evento que usualmente se realiza en hoteles, y donde también se invita a todo aquel interesado en estudiar en esta universidad. En estos eventos cada escuela de esta universidad difunde los acuerdos internacionales que tiene, así como las oportunidades que se pueden lograr gracias a ellos, pero siempre, en estos eventos le dan un espacio importante a la Unidad de Internacionalización y Relaciones Institucionales, quienes en su módulo de presentación también comentan sobre los

convenios internacionales, las oportunidades de movilidad académica, de investigación, programas *Work & Travel*, entre otros.

Por otro lado, para los estudiantes de la universidad tienen otras estrategias de comunicación. Continuamente la Unidad de Internacionalización y Relaciones Institucionales refuerza la página web con información de oportunidades de internacionalización, la misma que es replicada a través de campañas de *mailing* directo. También cuando cada escuela hace eventos, como por ejemplo “La Semana de Medicina Veterinaria y Zootecnia”, el Área Internacional (como también se le conoce a la Unidad de Internacionalización y Relaciones Institucionales) participa ofreciendo charlas específicas para cada escuela.

En el año, internamente esta universidad hace dos eventos importantes para sus estudiantes. Uno es “La Semana de Empleabilidad” y el otro es “La Semana Internacional”. En el primero, el Unidad de Empleabilidad de Científica invita a empresas del top 500 del Perú para ofrecer las distintas oportunidades laborales que puedan tener, pero invitan siempre al Área Internacional para contar las oportunidades de internacionalización, aprovechando la gran afluencia de estudiantes. La Semana Internacional, es propiamente el evento de la Unidad de Internacionalización y Relaciones Institucionales, en donde se busca promover todas las oportunidades en el extranjero para toda la comunidad de la universidad (estudiantes, docentes, investigadores y administrativos). En este evento, invitan a las escuelas de la universidad, embajadas, empresas gestoras de programas *Work & Travel*, centros de idiomas, organizaciones como Erasmus, British Council, Alianza Francesa, Education USA, Fulbright, AIESEC, organizaciones de estudiantes, entre otros.

Finalmente, la Unidad de Marketing de esta universidad utiliza los casos de éxito de algunos estudiantes con actividades internacionales para difundirlo continuamente en sus redes sociales, o en diversas campañas como la de “Hitos Científica”; todo con la intención de generar prestigio y despertar el interés de más estudiantes.

## **2. UPC – Universidad de Ciencias Aplicadas**



**UPC**  
Universidad Peruana  
de Ciencias Aplicadas

Institución de gestión privada, la cual fue fundada en el año 1994. Pertenece desde el año 2004 a Laureate International Universities – red que agrupa universidades en más de 27 países. Esta universidad actualmente cuenta con 4 sedes, su campus principal está situado en Monterrico, en el distrito de Santiago de Surco, en la zona este de la ciudad de Lima; sus otros 3 locales son el campus en el distrito de San Miguel, el campus en el distrito de San Isidro, y el más reciente, campus Villa, en el distrito de Chorrillos, en la zona sur de la ciudad. Esta universidad cuenta con 13 facultades y 51 carreras profesionales en pregrado.

La Universidad de Ciencias Aplicadas – UPC tiene más de 54,010 estudiantes en sus carreras de pregrado, y más de 12,000 egresados. Además de contar con varios programas de doble grado con diversas universidades, la UPC también cuenta con una alianza con la Universidad de Arizona, en donde ofrece a todos sus estudiantes la oportunidad de obtener hasta 3 grados académicos en apenas 5 años de estudios, estudiando solo un semestre desde en Tucson – Arizona. Entre los logros destacados de esta universidad se encuentran:

- Puesto 151+ en el Latin American University Rankings 2021 – Times Higher Education.
- Puesto 1001 - 1200 en el QS World University Rankings 2022.
- Puesto 136 en el Latin America World University Rankings 2022.
- Puesto 4 de universidades peruanas en el Scimago Iber Ranking 2021.
- Puesto 7 de universidades peruanas en el Scimago World Ranking 2021.
- Top 1 de universidades peruanas en internacionalidad – Ranking América Economía (8 años consecutivos).

Respecto a sus acuerdos académicos internacionales, la Universidad de Ciencias Aplicadas cuenta

con más de 250 con universidades en todos los continentes. Recordemos que esta universidad por 8 años consecutivos ha salido en la posición número 1 en internacionalidad en el Ranking de América Economía.

Ellos destacan que, además de esto, la institución es miembro de algunas redes internacionales, como es el caso del Grupo de Universidades Compostela y de CONAHEC - Consorcio para la Colaboración en la Educación Superior en América del Norte. Al ser miembros de estas redes, la universidad extiende sus oportunidades de internacionalización con todas las otras universidades miembros de las mismas.

Como parte de sus resultados, comentan que tienen más de 8,000 estudiantes entre *outbounds* (salientes) como *inbounds* (entrantes) que han participado de alguna actividad internacional. Esta universidad tiene diferentes programas que promueven la movilidad académica, entre ellas están:

- Intercambio Académico/*Study Abroad*
- Inmersión de Idiomas
- Programas de Doble Grado

Además, ofrecen oportunidades de certificados y menciones por cursos cortos, y la posibilidad de participar en colaboraciones bilaterales con otras instituciones a lo largo de la etapa de estudio.

Como parte de sus estrategias de comunicación, la UPC difunde desde la etapa de prospección a futuros estudiantes, los convenios y las oportunidades que gracias a estos se pueden obtener. Esto lo hacen desde las campañas en escuelas, en medios y en contactos directos. Tienen organizado en su página web cada pestaña de sus carreras o programas, de tal forma que en cada una de ellas habla de sus programas de internacionales, mencionando con que instituciones extranjeras tienen oportunidades de intercambios, *study abroad*, cursos cortos y hasta posgrado.

Además, la UPC tiene una página web exclusiva sobre internacional; en donde todos los estudiantes pueden encontrar las posibilidad y procesos para aplicar a estas actividades. Durante todo el año, la oficina internacional de esta universidad hace campañas de difusión de estas, tanto de forma presencial como por campañas web. Por último, tienen un evento anual llamado “UPC

*International Week*”, el cual sirve para difundir de forma personalizada hacia los estudiantes, la importancia de la internacionalización, y que oportunidades les ofrece su universidad; contando incluso con invitados internacionales de universidades socias a su institución, quienes les hablan de la experiencia de estudiar en sus universidades y en sus países.

Finalmente, junto al área de marketing, la UPC difunde periódicamente las experiencias internacionales de otros estudiantes, lo cual es muy importante para generar la atención de otros estudiantes que puedan verse interesados.

### 3. UTP – Universidad Tecnológica del Perú



Institución de gestión privada, la cual fue fundada en el año 1997. Pertenece desde el año 2012 al Grupo Intercorp (conglomerado de empresas de origen peruano). Actualmente esta universidad tiene 5 sedes en la ciudad de Lima, ubicadas en los distritos de Ate y San Juan de Lurigancho, pertenecientes a la zona este, en el distrito de Los Olivos, perteneciente a la zona norte, Cercado de Lima, en Lima Centro y en el distrito de Villa El Salvador en la zona sur de la ciudad. Además, tiene filiales en provincias, en las ciudades de Chimbote, Arequipa, Chiclayo, Huancayo, Ica, Piura y Trujillo. Esta universidad cuenta con 7 facultades y 34 carreras profesionales en pregrado.

La Universidad Tecnológica del Perú tiene más de 20,000 estudiantes en total en todo el país. Un atractivo interesante de esta universidad es que, al pertenecer al Grupo Intercorp, los egresados de esta institución tienen altas posibilidades de ingresar a trabajar a una de las empresas de este conglomerado; muchas de ellas ubicadas dentro de la lista del Great Place to Work. Entre los logros destacados de esta universidad se encuentran:

- Puesto 28 de universidades peruanas en Ranking de Webometrics.

- Programa especial con Berkeley University of California.
- Programa especial con University at Buffalo.

La Universidad Tecnológica del Perú cuenta con más de 50 convenios internacionales, siendo el 90% con instituciones latinoamericanas, especialmente de Sudamérica. El resto de los convenios internacionales los tienen con universidades de Europa y Asia. Esta universidad tiene oficinas descentralizadas de internacionalización en todas las ciudades donde se encuentra. Promueven desde la época de prospección los programas que tienen con Berkeley University of California y con University at Buffalo, ambas en Estados Unidos.

La UTP promueve mucho el tema de “Misiones Académicas”, en donde grupos de estudiantes hacen visitas a universidades socias en el extranjero, complementándolo con visitas a lugares culturales y visitas a reconocidas empresas del país de destino; todo esto con la intención de conocer las distintas industrias y áreas de trabajo afines al campo de estudio de los estudiantes. Además, promueve los intercambios académicos y programas de becas internas que ofrece directamente la universidad a sus estudiantes.

Esta universidad también realiza un evento anual llamado “Semana Internacional”; sin embargo, este evento más que difundir oportunidades de internacionalización, tiene como objetivo compartir experiencias con las distintas visiones de sus universidades socias, sobre el futuro internacional de los profesionales de distintas carreras.

#### **4. UA – Universidad Autónoma del Perú**



La Universidad Autónoma del Perú, es una institución de gestión privada peruana, la cual fue fundada en el año 2007. Es una de las universidades licenciadas más jóvenes del país y

actualmente tiene un único campus universitario en el distrito de Villa El Salvador, en la zona sur de la ciudad de Lima. Esta universidad cuenta con 3 facultades y 13 carreras profesionales en pregrado.

La Universidad Autónoma del Perú ha tenido poca presencia en rankings de clasificación académica. Desde su fundación siempre se ha mantenido dentro del tercio inferior a nivel nacional. Por ejemplo, en el Ranking Webometrics del año 2021 se ubicó en la posición 72 de 92 universidades que estaban licenciadas hasta esa fecha.

Esta universidad cuenta con 45 convenios internacionales con instituciones de 10 países de América Latina, Europa y Asia. Entre las posibilidades que ofrecen para obtener experiencias internacionales están instituciones de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, España, Guatemala, India, México y Uruguay.

La difusión de sus oportunidades de internacionalización se realiza básicamente a través de su página web, compartiendo la misma información de forma prospectora como para los estudiantes de la universidad.

Si hacen especial difusión de convocatorias que ofrecen becas, tales como la de Alianza del Pacífico y las Becas FUNIBER (Fundación Universitaria Iberoamericana). Además, en su apartado de movilidad académica, en el apartado de internacionalización de su página web tienen todos los requisitos y procedimientos abiertos para el interesado de esta universidad o de una universidad socia del extranjero.

## **5. UPN – Universidad Privada del Norte**



Institución de gestión privada, la cual fue fundada en el año 1994. Pertenece desde el año 2007 a Laureate International Universities – red que agrupa universidades en más de 27 países. Junto con la UPC, son las 2 únicas universidades peruanas dentro de esta Red Internacional.

Actualmente esta universidad tiene 5 sedes en la ciudad de Lima, ubicadas en los distritos de Los Olivos y Comas, pertenecientes a la zona norte, en el distrito de San Juan de Lurigancho, perteneciente a la zona este, en el distrito de Breña, en Lima Centro y en el distrito de Chorrillos, en la zona sur de la ciudad. Además, tiene filiales en provincias, en las ciudades de Cajamarca y 2 locales en Trujillo. Esta universidad cuenta con 6 facultades y 37 carreras profesionales en pregrado.

Entre los logros destacados de la Universidad Privada del Norte se encuentran:

- Puesto 301-350 en el Latin America World University Rankings 2022.
- 4/5 Estrellas QS en desarrollo académico y enseñanza.
- 5/5 Estrellas QS en empleabilidad, responsabilidad social e inclusión.
- 3/5 Estrellas QS en internacionalización.

Dentro de los 52 convenios de cooperación internacional que tiene la universidad Privada del Norte se encuentran universidades de América y Europa. En el continente americano tiene colaboraciones con universidades ubicadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Panamá y Puerto Rico; mientras que en el continente europeo tiene colaboraciones con universidades ubicadas en Alemania, Bélgica, España y Portugal.

Dentro de sus resultados cuentan con más de 1,200 estudiantes que han realizado movilidad académica *outbound* e *inbound* y difunde sus oportunidades de internacionalización desde la etapa prospectora de estudiantes, en su página web y ya en la etapa de vida universitaria.

Los programas que difunden continuamente son el intercambio académico y los de doble grado.

Dentro de sus planes de comunicación ellos tienen elaborado las siguientes estrategias:

- **Viernes Internacionales:** Ciclo de charlas virtuales programadas, orientadas a los estudiantes de la universidad, en donde pueden conocer las diferentes experiencias que ellos ofrecen, así como testimonios de estudiantes y/o representantes de universidades socias a su universidad. En estos espacios también difunden oportunidades de becas, programas de doble grado, programas de *work & travel*, entre otros.
- **Feria Internacional:** Evento anual de la Oficina Internacional de la UPN, en donde participan representantes de universidades socias invitadas, organizaciones de *work & travel*, centros de idiomas, etc., con la finalidad de dar a conocer las ventajas de participar de intercambios académicos y experiencias internacionales.

Ahora que tenemos identificadas a las instituciones que se han considerado como competidores de la zona, se procede a presentar un cuadro resumen de las facultades con las estas cuentan:

FACULTADES	UPC	UCSUR	UTP	UA	UPN
Facultad de Administración en Hotelería y Turismo	X				
Facultad de Arquitectura	X		X		
Facultad de Arquitectura y Diseño					X
Facultad de Artes Contemporáneas	X				
Facultad de Ciencias de la Salud	X	X	X		X
Facultad de Ciencias Humanas	X	X		X	
Facultad de Ciencias de Gestión				X	
Facultad de Comunicaciones	X		X		X
Facultad de Derecho	X		X		
Facultad de Derecho y Ciencias Políticas					X
Facultad de Diseño	X				
Facultad de Economía	X				
Facultad de Educación	X				X
Facultad de Ingeniería	X		X		
Facultad de Ingeniería y Arquitectura				X	
Facultad de Negocios	X		X		X
Facultad de Ciencias Administrativas		X			
Facultad de Psicología	X		X		
Facultad de Ciencias Ambientales		X			
Facultad de Ciencias Veterinarias y Biológicas		X			

De igual manera, ahora se presenta un cuadro resumen con las carreras de pregrado con las que cuentan las universidades consideradas como competidores de la zona:

<b>CARRERAS DE PREGRADO</b>	<b>UPC</b>	<b>UCSUR</b>	<b>UTP</b>	<b>UA</b>	<b>UPN</b>
Administración	X				X
Administración Bancaria y Financiera					X
Administración de Empresas		X	X	X	
Administración Hotelera y de Turismo			X		
Administración y Agronegocios	X				
Administración y Finanzas	X				
Administración y Gerencia del Emprendimiento	X				
Administración y Gestión Comercial					X
Administración y Marketing	X	X	X	X	X
Administración y Negocios del Deporte	X				
Administración y Negocios Internacionales	X	X	X	X	X
Administración y Recursos Humanos	X				
Administración y Servicios Turísticos					X
Administración, Banca y Finanzas			X		
Arquitectura	X		X	X	
Arquitectura & Urbanismo					X
Arquitectura & Urbanismo Ambiental		X			
Arquitectura y Diseño de Interiores					X
Artes Escénicas	X	X			
Biología	X				
Biología Marina		X			
Ciencias de la Actividad Física y el Deporte	X				
Ciencias de la Computación	X				
Ciencias de la Comunicación			X	X	
Ciencias Políticas	X				
Comunicación					X
Comunicación Audiovisual en Medios Digitales					X
Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos	X				
Comunicación Corporativa					X
Comunicación e Imagen Empresarial	X				
Comunicación y Diseño Gráfico					X
Comunicación y Fotografía	X				
Comunicación y Marketing	X				
Comunicación y Periodismo	X				X
Comunicación y Publicidad	X	X	X		X
Contabilidad			X	X	
Contabilidad Corporativa		X			
Contabilidad y Administración	X				
Contabilidad y Finanzas	X				X

<b>CARRERAS DE PREGRADO</b>	<b>UPC</b>	<b>UCSUR</b>	<b>UTP</b>	<b>UA</b>	<b>UPN</b>
Derecho	X	X	X	X	X
Diseño Digital Publicitario			X		
Diseño Industrial	X				X
Diseño Profesional de Interiores	X				
Diseño Profesional Gráfico	X				
Diseño y Gestión en Moda	X				
Economía					X
Economía Gerencial	X				
Economía y Finanzas	X				
Economía y Negocios Internacionales	X				X
Educación y Gestión del Aprendizaje	X				X
Enfermería		X	X		X
Farmacia y Bioquímica		X			
Gastronomía y Gestión Culinaria	X				
Gastronomía y Gestión de Restaurantes					X
Hotelería y Administración	X				
Ingeniería Acuícola		X			
Ingeniería Aeronáutica			X		
Ingeniería Agroforestal		X			
Ingeniería Agroindustrial					X
Ingeniería Ambiental	X	X		X	X
Ingeniería Automotriz			X		
Ingeniería Biomédica	X		X		
Ingeniería Civil	X	X	X	X	X
Ingeniería de Diseño Gráfico			X		
Ingeniería de Gestión Empresarial	X				
Ingeniería de Gestión Minera	X				
Ingeniería de Minas			X		X
Ingeniería de Redes y Comunicaciones			X		
Ingeniería de Seguridad Industrial y Minera			X		
Ingeniería de Seguridad Laboral y Ambiental			X		
Ingeniería de Sistemas				X	
Ingeniería de Sistemas Computacionales					X
Ingeniería de Sistemas de Información	X				
Ingeniería de Sistemas e Informática			X		
Ingeniería de Software	X		X	X	
Ingeniería de Telecomunicaciones			X		
Ingeniería Económica y de Negocios		X			
Ingeniería Eléctrica y de Potencia			X		
Ingeniería Electrónica	X		X		X
Ingeniería Empresarial			X		X

<b>CARRERAS DE PREGRADO</b>	<b>UPC</b>	<b>UCSUR</b>	<b>UTP</b>	<b>UA</b>	<b>UPN</b>
Ingeniería Empresarial y de Sistemas		X			
Ingeniería en Logística y Transporte					X
Ingeniería Geológica					X
Ingeniería Industrial	X		X	X	X
Ingeniería Mecánica			X		
Ingeniería Mecatrónica	X		X		X
Medicina Humana	X	X			
Medicina Veterinaria	X				
Medicina Veterinaria & Zootecnia		X			
Música	X				
Nutrición y Dietética	X	X	X		X
Obstetricia		X	X		X
Odontología	X				
Odontología & Estomatología		X			
Psicología	X	X	X	X	X
Relaciones Internacionales	X				
Terapia Física	X		X		
Terapia Física y Rehabilitación					X
Traducción e Interpretación Profesional	X				
Turismo Sostenible y Hotelería		X			
Turismo y Administración	X				

### **Resultados esperados**

El plan de comunicación que se piensa elaborar para difundir la movilidad estudiantil internacional tiene como resultados esperados, dar a conocer las diferentes oportunidades que se dan a nivel internacional para los estudiantes de la universidad gracias a la gestión de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, y a los convenios que continuamente se vienen suscribiendo.

La intención es que todos los estudiantes, desde los ingresantes hasta los más avanzados conozcan que existe esta área transversal, la cual está encargada de difundir e incentivar experiencias académicas que refuercen su perfil de egreso; esto incluye la adecuada divulgación de los programas de intercambio estudiantil que se dan con las universidades socias y a través de los organismos a los que pertenece la institución, la divulgación de becas de subvención para movilidad estudiantil internacional, tanto de entidades de gobierno como de entes autónomos

nacionales e internacionales y, finalmente, el resultado esperado de mayor importancia es lograr la postulación de estudiantes de todas las escuelas profesionales de la universidad y las aceptaciones correspondientes.

Concretamente, hablando de resultados cuantitativos, se espera que entre los resultados esperados se considere el incremento de la cantidad de estudiantes postulados a experiencias internacionales y el incremento de estudiantes con conocimiento sobre las diferentes oportunidades de programas internacionales que ofrece la universidad.

Por ello, el plan de comunicación deberá considerar inicialmente los datos obtenidos hasta la fecha de estudiantes que se hayan postulado a movilidad académica para el ciclo 2022-2, datos que se mencionan en breve, y cuyo resultado se espera incremente en un 100% al primer año de implementado el plan de comunicación.

En cuanto al conocimiento de las oportunidades de movilidad académica internacional de parte de los estudiantes, se espera que este se incremente en un 50%; y para ello, el presente trabajo de investigación utilizará como herramienta una encuesta dirigida a estudiantes de la universidad, con la finalidad de conocer la realidad actual con la que se está iniciando el trabajo de la internacionalización de los estudiantes de la universidad. El incremento esperado también se planea medir a un año de haber iniciado la implementación del plan de comunicación.

Finalmente, se estima que los resultados se vayan incrementando gradualmente cada año, gracias a la correcta implementación de las estrategias a elaborar por la sub dirección y al plan de comunicación que se pretende implementar a raíz de este trabajo de investigación.

### **Propuesta de Valor**

El lema de la universidad es “Preparando el camino”, el cual busca describir el compromiso que tiene esta al ser un ente formador para la sociedad; y su visión, está relacionada con la cultura y la responsabilidad social; ya que se tiene la convicción de que, a través de acciones de cambio, contribuyendo, educando e incentivando a los miembros de la sociedad, se podrán solucionar

problemas en pro de un futuro mejor.

Dicho esto, la propuesta de valor de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales de la universidad es para manejarla de forma interna dentro de la comunidad universitaria, esto debido a que va dirigida a los estudiantes que desconocen esta área transversal de la universidad, y lo que puede ofrecerles. Esta propuesta buscará integrar el posicionamiento y la visión que tiene la universidad junto con los beneficios que las experiencias internacionales pueden ofrecer tanto a nivel personal, académico y profesional. Algunas de los beneficios considerados son:

- Desarrollar la capacidad de adaptación y tolerancia a nuevas realidades.
- Oportunidad de practicar y desenvolverse en idiomas extranjeros.
- Conocer nuevas tecnologías, técnicas de estudio y de trabajo.
- Complementar la formación académica a nivel internacional.
- Mejora de currículum personal y perfil profesional.
- Aprender nuevas técnicas de investigación.
- Creación de networking internacional.
- Conocer otras culturas y realidades.
- Desarrollar habilidades blandas.

Por ello, se concluye que la propuesta de valor que ofrece la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales a sus estudiantes es “Formación profesional y desarrollo a nivel global, a través movilidad internacional”.

### **Postulados**

Hasta mediados del año 2022, la universidad en sus 25 años de formación históricamente no tiene registros de estudiantes que hayan participado de movilidad académica en otras instituciones por periodos de ciclos o semestres completos. Lo que si se tiene registrado es la recepción de algunos estudiantes extranjeros que hayan realizado estancias cortas, tal es el caso de estudiantes de medicina humana que pudieron realizar rotaciones médicas en hospitales con los que la universidad tiene acuerdos para la formación de campos clínicos.

Para el ciclo 2022-2, el cual va de agosto a diciembre, la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales logró la postulación de 13 estudiantes de la universidad a distintas plazas ofrecidas por universidades socias. Sin embargo, el trabajo para lograr estos resultados fue a través de gestiones uno a uno, con el apoyo de las diferentes escuelas profesionales, no teniendo clara una estrategia o plan de comunicación para la divulgación de movilidad académica. Recordemos que como resultados esperados para el próximo año, se espera un incremento del 100% de estudiantes postulados, una vez ya iniciado el plan de comunicación.

De estos 13 postulados, 5 estudiantes fueron aceptados, y 4 de estos finalmente pudieron iniciar su experiencia internacional. Si bien se considera que el no haber gestionado de una forma idónea un plan de comunicación para todo el alumnado, estos resultados ayudarán a dar a conocer a los estudiantes de la universidad las oportunidades que existen a nivel internacional, ya que se espera contar con el apoyo del equipo de marketing para hacer campañas internas, aprovechando y contando las experiencias de estos 4 estudiantes.

Como se mencionó, para lograr estos objetivos, se tuvo que trabajar estrechamente con el apoyo de las diferentes escuelas profesionales; en donde, los docentes de las escuelas durante sus horas de clase, informaban a sus estudiantes sobre las oportunidades que la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales ofrecían; identificando además a estudiantes destacados que pudieran representar a la universidad de forma adecuada y verse interesados. Una vez seleccionados los estudiantes con interés, se gestionaron reuniones personalizadas entre estos junto con los directores y/o coordinadores de sus respectivas escuelas profesionales y el Sub Director de Relaciones Nacionales e Internacionales, para darles mayor detalle y acompañarlos en el proceso de postulación a la universidad de su interés.

Además, de igual forma se pudo concretar la recepción de los primeros 5 estudiantes extranjeros en la universidad; los cuales fueron admitidos también gracias a la gestión de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales con las respectivas oficinas de internacionalización de las universidades de origen de los estudiantes extranjeros mencionados.

Al igual que en caso anterior, se estima que la recepción de estos 5 estudiantes podrá ser de utilidad para hacer conocer a los estudiantes de la universidad las oportunidades que hay en cuanto a internacionalización.

### **Becas de Subvención**

La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales tiene claro que las oportunidades de internacionalización, como son las de movilidad académica internacional son muy valiosas y apreciadas por todos los que pudieran verse beneficiados con ellas; sin embargo, sabe que la realidad implica un esfuerzo económico a veces no considerado por los estudiantes y sus familiares.

Si bien la Universidad tiene convenios internacionales que permiten la movilidad académica, los estudiantes que apliquen y sean aceptados a estas actividades no tendrán el compromiso de cumplir con gastos académicos en dichas instituciones extranjeras, ya que como beneficio de estos convenios tienen la exoneración en los conceptos de matrículas y cobros por mensualidad o similares, etc.; si embargo, es importante mencionar y hacer conocer a los estudiantes que a pesar de estos beneficios, ellos deben de mantener sus compromisos financieros con su institución de origen. Es decir, todo aquel estudiante que aplique a una movilidad académica y se vea aceptado, debe tener en claro que no pagará nada en la institución anfitriona, pero si lo seguirá haciendo en su institución de origen, pagando su matrícula y mensualidad durante el ciclo o semestre académico que este pueda encontrarse en otro país.

Por este motivo, como parte del plan de comunicación que se piensa elaborar, es de suma importancia mencionar esta información. Fuera de mantener los compromisos financieros en la universidad, el estudiante que realice una movilidad académica también debe conocer que tendrán gastos referidos a los costos de su traslado a otro país, hospedaje, alimentación y seguro de salud o contra accidentes.

Por tal motivo, para la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales es importante divulgar también las oportunidades de subvención económica que dan muchas instituciones. Hay entes de gobierno y también privados, nacionales e internacionales que apoyan la educación y

promueven la internacionalización; y por eso se considera tener un acercamiento más continuo con estas para no dejar pasar las oportunidades que puedan ser difundidas.

Entre las oportunidades de becas de subvención para movilidad académica en el Perú se tienen:

### **1. Alianza del Pacífico**

La Alianza del Pacífico es una iniciativa de cooperación e integración regional conformada por los países de Chile, Colombia, México y Perú, y cuya finalidad es desarrollar un área de unificación que promueva el desarrollo, crecimiento y competitividad de las economías de los países que la integran, mediante la búsqueda continua de la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.



Dentro de las iniciativas que la Alianza del Pacífico ha desarrollado, está la Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico, la cual tiene sus convocatorias todos los años, en donde estudiantes universitarios de cualquiera de estos cuatro países pueden desarrollar una actividad de movilidad académica en cualquiera de los otros tres, pero explícitamente a universidades que se encuentren en estos países y tengan convenios entre sí. En el Perú, el ente que regula las becas de la Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico es PRONABEC - Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo, el cual es un ente del Ministerio de Educación. La beca ofrece una subvención económica para gastos de traslado, alojamiento, alimentación y seguro de salud.

### **2. Santander Universidades**

El Grupo Santander, más conocido por su empresa principal – el Banco Santander, también ofrece oportunidades de internacionalización a través de Santander Universidades, precisamente con su programa “Becas Iberoamérica”, las cuales son dirigidas a estudiantes de pregrado.



Estas becas ofrecen la oportunidad de postular a universidades de trece países de Iberoamérica, siempre y cuando, haya de por medio un convenio entre universidades preexistente. A nivel Perú, en los últimos años se han otorgado un promedio de 25 becas anuales, las cuales otorgan una subvención económica para gastos de traslado, alojamiento, alimentación y seguro de salud. En este caso, la subvención es depositada desde Santander hacia la universidad del estudiante beneficiado; y con un convenio específico, donde se declara el compromiso de la universidad sobre la administración de la subvención otorgada.

### **3. Erasmus Mundus**

Dentro de los objetivos de política exterior de la Unión Europea, se encuentra también el financiamiento para la cooperación y movilidad internacional, en el ámbito de la enseñanza superior; es por ello por lo que han desarrollado el programa Erasmus Mundus, programa que permite a estudiantes de todo el mundo estudiar en universidades europeas o viceversa, estudiantes europeos en universidades del resto del mundo.



Al igual que en los casos anteriores, Erasmus ofrece una subvención económica que apoye a los

gastos no académicos de los estudiantes beneficiados.

#### **4. UDUAL & PAME**

La Universidad es miembro activo de la UDUAL – Unión de Universidades de América Latina y el Caribe, el cual es un organismo internacional que busca promover las relaciones entre las instituciones de esta región.



A su vez, la UDUAL tiene el Programa Académico de Movilidad Estudiantil - PAME, mismo que da la oportunidad a los estudiantes de las instituciones afiliadas de participar del programa de movilidad académica aún si sus universidades no tienen convenio directo entre sí. En el PAME se ofrece desde becas parciales donde los estudiantes están exonerados de costos de matrícula y mensualidad, hasta becas completas, en donde los estudiantes además de estar exonerados del pago por conceptos de matrícula y mensualidad, también tiene beneficios de hospedaje y alimentación.



#### **5. Becas de Embajadas**

La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales también busca tener un

relacionamiento continuo con embajadas, cuerpo diplomático y sus oficinas afines presentes en el país, ya que se sabe que estas instituciones también difunden oportunidades ofrecidas por sus gobiernos.

Por ello, se piensa mapear las oportunidades como las de la Embajada de México, Embajada de Japón, Embajadas Europeas, las de EduCanadá y ELAP - Emerging Leaders in the Americas Program del Gobierno de Canadá, Education USA del Gobierno de los Estados Unidos, Campus France del Gobierno de Francia, entre otras.

### **Situación Económica de Estudiantes**

Como bien se mencionó antes, la universidad en el semestre 2022-1, (momento en que inicia la presente investigación) registra un total 23,159 estudiantes matriculados en sus 16 carreras profesionales de pregrado. Según el portal de transparencia de la institución, al cierre del año 2021 se registraba un total de 5,061 becas que se ofrecían por diferentes modalidades.

Estimando se hayan mantenido los números en proporción, podríamos considerar que más del 21% de la población estudiantil cuenta con algún beneficio.

Las modalidades de beca que ofrece la universidad son las siguientes:

- A1: Por alto rendimiento académico.
- B1: Centro cultural, artístico y deportivo.
- C1: Por situación económica.

Es importante conocer la realidad económica de la población estudiantil de la universidad, ya que recordemos que para participar de una movilidad académica se deben de contar con recursos económicos extras durante el tiempo que ocupe realizar este tipo de actividades. He ahí la importancia de poder difundir las oportunidades de becas de subvención que también se mencionó anteriormente.

Al cierre del año 2021, de las 5,061 becas ofrecidas en la institución 4,788 fueron por la modalidad de “Por situación económica”, lo cual representaría que el 94% de becas ofrecidas fueron por esta condición.

En la universidad los 2 programas de becas de esta modalidad que más se difunden son: Beca 18 y Beca Continuidad de Estudios; a continuación, se detalla una breve reseña de cada una.

- **Beca 18**

El Programa Beca 18 es una beca gestionada por el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo, más conocido por sus siglas PRONABEC, el cual es un ente del Ministerio de Educación. Esta es una beca de inclusión social dirigida para jóvenes considerados con capacidad académica y que se encuentran en condición de pobreza o vulnerabilidad social.

La característica de esta beca es que es un programa que te permite estudiar de forma integral, de inicio a fin; y en donde, los estudiantes pueden elegir donde realizar sus estudios, teniendo así la oportunidad de estudiar en las mejores universidades e institutos del país, ya sean públicos o privados, siempre y cuando estas estén adscritas.

- **Beca Continuidad de Estudios**

El Programa Beca de Continuidad de Estudios de Educación Superior, es un programa que nació a raíz de los altos índices de deserción de estudiantes de educación superior a causa del impacto económico de la pandemia del Covid 19. Este programa también es gestionado por el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo – PRONABEC, y se otorga a estudiantes con buen rendimiento académico, que ya estaban estudiando en alguna universidad o institutos del país.

## **2.2 La sub dirección de relaciones nacionales e internacionales**

Como bien se mencionó en la introducción del presente trabajo de investigación, la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales (SDRNI) fue creada en noviembre del 2021 con la

intención de dar gestión exclusiva y apropiada a la generación de prestigio y relacionamiento de la universidad, tanto a nivel nacional e internacional.

La función de esta oficina es generar convenios con instituciones académicas, de investigación y entes de interés, que permitan el desplazamiento de estudiantes, docentes, investigadores y administrativos, y así participar en cursos de programas académicos, cursos cortos, rotaciones, pasantías, investigaciones, asistencia a eventos, programas de doble titulación, voluntariado internacional, entre otros; lo cual a su vez permitiría un posicionamiento de prestigio para la universidad.

### **Situación actual**

En los 25 años que tiene formada la universidad, esta no ha tenido nunca una oficina que propicie el relacionamiento nacional o internacional. La gestión se ha manejado de forma muy orgánica sin tener procedimientos ni protocolos adecuados ni articulados. Los convenios que se pudieron gestionar fueron a través de las escuelas profesionales y sus miembros, sin tener incluso un filtro de selección de asociados, ni un respaldo articulado del área legal.

El hecho de no haber tenido los convenios articulados, provocó la falta de seguimiento de muchos de ellos, perdiendo incluso la oportunidad de hacer uso de los beneficios que estos ofrecían como parte del trabajo bilateral entre instituciones. Además, la existencia de estos convenios y oportunidades ha sido casi nula por parte del área académica, estudiantil e incluso de oficinas como marketing y comunicaciones, en donde se perdía la posibilidad de hacer difusión de estas para beneficio de los estudiantes y para beneficio del área de admisión; ya que dar a informar estos convenios llega a considerarse como un factor decisivo para el ingreso de nuevos estudiantes.

Cuando se forma la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales se hace un trabajo de recopilar todos los convenios que se manejaban entre las diferentes escuelas profesionales de la universidad, dando resultado exclusivamente que de convenios internacionales se manejaban 28 convenios; sin embargo, cuando se procedió a revisar uno por uno, considerando vigencias y cláusulas, se encontró que 2 convenios con universidades de Chile y Brasil no podían considerarse

activas, ya que se encontró que ambas instituciones habían cerrado operaciones años antes; lo cual evidenciaba la falta de seguimiento a los convenios de la universidad.

De los 26 convenios que resultaron quedando activos, se procedió a hacer una evaluación sobre el nivel y prestigio de universidades, esto debido a que con la formación del SDRNI se decidió por trabajar rumbo a poder participar en los rankings más importantes a nivel mundial que miden a las universidades, tales como el QS “Quacquarelli Symonds” y el THE “Times Higher Education”, y por ello se debía implantar una estrategia de generar convenio con universidades que se encuentren en estos rankings, tanto en su versión latinoamericana como en la mundial.

Entonces, de los 26 convenios con universidades extranjeras solo 7 se encontraban en el ranking QS Latam y QS World, y 5 de estas universidades se encontraban en el THE Latam y THE World; en ambos casos, las 7 universidades de QS y las 5 universidades de THE estaban en ambas versiones de esos respectivos rankings; es decir un 27% de los convenios internacionales eran con universidades que participaban en QS y un 19% (pero no sumativo) era con universidades que participaban en el ranking THE.

Muy aparte del tema de los rankings, la intención de la SDRNI es incentivar la movilidad e intercambio académico, y hasta el momento la universidad no cuenta con un registro de ello. Además, se busca promover y difundir las oportunidades de becas se subvención para estas actividades internacionales; lastimosamente el no haber tenido una oficina exclusiva para estos asuntos ha hecho que las áreas académicas no promuevan estos a sus estudiantes, y por lo tanto el desconocimiento de parte del alumnado es genérico.

Los estudiantes de la universidad actualmente no conocen la existencia de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, de los convenios que existen, ni mucho menos de las oportunidades que existen y que no son aprovechadas.

### **Análisis del macroentorno**

El presente trabajo de investigación se realiza pensando en el trabajo que busca desempeñar la Sub

Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales de forma interna en la universidad, por ello para el análisis del macroentorno se han considerado a las siguientes áreas de la institución:

## **1. Vicerrectorado Académico y Escuelas Profesionales**

Recordemos que en las universidades existen la figura del Rector, quien funge como la máxima autoridad de la institución. Este líder siempre cuenta con el apoyo y asistencia de sus vicerrectorados, quienes le dan soporte en cuanto a las tareas establecidas en un plan de políticas generales u operativo o de desarrollo, y que a su vez se ha establecido en base a objetivos y metas, y en donde hay actividades y tareas desde coordinación, ejecución, supervisión hasta seguimiento y evaluación.

En el caso exclusivo del Vicerrectorado Académico de la universidad, éste toma injerencia específica en cuanto a las actividades académicas; en donde sus funciones van desde dirigir y ejecutar políticas para la formación académico y el cumplimiento de los objetivos de egreso de los estudiantes. Esta área de la universidad debe normar, regular, supervisar y evaluar todas las actividades que se ameriten.

Dentro del Vicerrectorado Académico se encuentran las 16 escuelas profesionales de pregrado, las cuales están divididas dentro de 4 facultades. Tanto para las escuelas profesionales como para el vicerrectorado la internacionalización ha tomado un especial interés, ya que buscan que a través que a través de diversas actividades, como la movilidad académica, el perfil de sus estudiantes y egresados se vea beneficiado; además, el poder ofrecer estas oportunidades hará incrementar el número de postulantes e ingresantes a sus escuelas profesionales; y finalmente el prestigio de la universidad se pueda incrementar y así también darles oportunidad a poder entablar colaboraciones bilaterales con otras universidades bien posicionadas a nivel internacional.

## **2. Sub Gerencia de Marketing**

Como bien se mencionó anteriormente, el hecho de que la universidad cuente con convenios

internacionales da la posibilidad a tener un relacionamiento con pares extranjeros, lo cual, a su vez, si se desarrollan actividades y se cumple con una adecuada gestión e indicadores internacionales, puede dar paso a participar de ranking internacionales.

Toda esta información es muy valiosa para el equipo de marketing, ya que el mercado de la industria de la educación superior en el país ha crecido y se buscan dar un valor diferencial a los estudiantes que se vean interesados en ingresar a la universidad.

El tener convenios y tener estudiantes que realicen actividades internacionales, ayudará a dar testimonio, lo cual podrá ser bien utilizado por marketing y en beneficio de admisión.

### **3. Dirección de Gestión de la Calidad, Evaluación y Acreditación**

La institución, actualmente es una universidad licenciada por SUNEDU Superintendencia Nacional de Educación Universitaria y también por SINEACE – Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa. Para lograr estas y otras acreditaciones nacionales e internacionales se deben cumplir una serie de estándares que garanticen la calidad educativa. Por ello, en la universidad existe la Dirección de Gestión de la Calidad, Evaluación y Acreditación, oficina encargada de que todas las escuelas profesionales e las áreas transversales cumplan con lo necesario para lograr el objetivo de licenciamientos y re-licenciamientos.

Esta dirección tiene especial interés ya que hoy en día hay estándares que hablan del cumplimiento del relacionamiento internacional, del trabajo bilateral y de la movilidad académica estudiantil y docente.

#### **Análisis del microentorno**

La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales se encuentra dentro de la Dirección de Responsabilidad Social, la cual se encuentra a su vez dentro del Vicerrectorado de Investigación y Responsabilidad Social.

Internamente la Sub Dirección busca atender los intereses de las escuelas profesionales y de la universidad en general. El trabajo de gestionar un adecuado relacionamiento, convenios, colaboraciones, prestigio y diferentes oportunidades se está realizando de manera independiente. Si bien se cuenta con el soporte del del Vicerrectorado de Investigación y Responsabilidad Social, el equipo de la SDRNI es mínimo y cumple tanto con funciones estratégicas, administrativas como operativas.

### **Matriz FODA**

Como se mencionó anteriormente, el presente trabajo de investigación se realiza pensando en el lo que busca desempeñar la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales de forma interna en la universidad; por ello, para el análisis de la matriz FODA se han considerado los aspectos desde una perspectiva interna de dicha sub dirección hacia la universidad, pensando específicamente en sus funciones de relacionamiento internacional y las oportunidades de movilidad académica que se buscan incentivar. A continuación, se presenta el análisis:

- **Fortalezas:**

Establecimiento de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales con el liderazgo de personal profesional experimentado en funciones relativas al cargo.

Base de datos organizada y confiable, tanto de universidades, entes de gobierno y privados, instituciones otorgantes de becas, embajadas y cuerpo diplomático, etc.

Modelo educativo que destaca a la internacionalización como eje transversal y reconocimiento institucional de parte de las autoridades, sobre la importancia de la internacionalización en sus actividades de formación, investigación, extensión y proyección social.

Ser miembros de UDUAL – Unión de Universidades de América Latina y el Caribe.

Prestigio creciente de la universidad ante la comunidad de la educación superior internacional.

- **Oportunidades:**

Las universidades extranjeras se encuentran cada vez más interesadas en incentivar la internacionalización de sus instituciones y de sus comunidades, y están prestas a generar convenios y colaboraciones bilaterales para que se esto se concrete.

Convenios internacionales vigentes, pero no utilizados con anterioridad.

Base de datos de profesionales de internacionalización que se ha recopilado a través del tiempo y con quienes se puede indagar diversas oportunidades.

- **Debilidades:**

Apoyo tardío del equipo legal para la revisión de gestión de convenios.

Falta de capacitación en los equipos de admisión, registros técnicos, finanzas y contabilidad para la adecuada gestión de estudiantes *inbound* y *outbound* por movilidad académica internacional.

Falta de conocimiento y soporte de ciertas áreas de la universidad, sobre las actividades realizadas de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales.

Falta de una correcta información sobre procedimientos de movilidad internacional y los convenios existentes en la página web de la universidad.

Personal de apoyo del equipo de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacional con escaso conocimiento de idiomas extranjeros.

Falta de un plan de logística de vivienda y recepción de estudiantes *inbound*.

Presupuesto otorgado a la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales insuficiente o recortado inesperadamente.

No autorización para el uso de partida presupuestal para las representaciones institucionales de forma nacional como internacional, para ceremonias de bienvenida y despedida de estudiantes *inbound* y *outbound*, *full day* de confraternidad, entre otras actividades que soporten la gestión de la sub dirección.

No apertura de concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de internacionalización para la comunidad de la universidad.

Poco interés o falta de disponibilidad de parte de directores de escuelas profesionales y sus coordinadores para la capacitación en temas de internacionalización o para gestionar charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes.

No contar con personal en las escuelas profesionales de la universidad que apoye identificando oportunidades colaborativas permitidas por convenio y a los líderes para su implementación en universidades socias.

Poco o nulo apoyo del equipo de marketing para la elaboración y difusión de material gráfico y recursos de apoyo sobre oportunidades de internacionalización y movilidad académica, así como de eventos que permitan el relacionamiento público institucional de la sub dirección de forma interna y externa.

- **Amenazas:**

Negativa, poco interés, o falta de respuesta al contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilaterales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, "work & travel" y responsabilidad social, etc.

Poco interés de parte de instituciones extranjeras socias de la universidad en participar de actividades o eventos que busquen difundir oportunidades de internacionalización y movilidad académica.

Cambio de manera inesperada de autoridades responsables de firmar un proyecto de convenio en las instituciones contactadas.

## CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se realiza con la finalidad de poder obtener conclusiones que permitan elaborar una propuesta para un plan de comunicación que permita difundir la movilidad estudiantil internacional entre los estudiantes de la universidad.

A continuación, se presenta el análisis de la investigación.

### **Justificación de la investigación**

Luego de 25 años de formación de la universidad, se ha formado recientemente la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, la cual es una oficina dedicada exclusivamente a generar prestigio, buen relacionamiento para la universidad, y para fomentar la movilidad académica.

Como bien se mencionó anteriormente, las instituciones de educación superior buscan a través del intercambio de experiencias internacionales potenciar el logro de competencias del perfil de egreso de sus estudiantes y el fortalecimiento de las capacidades y competencias de sus docentes e investigadores, así como de su plana administrativa.

Si bien la universidad ha celebrado la firma de convenios internacionales que permiten el desarrollo de actividades internacionales que impacten en estudiantes, docentes, investigadores o administrativos; los resultados en cuanto a la movilidad estudiantil internacional, presencial o remoto, no han sido exitosos.

Es por ello que, y con la ahora presencia de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, se desea obtener información sobre el conocimiento de los estudiantes de la universidad en cuanto a las oportunidades de internacionalización, conocer las razones de los resultados actuales, y determinar cuáles serían las mejores estrategias para comunicar las oportunidades de internacionalización a los estudiantes, de una forma efectiva.

## **Problema de investigación**

¿Cuáles son las causas por las cuales los estudiantes de la universidad no optan por realizar actividades de movilidad académica internacional, en la actualidad?

## **Objetivo general de la investigación**

El objetivo general de la investigación es conocer qué acciones se pueden implementar en un plan de comunicaciones desde la Sub-Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales de la universidad dirigidas a los estudiantes de las escuelas profesionales de la universidad, para poder difundir las oportunidades de movilidad académica internacional.

## **Objetivos específicos**

Los objetivos específicos de la investigación tienen como finalidad conocer las intenciones y necesidades que contemplan los estudiantes para poder realizar este tipo de actividades internacionales, las cuales se dan en el marco de los convenios bilaterales que gestiona la universidad; por ello, los objetivos establecidos son:

- Determinar el conocimiento previo de parte de los estudiantes sobre las oportunidades de movilidad académica internacional.
- Conocer el interés en realizar actividades de movilidad académica internacional.
- Determinar los mejores medios de comunicación para dar a conocer las oportunidades de movilidad académica internacional.

## **Diseño de la investigación**

El diseño de la presente investigación se realizará orientada en base a una metodología de investigación cuantitativa; en donde los sujetos de estudio serán los mismos estudiantes de la universidad y el medio o herramienta a utilizar será una encuesta.

El modelo de la herramienta utilizada se encuentra disponible en el anexo 1.

### **Desarrollo de la metodología**

La implementación de la herramienta a utilizar, la cual será una encuesta, se realizará de forma digital aprovechando la virtualidad; además, para la difusión de esta se estima contar con el apoyo de los directores de las escuelas profesionales, lo cual garantizará la participación de los estudiantes de la universidad.

Teniendo todo esto en cuenta, se estima que la metodología seleccionada se realizará de forma ágil y rápida, lo cual podrá ser beneficioso para poder implementar a la brevedad posible el plan de comunicación, el cual es el objetivo principal del presente estudio.

### **Cálculo de la muestra**

Para la muestra se contará con la colaboración de 120 estudiantes escogidos aleatoriamente, los cuales son representativos de la población estudiada, y cuyas características en común son ser estudiantes de entre 1° y 10° ciclo de estudios de la universidad, con edades comprendidas entre los 16 y 30 años, de ambos sexos, y pertenecientes a N.S.E. A, B, C y D.

Los estudiantes participantes de la encuesta pertenecen además a las escuelas profesionales de Administración de Negocios, Contabilidad, Derecho, Enfermería, Ingeniería de Computación y Sistemas y Psicología; y son estudiantes regulares de la universidad.

### **Técnicas de control utilizadas**

Para el desarrollo de la herramienta de investigación se utilizarán técnicas de control, con la finalidad de poder obtener resultados óptimos que no difieran de la realidad.

Se utilizará la técnica de igualdad de condiciones con la finalidad de lograr que los estudiantes encuestados sean representativos para la encuesta; por ello, la encuesta se realizará al finalizar charlas virtuales de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales organizadas por

las escuelas profesionales. Además, esta técnica establece que la encuesta se realice durante los meses de septiembre y octubre, en horarios no académicos de los estudiantes – consensuados previamente con los directores de escuelas profesionales; momento preciso en el que los participantes tienen la tranquilidad y capacidad de concentración para poder responder de forma adecuada la encuesta.

Por otro lado, se utilizará la técnica de estandarización de instrucciones, en donde se explica que la encuesta consta de 10 preguntas con alternativas de respuestas cerradas. Finalmente, con el objetivo de no inferir en las respuestas de los encuestados, ante cualquier consulta sobre la herramienta de investigación, se acordó indicar “responda según su mejor parecer”.

## CAPÍTULO 4: RESULTADOS

Los resultados que se han obtenido de la presente investigación se encuentran disponibles en el anexo 2, en donde las interpretaciones de cada una de las interrogantes elaboradas son desglosadas ampliamente.

Enseguida, se muestra un breve resumen de los datos más importantes extraídos de la herramienta utilizada:

### Conocimiento de Oportunidades de Movilidad Académica Internacional

A la pregunta inicial sobre si los encuestados tenían conocimientos sobre las oportunidades de Movilidad Académica Internacional que brinda la universidad, se obtuvo un 84% de respuestas negativas y un 16% de respuestas positivas.

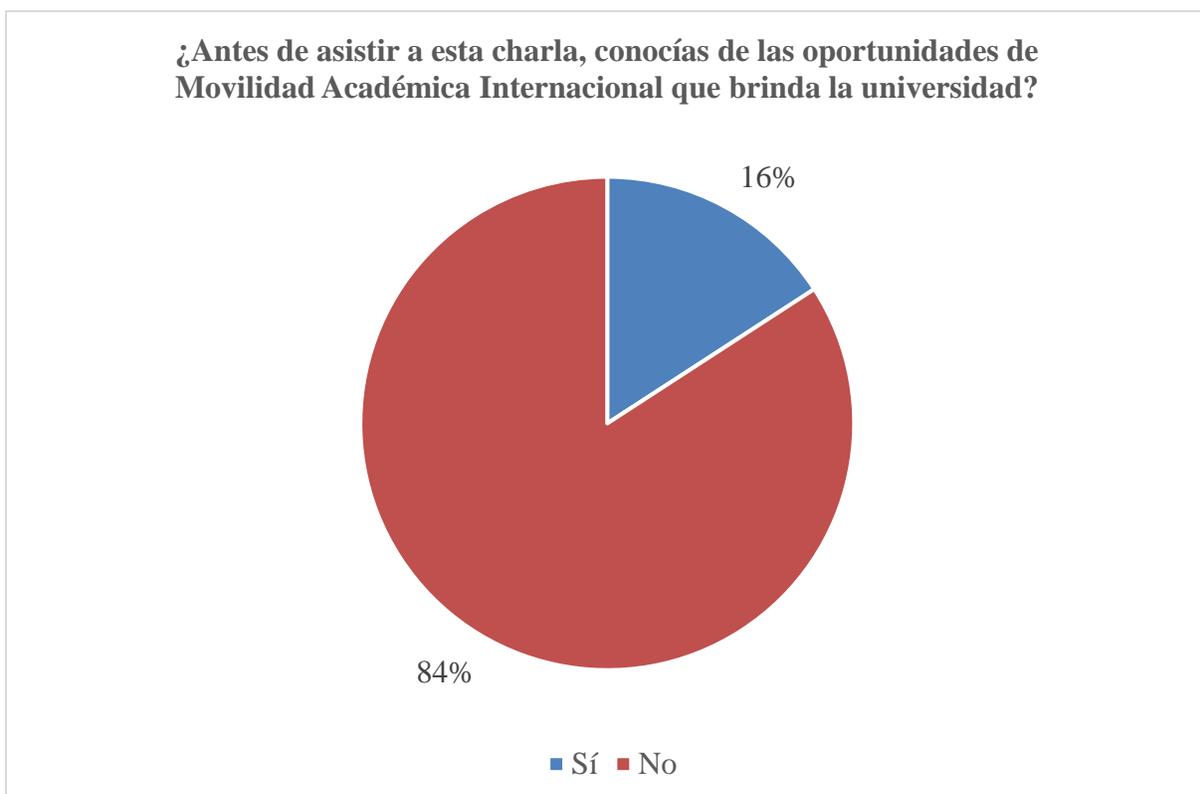


Figura 1. Conocimiento de Oportunidades de Movilidad Académica Internacional.

### Programas de Movilidad Académica Internacional de mayor interés

A la pregunta sobre qué tipo de Programa de Movilidad Académica Internacional les gustaría aplicar, 35% de los encuestados respondieron que, a programas regulares por ciclo de estudio, un 19% respondió que le interesa los programas de cursos cortos y/o programas de verano, un 15% respondió que le interesan los programas tipo *Work & Travel*, un 11% respondió estar interesado en oportunidades de programas de doble grado académico, un 10% indica tener interés en voluntariados internacionales y otro 10% indicó tener interés en aplicar a prácticas preprofesionales en el extranjero.

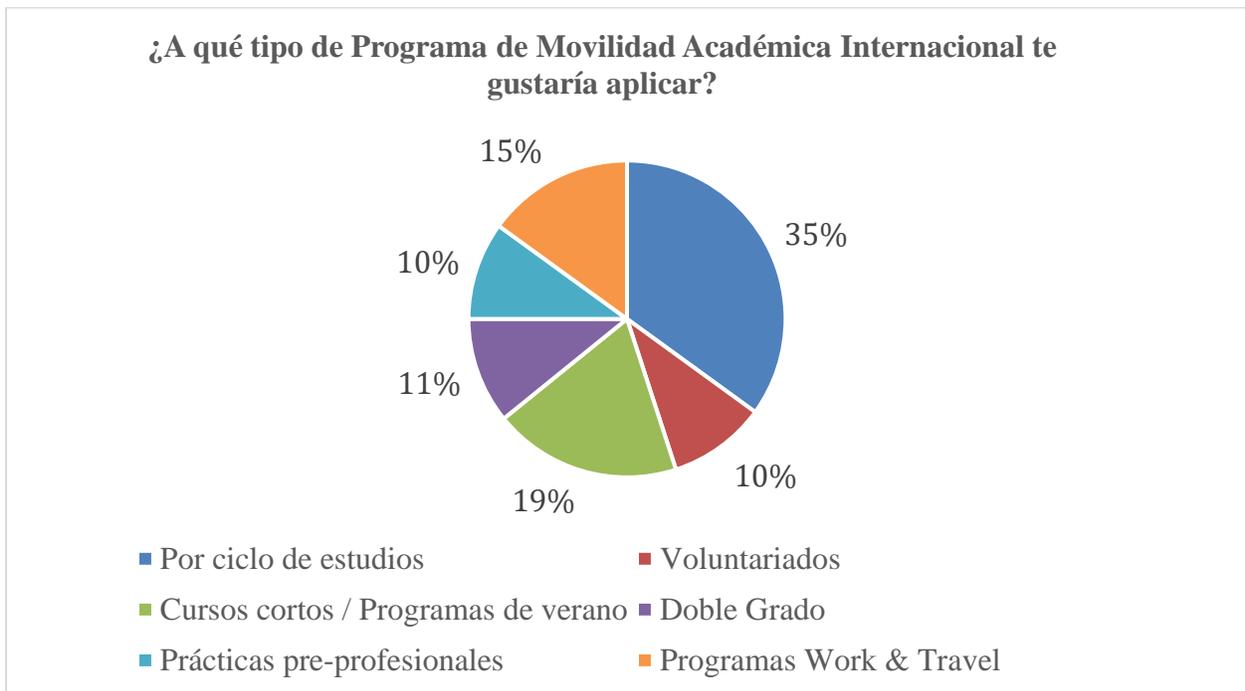
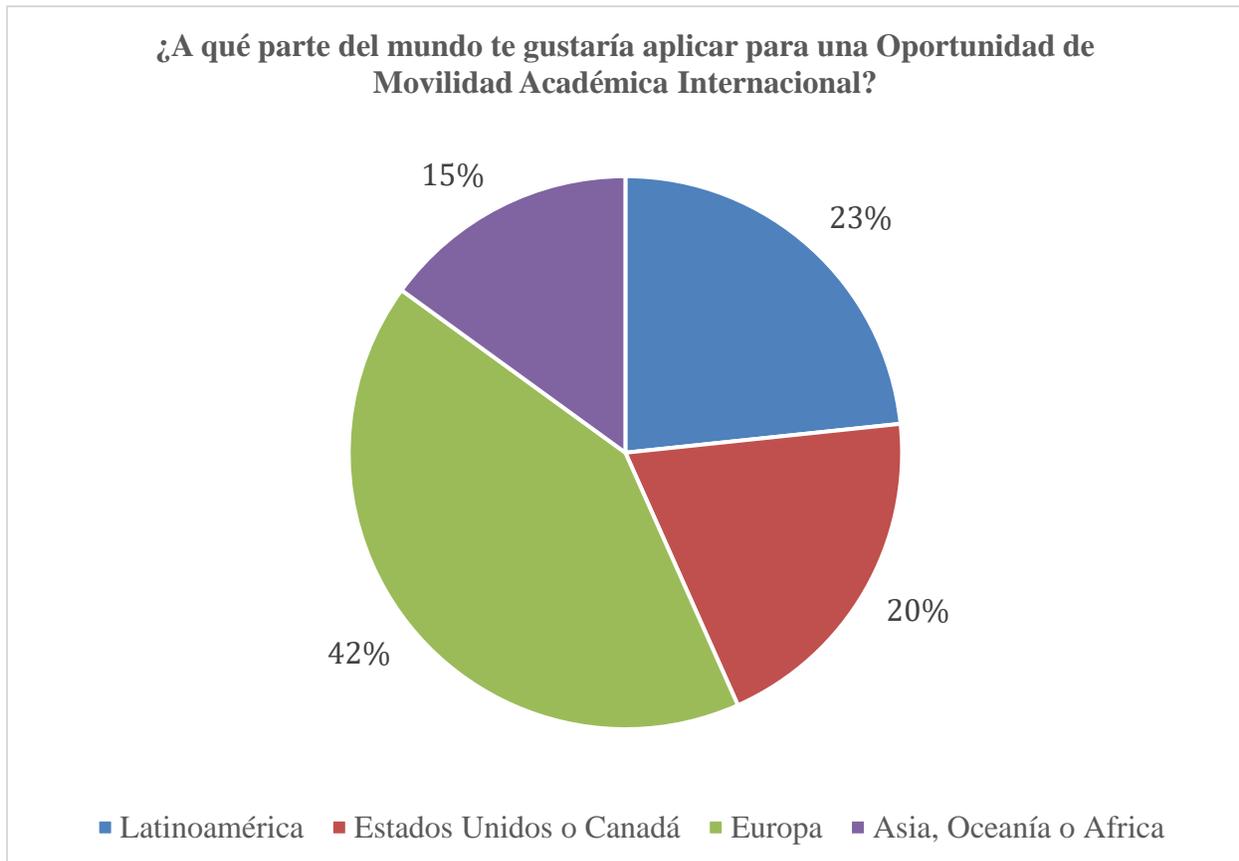


Figura 2. Programas de mayor interés para aplicar a Movilidad Académica Internacional.

### Lugar para participar de un Programa de Movilidad Académica Internacional

A la pregunta sobre a qué parte del mundo les gustaría aplicar para participar de un Programa de Movilidad Académica Internacional, 42% de los encuestados respondieron que, a países de Europa, un 23% respondió que le interesa aplicar a países de Latinoamérica, un 20% tiene interés en Estados Unidos y Canadá, y un 15% presenta interés en países de Asia, Oceanía y África.

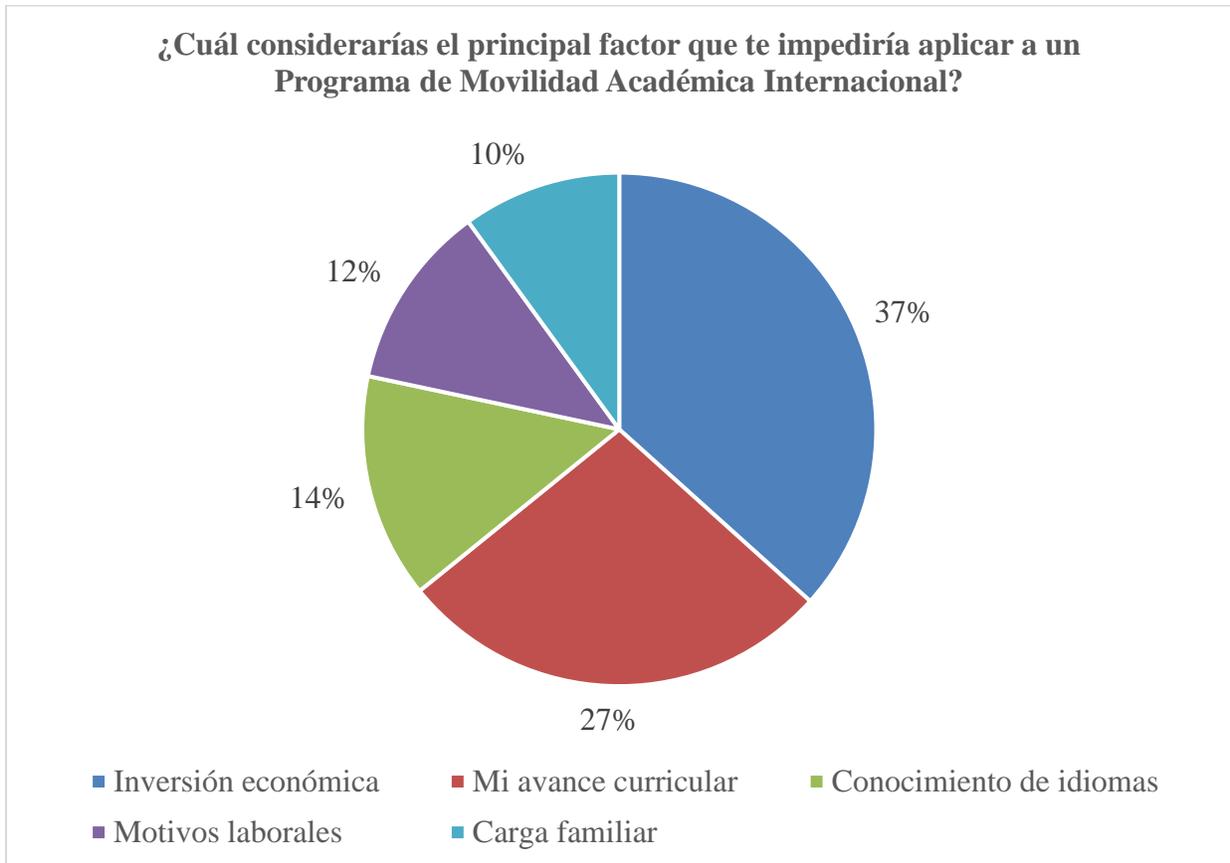


*Figura 3.* Lugares de interés para aplicar a Movilidad Académica Internacional.

### **Impedimento para aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional**

Al elaborar la pregunta sobre cual es el principal factor que los estudiantes consideran que les impediría aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional, un 37% de los encuestados respondió la inversión económica que esto representa, un 27% indica que su avance curricular le impide aplicar en estos momentos, un 14% considera que el conocimiento de idiomas

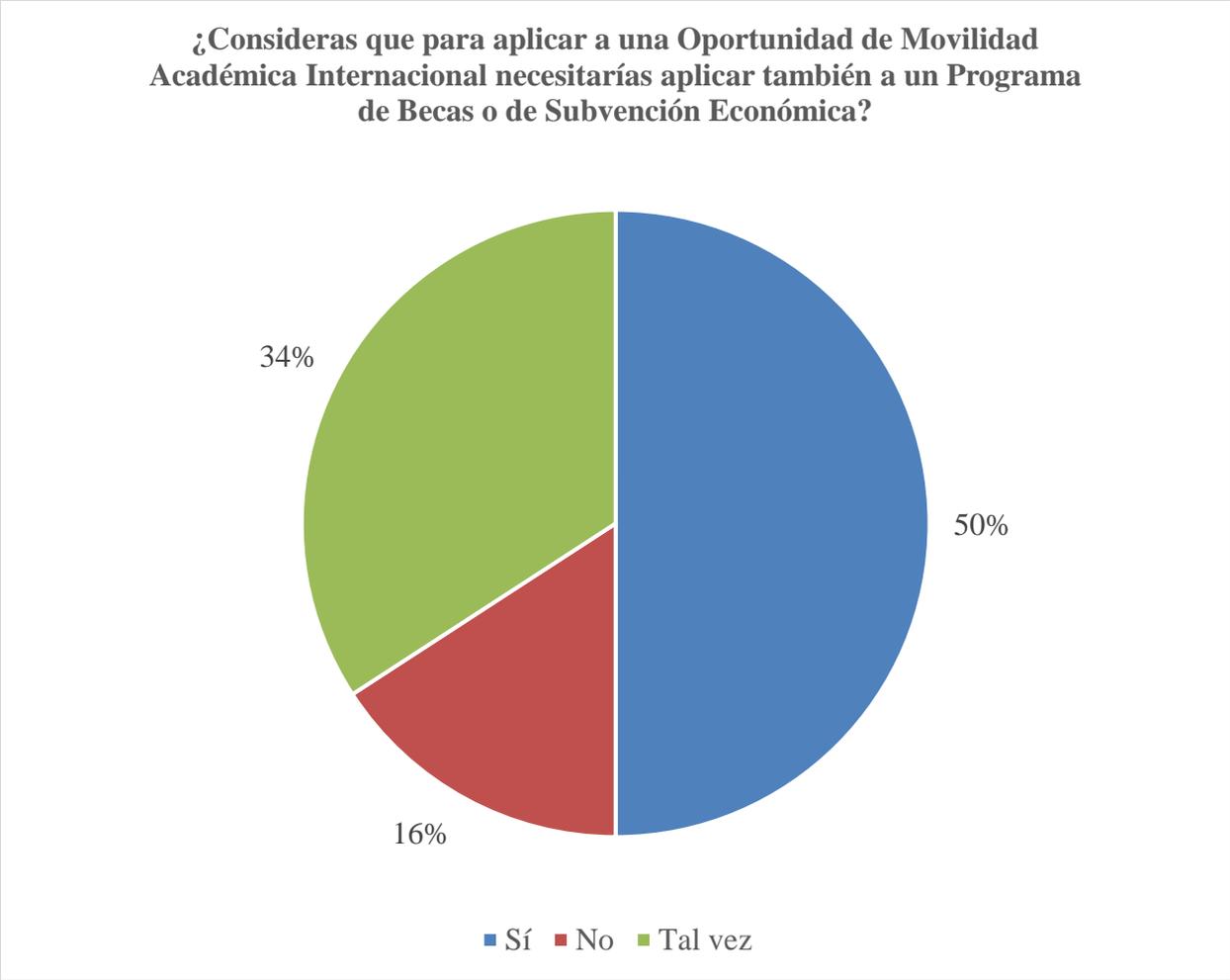
le imposibilita aplicar, un 12% tiene considera sus factores laborales y un 10% se vería imposibilitado de aplicar por factores familiares.



*Figura 4.* Impedimento para aplicar a Programas de Movilidad Académica Internacional.

### **Necesidad de Becas o Subvención Económica para aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional**

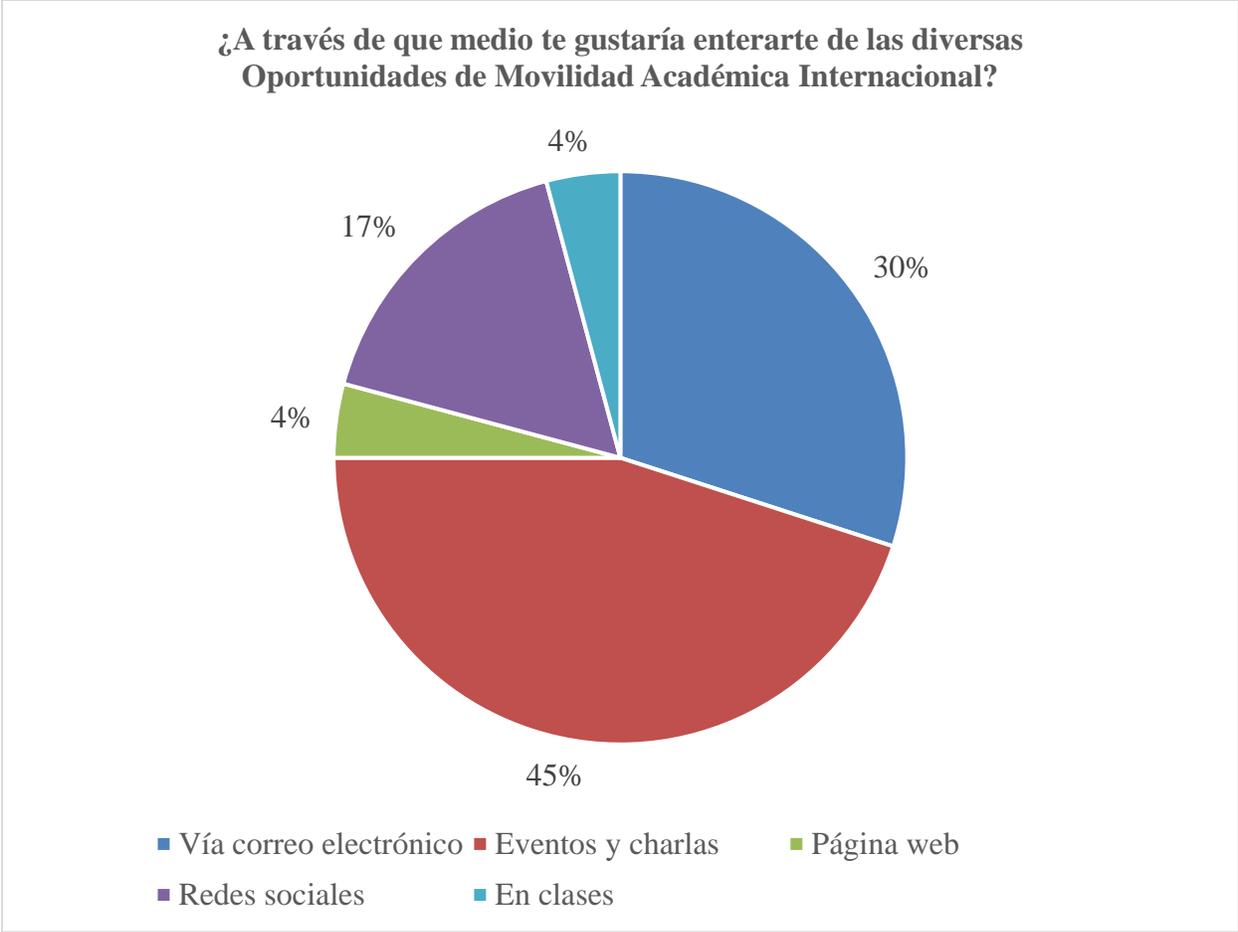
Al consultarle a los encuestados si consideran que para aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional necesitarían una beca o una subvención económica, se obtuvo que el 50% de los encuestados dijo que sí, un 34% de los encuestados respondió que tal vez y sólo un 16% de los encuestados mencionó que no lo necesitarían.



*Figura 5. Necesidad de Becas o Subvención Económica para aplicar a Programas de Movilidad Académica Internacional.*

**Medios para informarse sobre Oportunidades de Movilidad Académica Internacional**

A la pregunta sobre que medio informativo le gustaría recibir información de las diversas oportunidades de Movilidad Académica Internacional, 45% de los encuestados respondieron que, a través de eventos y charlas informativas, un 30% respondió que, a través del correo electrónico, un 17% respondió que a través de redes sociales y un 5% respondió que a través de la página web de la universidad otro 5% respondió que durante el desarrollo de las clases.



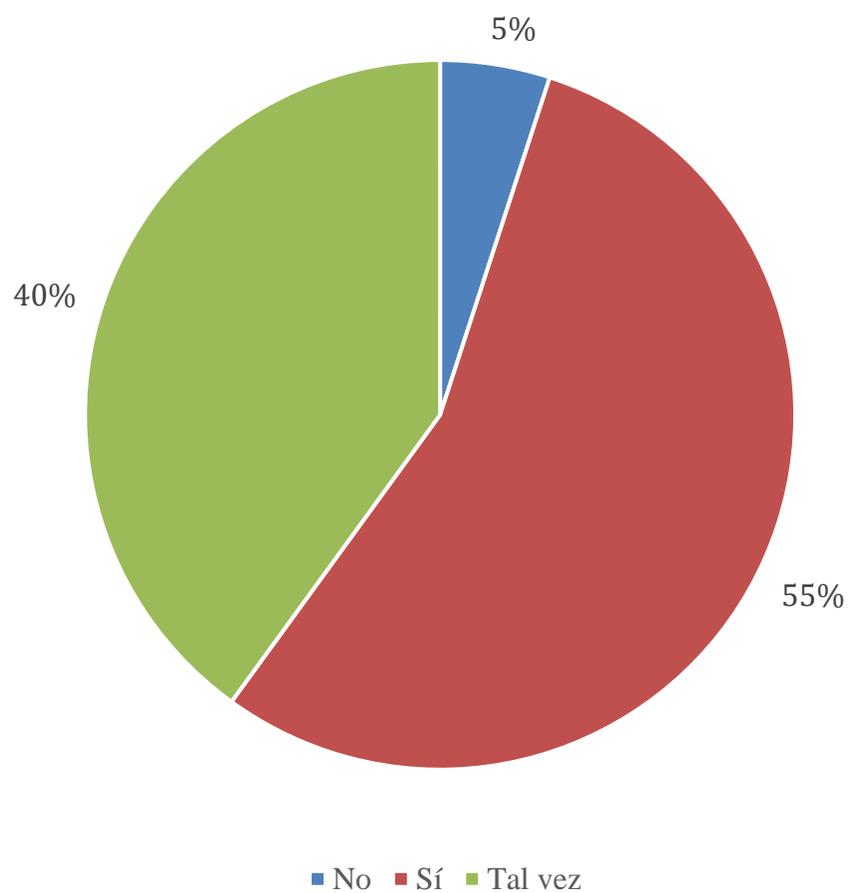
*Figura 6. Medios para informarse sobre Oportunidades de Movilidad Académica Internacional.*

**Interés de aplicar a Oportunidades de Movilidad Académica Internacional**

Seguidamente a la pregunta sobre el conocimiento de las oportunidades existentes de Movilidad Académica Internacional que brinda la universidad, se consultó sobre la intención de aplicar a estas oportunidades – ahora que ya cuentan con este conocimiento.

Un 55% de los encuestados manifestó que tienen interés en aplicar a estas actividades internacionales, un 40% de los mismos indicó que tal vez le interesaría aplicar a estas actividades y sólo un 5% de los encuestados no tiene interés en aplicar a los programas de Movilidad Académica Internacional.

**¿Después de asistir a esta charla, te interesaría aplicar a un intercambio del Programa de Movilidad Académica Internacional?**



*Figura 7.* Interés de aplicar a Oportunidades de Movilidad Académica Internacional.

## CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Luego de la implementación de la herramienta utilizada en el estudio y su análisis, se concluye lo siguiente:

- El desconocimiento de las oportunidades de movilidad académica internacional que la universidad ofrece a sus estudiantes es abrumador, teniendo más del 80% de la población estudiantil sin noción alguna al respecto del tema.
- Los programas de movilidad académica internacional que más interés despiertan en la población estudiantil son aquellos orientados al desarrollo y aprendizaje académico; precisamente, los programas que se dan durante un ciclo de estudios, cursos cortos o cursos de verano, despiertan el interés de más del 50% de los encuestados.
- Los programas internacionales orientados a desarrollar actividades de voluntariado internacional, practicas preprofesionales o programas tipo *Work & Travel* representan en conjunto el 31% de interés de la población estudiada; y los programas académicos internacionales de doble grado sólo representan el interés del 11% de los estudiantes.
- La población estudiantil de la universidad tiene un mayor interés en participar de experiencias internacionales en los países de la comunidad europea, alcanzando una expectativa de 42%; Por otro lado, casi el mismo porcentaje en suma se encuentra el interés de participar en experiencias internacionales en países de Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá. Los países de Asia, Oceanía y África son los menos atractivos para los estudiantes.
- Dentro los factores que generan preocupación por parte de los estudiantes para aplicar a Programas de Movilidad Académica Internacional, la economía que esto representa se encuentra como principal factor a considerar, con un 37%. Un 27% de los encuestados

considera que el factor que les imposibilita es su avance curricular, y esto seguramente porque muchos se enteraron de que para aplicar a la mayoría de los programas internacionales tienen que haber concluido la mitad de su programa de estudios.

- Por otro lado, 14% de los encuestados considera como un factor que les impide aplicar a Programas de Movilidad Académica Internacional es su conocimiento de idiomas extranjeros; pudiendo inferir que este porcentaje tienen interés sí o sí en aplicar a países de habla no hispana. Por otro lado, un 12% no aplicaría por factores laborales y un 10% por factores familiares.
- En cuanto a si los encuestados consideran aplicar también a un programa de becas o de subvención económica para movilidad académica, la mitad de los encuestados respondió que sí y un 34% respondió que tal vez. El conocimiento de la inversión económica que estas experiencias representa lo obtuvieron en las charlas de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, donde los estudiantes tomaron conciencia de los gastos que representa el traslado, la vivienda, alimentación, seguro de vida o contra accidentes y otros gastos. Sólo un 16% de los encuestados mencionó que no necesitaría de ninguna beca o subvención para poder participar de estas experiencias.
- Respecto a los medios idóneos para informar a los estudiantes sobre las diversas oportunidades de Movilidad Académica Internacional, se pudo notar la preferencia por los eventos informativos y las notificaciones por correo directo, los cual representa en conjunto un 75% de los resultados. El uso de las redes sociales aparentemente no es tan relevante para estos casos, ya que solo 17% de los encuestados lo consideró como medio informativo, y el uso de la página web de la universidad y la posibilidad de recibir información relevante durante las clases, resultaron ser de menos interés para estos fines con 5% cada uno.
- Finalmente, y después de que los estudiantes recibieron toda la información sobre Oportunidades de Movilidad Académica que les brinda la universidad, a la consulta de si les interesaría aplicar a una de estas, los resultaron concluyeron que más de la mitad de los

encuestados tienen interés, con un 55%; otro gran bloque de estudiantes mencionó que tal vez, con un 40% y solamente 5% de los encuestados mencionó no tener interés en ello.

## **Recomendaciones**

Luego del análisis de las conclusiones obtenidas de la herramienta de estudio, se procede a proponer algunas recomendaciones, las cuales serán de utilidad para la elaboración del plan de comunicación que se desea implementar como objetivo de este trabajo de investigación. Las recomendaciones son las siguientes:

- Se debe de implementar a la brevedad un plan de comunicación sobre las Oportunidades de Movilidad Académica Internacional que ofrece la universidad, esto debido al gran desconocimiento de parte de la población estudiantil. Se propone trabajar articuladamente con las escuelas profesionales y la dirección de marketing.
- Se sugiere trabajar con dos bloques de estudiantes. Los ingresantes y estudiantes de primeros ciclos, con la finalidad de que se puedan preparar y proyectar para aplicar a estos programas hasta llegar al momento en que su avance curricular se los permita; por otro lado, se sugiere trabajar también con estudiantes que superen la mitad de su avance curricular, ofreciéndoles la información de los procesos en curso a los que ya pueden postular.
- Debido a que los programas de Movilidad Académica Internacional que más despiertan interés en los estudiantes de la universidad son los que son para intercambio durante un ciclo regular de estudios, la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales debe de garantizar la gestión de nuevos convenios internacionales con universidades de prestigio y que permitan estas actividades, ya que de esta forma se podrá contar con mayores oportunidades para que los estudiantes apliquen.
- Debido al interés de los estudiantes, la universidad y la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales deben de entablar acercamientos con entidades que permitan

el desarrollo de actividades como voluntariados internacionales, prácticas preprofesionales y programas tipo *Work & Travel* para que los estudiantes puedan participar de estas actividades. Para este caso se sugiere trabajar de forma articulada junto con la Sub Dirección de Seguimiento al Egresado y Vinculación Laboral.

- La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales debe de gestionar convenios con más universidades de la Unión Europea, ya que el principal interés de los estudiantes es tener una actividad internacional en los países de este continente.
- Se debe de incentivar y difundir las oportunidades de becas y subvención económica para estudiantes que desean participar de Programas de Movilidad Académica Internacional, esto debido a que el factor económico es el principal obstáculo para los estudiantes. Se sugiere difundir las oportunidades de Beca Santander, Beca Alianza del Pacífico, Becas Erasmus+, Beca Carolina, así como las becas otorgadas por diferentes gobiernos. Para ello es muy importante el relacionamiento de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales con entidades como PRONABEC, Universia, Comisión Europea y embajadas.
- Por otro lado, se sugiere que la universidad debe seguir como miembro activo de la UDUAL – Unión de Universidades de América latina y el Caribe – ya que a través de su programa PAME – Programa Académico de Movilidad Estudiantil se promueven muchas becas completas y medias becas que ayudan a los estudiantes este tipo de experiencias internacionales sin mayores implicancias económicas.
- Para el plan de comunicaciones a elaborar se debe considerar seguir con las charlas informativas organizadas junto a las escuelas profesionales, ya que son de gusto de los estudiantes y es una buena forma de tener un contacto directo con ellos; además, que este tipo de actividades sirve mucho para despejar las dudas que puedan surgir, de forma inmediata. Se recomienda también que la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales elabore un evento principal al año que sea muy potente, con testimonios e invitados internacionales.

- La difusión de las aperturas de convocatorias de oportunidades de Programas de Movilidad Académica Internacional se debe de promocionar vía correo directo institucional a cada estudiante, y deben ser soportadas también con las redes sociales y la página web de la universidad. La sugerencia para este caso sería que dentro de la página web de la universidad la sub dirección cuente con un espacio que pueda ser retroalimentado constantemente, para que los alumnos puedan ingresar y tengan información constante.

## **CAPÍTULO 6: PROPUESTA DEL PLAN DE TRABAJO Y PLAN DE COMUNICACIÓN**

### **6.1 Plan de trabajo**

#### **Alcance**

Las acciones que desarrolla el presente plan incluyen a las siguientes áreas, a nivel institucional:

1. Vicerrectorado de Investigación y Responsabilidad Social
  - a. Sub-Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales
  
2. Vicerrectorado Académico
  - a. Escuelas Profesionales
  
3. Dirección de Marketing, Comunicaciones y Gestión Comercial
  - a. Jefatura de Comunicaciones
  - b. Coordinación de Imagen Institucional y Comunicación Corporativa

#### **Términos y Definiciones**

**Estudiante.** - Son estudiantes universitarios de pregrado quienes, habiendo concluido los estudios de educación secundaria, han aprobado el proceso de admisión a la universidad, han alcanzado vacante y se encuentran matriculados en ella.

**Movilidad Académica.** - Es el desplazamiento presencial o remoto de estudiantes, docentes, investigadores o administrativos hacia otra institución para realizar el fortalecimiento de capacidades y competencias, a través de cursos de asignaturas, cursos cortos, rotaciones, pasantías, investigaciones, asistencia a eventos, doble titulación, voluntariado internacional, entre otros.

**Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales.** - Sub Dirección que se encuentra dentro de la Dirección de Responsabilidad Social y que a su vez es parte del Vicerrectorado de

Investigación y Responsabilidad Social; este vicerrectorado tiene como objetivo promover, garantizar y liderar el proceso de inserción laboral de los estudiantes y egresados de la universidad, fomentar su internacionalización, la movilidad de los estudiantes, docentes, investigadores y administrativos; así como, diseñar e implementar diversas estrategias de Responsabilidad Social.

Puntualmente en la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales se gestionan convenios nacionales e internacionales con universidades e instituciones, lo cuales ofrecen beneficios a nuestros estudiantes, docentes, investigadores y administrativos, entre los cuales está la posibilidad de participar en movilidad académica, proyectos de investigación, entre otros, con la finalidad de reforzar su perfil de egreso o competencias – según sea el caso.

### **Objetivo General**

El plan de comunicaciones para difundir los programas de movilidad académica internacional de la universidad tiene como finalidad impartir procesos formativos con otras universidades, a través de experiencias, tal cual se articula en el modelo educativo institucional; de tal manera que estudiantes, docentes, investigadores y administrativos accedan y participen de actividades que les permitan ampliar sus posibilidades profesionales en el marco de la internacionalización.

### **Objetivos Específicos**

#### **1. Relacionamiento con instituciones educativas nacionales e internacionales, entidades varias, instituciones gubernamentales y/o representantes públicos:**

Entablar comunicación y relacionamiento con universidades nacionales e internacionales, para posicionar a la universidad como un aliado internacional estratégico, y así se le considere para colaboraciones bilaterales y nos informen sobre la apertura de sus procesos de movilidad académica; de igual manera, relacionarnos con embajadas, stakeholders, organizaciones no gubernamentales y organizaciones otorgantes de becas, para tomar conocimiento de la apertura de sus procesos otorgantes de becas para movilidad académica, entre otros, que puedan ser luego difundidos a los estudiantes.

## **2. Fomentar la internacionalización en las escuelas profesionales de la universidad:**

Sensibilizar y capacitar al cuerpo académico de la universidad sobre la importancia de las experiencias internacionales; y difundir a través de ellos las diversas convocatorias para movilidad académica y relacionamiento bilateral hacia los estudiantes.

## **3. Desarrollar procesos, logística y materiales que permitan la adecuada gestión de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales:**

Desarrollar y proporcionar herramientas que sean útiles para el relacionamiento de la universidad con otras instituciones, elaborar procesos que permitan las buenas prácticas de los procesos de la sub dirección y de la movilidad académica, así como las actividades complementarias que permitan el mantener e incrementar el prestigio de la universidad.

### **Estrategias y actividades**

Las estrategias que se proponen implementar para el plan de comunicación están alineadas a los objetivos específicos:

<b>1. Relacionamiento con instituciones educativas nacionales e internacionales, entidades varias, instituciones gubernamentales y/o representantes públicos</b>	1. Contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilaterales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, " <i>work &amp; travel</i> " y responsabilidad social.
	2. Gestionar la suscripción de convenios, acuerdos, cartas de entendimiento, memorándum, adendas, renovación y otros, con las diferentes instituciones nacionales e internacionales.
	3. Representación Institucional de la universidad de forma nacional como internacional.

	4. Identificar concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de empleabilidad, voluntariado e internacionalización para la comunidad de la universidad.
	5. Actualización de base de datos de relaciones públicas e institucionales, trabajada gracias a los convenios y red de contactos en general.
<b>2. Fomentar la internacionalización en la escuelas profesionales de la universidad y su comunidad</b>	6. Identificar oportunidades colaborativas permitidas por convenio e Identificar a los líderes por escuela profesional para su implementación.
	7. Capacitación a directores y coordinadores de las escuelas profesionales.
	8. Charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes.
	9. Realizar el evento “La 1ra Semana Internacional”.
<b>3. Desarrollar procesos, logística y materiales que permitan la adecuada gestión de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales</b>	10. Diseñar logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound.
	11. Realizar la recepción de estudiantes inbound.
	12. Full day de confraternidad para estudiantes inbound.
	13. Ceremonia de despedida para estudiantes inbound.
	14. Ceremonia de despedida de estudiantes outbound.
	15. Diseño y aprobación de material promocional para uso en actividades varias del 2023.
	16. Elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento publico institucional de la sub dirección.

## Cronograma por estrategias y actividades

ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES POR DESARROLLAR	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
DESCRIPCIÓN													
Contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilateales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, "work & travel" y responsabilidad social		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		10
Gestionar la suscripción de convenios, acuerdos, cartas de entendimiento, memorandum, adendas, renovación y otros, con las diferentes instituciones nacionales e internacionales		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		10
Representaciones Institucionales de forma Nacional como Internacional				X				X			X		3
Identificar concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de empleabilidad, voluntariado e internacionalización para la comunidad de la universidad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12
Actualización de base de datos de relaciones publicas e institucionales, trabajada gracias a los convenios y red de contactos en general			X			X			X			X	4
Identificar oportunidades colaborativas permitidas por convenio e Identificar a los líderes por carrera para su implementación			X					X					2
Capacitación a directores y coordinadores de escuelas profesionales				X	X				X	X			4
Charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes				X	X				X	X			4
Realizar el evento "La 1ra Semana Internacional"									X				1
Diseñar logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound			X										1
Realizar la recepción de estudiantes inbound			X					X					2
Full day de confraternidad para estudiantes inbound			X					X					2
Ceremonia de despedida para estudiantes inbound			X					X				X	3
Ceremonia de despedida de estudiantes outbound			X					X					2
Diseño y aprobación de material promocional para uso en actividades varias del 2023					X								1
Elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento publico institucional de la sub dirección					X				X		X		3

Elaboración propia

## Matriz de entregables por estrategias y actividades

MATRIZ DE OBJETIVOS POR ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META	OBSERVACIÓN	TIEMPO DE DURACIÓN
DESCRIPCIÓN				
Contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilateales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, "work & travel" y responsabilidad social	INFORME	SEMESTRAL	Reporte de alianzas con universidades e instituciones extranjeras (nuevos convenios, movildades académicas realizadas, colaboraciones bilaterales realizadas)	10
Gestionar la suscripción de convenios, acuerdos, cartas de entendimiento, memorandum, adendas, renovación y otros, con las diferentes instituciones nacionales e internacionales	DOCUMENTOS	SEMESTRAL	Reporte de alianzas con universidades e instituciones extranjeras (nuevos convenios, movildades académicas realizadas, colaboraciones bilaterales realizadas)	10
Representaciones Institucionales de forma Nacional como Internacional	INFORME	ANUAL	Reporte de representaciones institucionales	3
Identificar concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de empleabilidad, voluntariado e internacionalización para la comunidad de la universidad	REGISTRO	SEMESTRAL	Mailing de contacto y difusión	12
Actualización de base de datos de relaciones publicas e institucionales, trabajada gracias a los convenios y red de contactos en general	REGISTRO	TRIMESTRAL	Base de datos de la Sub Dirección	4
Identificar oportunidades colaborativas permitidas por convenio e Identificar a los líderes por carrera para su implementación	REGISTRO	SEMESTRAL	Reporte de colaboraciones bilaterales internacionales por escuela	2
Capacitación a directores y coordinadores de escuelas profesionales	ACCIÓN	ANUAL	Reporte de capacitaciones a directores y coordinadores de escuelas profesionales	4
Charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes	ACCIÓN	SEMESTRAL	Reporte de resultados charlas informativas de movilidad académica y "1ra Semana Internacional"	4
Realizar el evento "La 1ra Semana Internacional"	ACCIÓN	ANUAL	Reporte de resultados charlas informativas de movilidad académica y "1ra Semana Internacional"	1
Diseñar logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound	CATÁLOGO/MANUAL	ANUAL	Catálogo de vivienda y tutorial de bienvenida a estudiantes extranjeros	1
Realizar la recepción de estudiantes inbound	ACCIÓN	SEMESTRAL	Reporte de movilidad académica outbound e inbound	2
Full day de confraternidad para estudiantes inbound	ACCIÓN	SEMESTRAL	Reporte de movilidad académica outbound e inbound	2
Ceremonia de despedida para estudiantes inbound	ACCIÓN	SEMESTRAL	Reporte de movilidad académica outbound e inbound	3
Ceremonia de despedida de estudiantes outbound	ACCIÓN	SEMESTRAL	Reporte de movilidad académica outbound e inbound	2
Diseño y aprobación de material promocional para uso en actividades varias del 2023	MERCHANDISING	ANUAL	Merchandising elaborado	1
Elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento publico institucional de la sub dirección	REGISTRO	ANUAL	Productos elaborados	2

Elaboración propia

## Presupuesto por estrategias y actividades

PRESUPUESTO POR ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES													
DESCRIPCIÓN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilateales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, "work & travel" y responsabilidad social		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500		5,000
Gestionar la suscripción de convenios, acuerdos, cartas de entendimiento, memorandum, adendas, renovación y otros, con las diferentes instituciones nacionales e internacionales		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500		5,000
Representaciones Institucionales de forma Nacional como Internacional				10,000				10,000			5,000		25,000
Capacitación a directores y coordinadores de escuelas profesionales			1,500	1,500				1,500	1,500				6,000
Charlas informativas sobre Movilidad Académica			1,500	1,500				1,500	1,500				6,000
Realizar la 1ra Semana Internacional									18,000				18,000
Diseñar logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound			500										500
Realizar la recepción de estudiantes inbound			5,000					5,000					10,000
Full day de confraternidad para estudiantes inbound			3,000					3,000					6,000
Ceremonia de despedida para estudiantes inbound			5,000					5,000				5,000	15,000
Ceremonia de despedida de estudiantes outbound			3,000					3,000					6,000
Diseño y aprobación de material promocional para uso en actividades varias del 2023					5,000								5,000
Elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento publico institucional de la sub dirección					3,000				3,000				6,000
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1,000</b>	<b>20,500</b>	<b>14,000</b>	<b>9,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>30,000</b>	<b>25,000</b>	<b>1,000</b>	<b>6,000</b>	<b>5,000</b>	<b>113,500</b>

Elaboración propia

Es importante mencionar que tres actividades no se encuentran incluidas en el presupuesto, ya que son consideradas como propias de la gestión del día a día y que no necesitan de un presupuesto adicional para su gestión.

Entre esas actividades están:

- Identificar concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de empleabilidad, voluntariado e internacionalización para la comunidad de la universidad.
- Actualización de base de datos de relaciones públicas e institucionales, trabajada gracias a los convenios y red de contactos en general.
- Identificar oportunidades colaborativas permitidas por convenio e Identificar a los líderes por carrera para su implementación.

## Riesgos por estrategias y actividades

ESTRATEGIA O ACTIVIDAD	RIESGOS	MEDIDA DE CONTINGENCIA
Contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilateales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, "work & travel" y responsabilidad social	Negativa, poco interés o falta de respuesta de instituciones para gestionar colaboraciones o acercamientos con la universidad	Monitoreo de universidades participantes en rankings internacionales
Gestionar la suscripción de convenios, acuerdos, cartas de entendimiento, memorandum, adendas, renovación y otros, con las diferentes instituciones nacionales e internacionales	Instituciones no interesadas en suscribir o renovar convenios	Solicitar a escuelas profesionales sugerencias de instituciones afines
Representaciones Institucionales de forma Nacional como Internacional	No autorización para uso de partida presupuestal	Participar en eventos de networking virtuales
Identificar concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de empleabilidad, voluntariado e internacionalización para la comunidad de la universidad	No apertura de programas de becas	Mapeo de embajadas que ofrezcan oportunidades de becas
Actualización de base de datos de relaciones publicas e institucionales, trabajada gracias a los convenios y red de contactos en general	No contar con registro actualizado	Mantener contacto periodicamente
Identificar oportunidades colaborativas permitidas por convenio e Identificar a los líderes por carrera para su implementación	Escuelas profesionales sin personal que vea temas de internacionalización	Solicitar a directores de las escuelas profesionales que designen a un docente de tiempo completo
Capacitación a directores y coordinadores de escuelas profesionales	Poco interés de parte de los directores de las escuelas profesionales para ser capacitados	Flexibilidad para ofrecer capacitación
Charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes	Poco interés por parte de las escuelas profesionales para gestionar las charlas	Ofrecer espacios para charlas virtuales o presenciales
Realizar el evento "La 1ra Semana Internacional"	Instituciones invitadas no interesadas en participar, poca o nula difusión del evento por parte de marketing	Invitar a universidades socias con anticipación
Diseñar logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound	---	---
Realizar la recepción de estudiantes inbound	No autorización para uso de partida presupuestal	Solicitar apoyo a las escuelas profesionales
Full day de confraternidad para estudiantes inbound	No autorización para uso de partida presupuestal	Solicitar apoyo a la gerencia general y/o presidencia
Ceremonia de despedida para estudiantes inbound	No autorización para uso de partida presupuestal	Solicitar apoyo a las escuelas profesionales
Ceremonia de despedida de estudiantes outbound	No autorización para uso de partida presupuestal	Solicitar apoyo a las escuelas profesionales
Diseño y aprobación de material promocional para uso en actividades varias del 2023	Poco apoyo del equipo de logística y marketing	Solicitar a logística la lista de materiales ya disponibles
Elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento publico institucional de la sub dirección	Disponibilidad del equipo de marketing	Elaborar materiales con recursos propios

Elaboración propia

## Oportunidades por estrategias y actividades

ESTRATEGIA O ACTIVIDAD	OPORTUNIDADES
Contactar a instituciones nacionales e internacionales a fin de concretar acuerdos de cooperación bilateales orientados a la movilidad académica, formación académica, proyectos de investigación, "work & travel" y responsabilidad social	Participar de eventos de networking para conocer nuevas instituciones y sus representantes
Gestionar la suscripción de convenios, acuerdos, cartas de entendimiento, memorandum, adendas, renovación y otros, con las diferentes instituciones nacionales e internacionales	Participar de eventos de networking para conocer nuevas instituciones y sus representantes
Representaciones Institucionales de forma Nacional como Internacional	Gestionar eventos virtuales propios
Identificar concursos y programas de becas para el incremento de oportunidades de empleabilidad, voluntariado e internacionalización para la comunidad de la universidad	---
Actualización de base de datos de relaciones publicas e institucionales, trabajada gracias a los convenios y red de contactos en general	---
Identificar oportunidades colaborativas permitidas por convenio e Identificar a los líderes por carrera para su implementación	---
Capacitación a directores y coordinadores de escuelas profesionales	Ofrecer capacitaciones virtuales
Charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes	Aprovechar la virtualidad para dar charlas más flexibles
Realizar el evento "La 1ra Semana Internacional"	Realizar el evento en modalidad virtual para asegurar invitados internacionales
Diseñar logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound	Apoyo de los coordinadores de internacionalización para realizar una logística in-house
Realizar la recepción de estudiantes inbound	---
Full day de confraternidad para estudiantes inbound	---
Ceremonia de despedida para estudiantes inbound	---
Ceremonia de despedida de estudiantes outbound	---
Diseño y aprobación de material promocional para uso en actividades varias del 2023	Utilizar el material existente en el departamento de logística de la universidad
Elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento publico institucional de la sub dirección	Utilizar el material de apoyo existente en el departamento de marketing de la universidad

Elaboración propia

## **6.1 Plan de comunicación**

El plan de comunicación para difundir las oportunidades de movilidad académica internacional hacia los estudiantes estará articulado con lo que se ha presentado en el plan de trabajo de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, y para ello también, se tomará en cuenta los resultados de la investigación que se han detallado en el capítulo 4 de este trabajo, y las conclusiones y recomendaciones expuestas también en el capítulo 5 del presente documento.

### **Acciones**

Dentro de las estrategias y actividades que se han detallado realizar en el plan de trabajo de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales se encuentran algunas acciones específicas orientadas para los estudiantes, los cuales formaran parte del plan de comunicación que se piensa implementar con el apoyo de las escuelas profesionales y de la dirección de marketing, comunicaciones y gestión comercial.

#### **1. Charlas informativas sobre movilidad académica para estudiantes:**

Pensadas a realizarse inmediatamente iniciado cada nuevo semestre o ciclo de estudio. Según el apoyo y la coordinación de las escuelas profesionales, estas se realizarán de forma presencial o virtual, diseñando y teniendo charlas diferenciadas para estudiantes recién ingresantes a la universidad y para estudiantes con mayor avance académico.

Al termino de cada charla se deberá de aplicar una encuesta de satisfacción para ir midiendo los avances del trabajo de la sub dirección, y el interés de los estudiantes sobre las actividades de internacionalización.

Estas charlas serán difundidas vía mailing directo a través de las escuelas profesionales y difundidas también en los horarios de clases. Además, se estima programar ciclos de charlas abiertas cuando se aperturen diversas convocatorias para movilidad académica, las cuales serán difundidas por redes sociales de la universidad.

En ambos casos, se están utilizando los medios que los estudiantes consideraron más propicios para enterarse de estos temas. En el anexo 6 se muestra la presentación sugerida para usar en las charlas informativas a estudiantes de escuelas profesionales.

## **2. Evento “La 1ra Semana Internacional”:**

Este evento se realizará una vez al año, y será para toda la comunidad de la universidad. Su duración se estima que será de una semana completa, en donde se estima contar con representantes de universidades socias, empresas e instituciones que ofrecen programas de voluntariado, programas *Work & Travel*, institutos de idiomas, representantes de embajadas, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, exposiciones de grupos de estudiantes, testimoniales de egresados con experiencia internacional, charlas de los directores académicos con experiencia internacional, feria internacional y *Global Village* realizado por estudiantes de intercambio, etc.; todo con la finalidad de exponer diversas oportunidades en el extranjero e incentivar a los estudiantes a apostar por su internacionalización.

Se estima hacer un registro de asistentes al inicio de cada charla dentro de esta semana de actividades, con la finalidad de que posteriormente se pueda enviar una encuesta de satisfacción para conocer las impresiones del evento, lo que fue de mayor gusto, que otras necesidades y oportunidades de mejora se pueden implementar en siguientes ocasiones, y sobre todo conocer a los estudiantes interesados en este tipo de información de acuerdo con su programa de estudio y su avance curricular.

Este evento será difundido por redes sociales, mailing directo, *pop ups* en el aula virtual e intranet de los estudiantes y con publicidad exterior dentro del campus universitario. En el anexo 7 se encuentra la gráfica madre propuesta, de la cual se desprenderán todas las piezas de comunicación.

## **3. Difusión de los recursos de apoyo de la sub dirección:**

Dentro de las estrategias y actividades a desarrollar dentro del plan de trabajo de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, se encuentra la elaboración de recursos de apoyo para el relacionamiento público institucional. Esto quiere decir, que se va a implementar herramientas como una página web con información certera y actualizada periódicamente sobre la sub dirección, los convenios existentes y las oportunidades de movilidad académica internacional que están disponibles para todos los estudiantes de la universidad.

También se estima crear un correo y un *whatsapp* de consultas, los cuales junto con la página web serán difundidos a través de las redes sociales de la universidad y vía mailing directo a los estudiantes; medios que fueron considerados los más idóneos en el trabajo de investigación.

Además, es importante mencionar que se realizará una “Guía de intercambio” para cada escuela por separado, ya que la finalidad es que los estudiantes tengan conocimiento de a que universidades socias de la institución pueden aplicar, según las escuelas que estas tengan en común. Estas guías estarían ubicadas en la página web de internacionalización de la universidad, y para dar un ejemplo de que información contendrá, se coloca el modelo a seguir en el anexo 5.

### **Target | Segmentación de estudiantes por avance curricular**

Las oportunidades de Movilidad Académica Internacional para los estudiantes tienen como requerimiento el que estos se encuentren superando la mitad de su plan de estudios para poder aplicar; es por ello que para las charlas informativas se hará un trabajo diferenciado, segmentando estudiantes recién ingresados a la universidad y estudiantes con mayor avance curricular.

#### **1. Estudiantes de primeros ciclos:**

Para los estudiantes recién ingresados a la universidad, el concepto de la comunicación será que tomen conocimiento de las oportunidades de internacionalización a las que van a poder aplicar cuando lleguen a la mitad de su programa de estudios.

La idea es que interioricen que tienen dos años y medio para prepararse para:

- Estudiar un idioma extranjero, para aplicar a un país que sea de su interés y en donde no se hable español.
- Tomar conciencia de la inversión económica que puede llegar a representar una actividad de estas características, y así poder estar preparado financieramente si es que sus posibilidades se lo permiten.
- Destacar académicamente, para que así tengan un mejor promedio ponderado y puedan tener mayores oportunidades de ser seleccionados y/o para aplicar a una beca de subvención económica, donde los estudiantes con mejor promedio son usualmente los beneficiados.

A estos estudiantes se les incentivará a asistir a las charlas donde expongan el centro de idioma de la universidad, los programas de voluntariado y de *Work & Travel*; los cuales son aptos para estudiantes que superen el primer ciclo de estudio, y que, además, es considerado un primer buen acercamiento para actividades de internacionalización.

## **2. Estudiantes con mayor avance curricular:**

Para los estudiantes con mayor avance curricular; es decir, los que se encuentren en quinto ciclo de estudios en adelante, el concepto de la comunicación será que tomen conocimiento de las oportunidades habilitadas en el momento, para que apliquen a los programas de movilidad académica internacional.

La idea es que interioricen la siguiente información:

- Conocimiento pleno de las convocatorias abiertas para movilidad académica internacional de las universidades socias y de la convocatoria de PAME de UDUAL.
- Conocimiento de los programas de becas para subvención económica, tales como Beca Santander, Alianza del Pacífico, Erasmus+, Beca Carolina o cualquier otro programa

- que de una organización, embajada o consulado que este en plena difusión.
- Conocimiento de los requerimientos y procedimientos para la postulación a las universidades para ser seleccionado y a los programas de becas para ser beneficiado.

A estos estudiantes se les incentivará a postular, resaltando en la comunicación los beneficios que una actividad de estas características brinda para su formación académica y para su futuro laboral; además, se les incitará a tener toda su documentación preparada (pasaporte, récord académico, estar al día en sus pagos, carta de presentación, certificado de idiomas de ser necesario, etc.) y se les indicará que el proceso tiene un acompañamiento de parte de la sub dirección y de su escuela profesional.

### **Seguimiento del plan**

Como se mencionó anteriormente, con este plan de comunicación se estima que los resultados se vayan incrementando gradualmente cada semestre; por ello, todas las acciones que se realizarán tendrán una trazabilidad semestral. Sin embargo, el incremento esperado se planea medir a un año de haber iniciado la implementación del plan de comunicación.

Es decir, además de poder obtener datos de cuanto conocimiento están teniendo los estudiantes de la universidad sobre la información de oportunidades de internacionalización gracias a las charlas de difusión y a los recursos que implementará la sub dirección semestralmente; la intención del seguimiento del plan es poder contrastar esa información de forma anual con los resultados de estudiantes que aplicaron a una plaza de movilidad en una universidad, así como los que fueron aceptados, y también, los estudiantes que ganaron alguna beca de subvención.

### **Proyección de resultados**

1. Se espera que al finalizar el año 2023, un 50% de la población estudiantil tenga conocimiento de las oportunidades de movilidad académica internacional que ofrece la universidad.

2. Al finalizar el año 2023 se espera un incremento del 100% de estudiantes que hayan postulado a algún programa de movilidad académica internacional comparado con lo registrado para el semestre 2022-2.

### **KPI's**

El plan de trabajo de la Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales, el cual incluye el plan de comunicación presentado, presenta los siguientes indicadores clave de rendimiento (o KPI's, como también se les conoce por sus siglas en inglés):

- # de nuevos convenios internacionales
- # estudiantes inbound
- # de estudiantes outbound
- # de charlas de difusión
- # de asistentes a charlas de difusión
- Nivel de satisfacción: Encuesta charlas de difusión
- Nivel de satisfacción: Encuesta “La 1ra Semana Internacional”
- Nivel de satisfacción: Encuesta recepción de estudiantes inbound
- Nivel de satisfacción: Encuesta *full day* de confraternidad para estudiantes inbound
- Nivel de satisfacción: Encuesta ceremonia de despedida para estudiantes inbound
- Nivel de satisfacción: Encuesta Ceremonia de despedida de estudiantes outbound
- Nivel de satisfacción: Encuesta logística de vivienda y transporte interno de estudiantes inbound
- # de eventos de difusión > otras actividades

## BIBLIOGRAFÍA

Alard Josemaria, J. & Monfort, A. (2017). *Plan de comunicación on y off en la práctica*. Madrid: ESIC.

Bekin, Saul F. (1995) *Conversando sobre endomarketing*. São Paulo: Makron Books.

De Medeiros Brum, Analisa. (1995). *Endomarketing: estrategias de comunicación interna para empresas que buscan la calidad y la competitividad*. Porto Alegre: ABRP-RS/SC.

De Medeiros Brum, Analisa. (2010). *Endomárketing de A a Z: Cómo alinear el pensamiento de las personas a la estrategia de la empresa*. São Paulo: Integrare Editora.

Grönroos, C. Marketing (1995). *Gerenciamiento y servicios - la competición por servicios en la hora de la verdad*. Rio de Janeiro: Campus.

Garcoa Sanz, Nagore (21 de noviembre de 2022). *Cómo hacer un plan de comunicación en la empresa*. Recuperado de: <https://nagoregarciasanz.com/plan-de-comunicacion/>

Larios-Gómez, E. (2014). *Mercadotecnia de las instituciones de educación superior*. Cuaderno Profesional de Marketing-UNIMEP, 2(1), 15-29

Ponce Talancón, H. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Recuperado de: <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L. & Gerónimo, M. (2011). *Endomárketing: Estrategias de relación con el cliente interno*. Lima: Esan Ediciones

Santana, E. (2021). *El plan de comunicación paso a paso*. Barcelona: Hoaki Books.

Tavares, M., (2010). *Comunicación empresarial y planes de comunicación: integrando teoría y práctica*. São Paulo: Editora Atlas

## ANEXOS

### **Anexo 1:** Encuesta cuantitativa a estudiantes

21/11/22, 10:31 Charla Informativa - Programa de Movilidad Académica Internacional

## Charla Informativa - Programa de Movilidad Académica Internacional

La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales de la universidad agradece su participación en la presente charla sobre el Programa de Movilidad Académica Internacional.

Con la finalidad de conocer un poco más de tus intereses y obtener oportunidades de mejora, te agradecemos por favor completar la siguiente encuesta:

---

**\*Obligatorio**

1. Apellidos \*

\_\_\_\_\_

2. Nombres \*

\_\_\_\_\_

3. Sexo

*Marca solo un óvalo.*

Masculino

Femenino

4. Edad

\_\_\_\_\_

[https://docs.google.com/forms/d/10GsupZ5Onix8kxEfIDf7\\_-nxmztUkNtPY54WMsAW-A/edit](https://docs.google.com/forms/d/10GsupZ5Onix8kxEfIDf7_-nxmztUkNtPY54WMsAW-A/edit) 1/5

5. Escuela Profesional \*

*Marca solo un óvalo.*

- Medicina humana
- Estomatología
- Enfermería
- Psicología
- Tecnología Médica - Laboratorio Clínico
- Tecnología Médica - Terapia Física
- Medicina Veterinaria y Zootecnia
- Ciencias de la Comunicación
- Administración de Negocios
- Contabilidad
- Turismo, Hotelería y Gastronomía
- Ingeniería de Computación y Sistemas
- Ingeniería en Enología y Viticultura
- Ingeniería Agroindustrial
- Ingeniería Civil
- Derecho

6. Ciclo de estudios \*

*Marca solo un óvalo.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14

7. ¿Antes de asistir a esta charla, conocías de las oportunidades de Movilidad Académica Internacional que brinda la universidad? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

8. ¿A qué tipo de Programa de Movilidad Académica Internacional te gustaría aplicar?

*Marca solo un óvalo.*

- Por ciclo de estudios
- Cursos cortos / Programas de verano
- Prácticas pre-profesionales
- Voluntariados
- Doble Grado
- Programas Work & Travel
- Otro: \_\_\_\_\_

9. ¿A qué parte del mundo te gustaría aplicar para una Oportunidad de Movilidad Académica Internacional?

*Marca solo un óvalo.*

- Latinoamérica
- Estados Unidos o Canadá
- Europa
- Asia, Oceanía o África

10. ¿Cuál considerarías el principal factor que te impediría aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional?

*Marca solo un óvalo.*

- Inversión Económica
- Mi avance curricular
- Conocimientos de idiomas
- Motivos laborales
- Carga familiar

11. ¿Consideras que para aplicar a una Oportunidad de Movilidad Académica Internacional necesitarías aplicar también a un Programa de Becas o de Subvención Económica?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No  
 Tal vez

12. ¿A través de que medio te gustaría enterarte de las diversas Oportunidades de Movilidad Académica Internacional?

*Marca solo un óvalo.*

- Vía correo electrónico  
 Eventos y charlas  
 Página Web  
 Redes sociales  
 En clases

13. ¿Después de asistir a esta charla, te interesaría aplicar a un intercambio del Programa de Movilidad Académica Internacional? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No  
 Tal vez

---

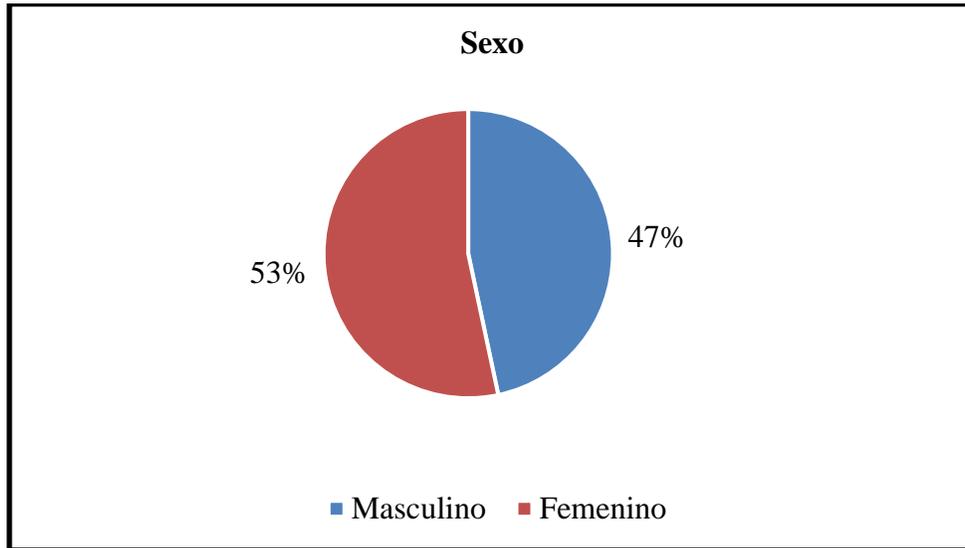
Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

## **Anexo 2:** Gráficos e interpretaciones de la encuesta

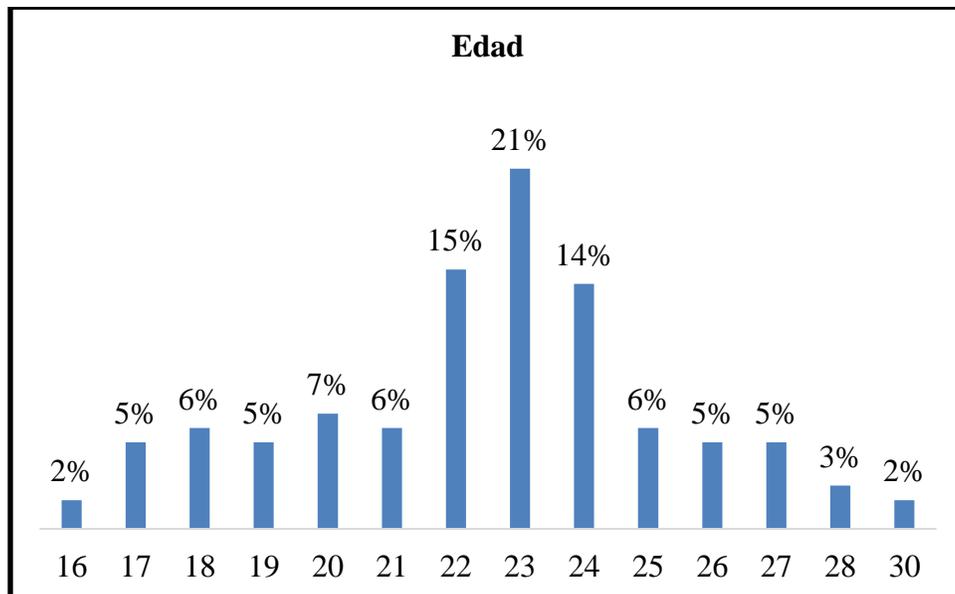
Nota: Para el análisis de este anexo se omitirá los resultados de las preguntas 1 y 2, ya que evocaban a los nombres y apellidos de los encuestados.

### **3. Sexo**



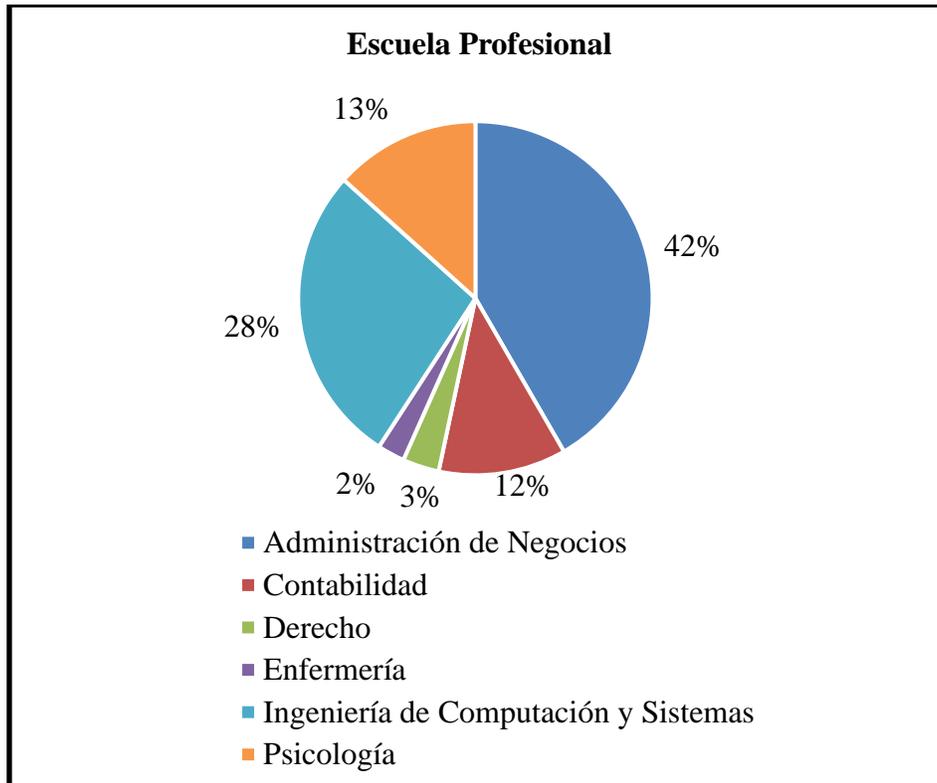
**Interpretación:** Del total de los encuestados, observamos que un 53% pertenecen al género femenino, y un 47% pertenecen al género masculino.

### **4. Edad**



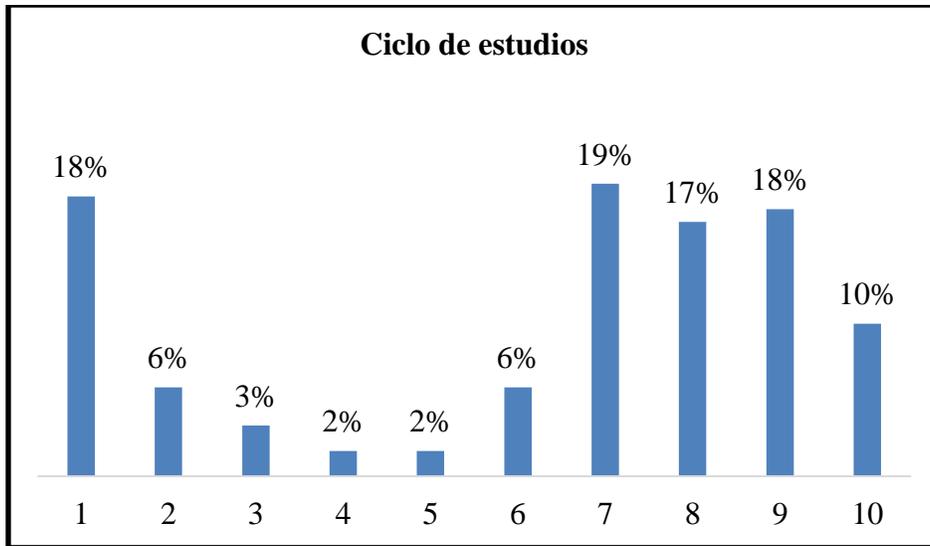
**Interpretación:** Las edades de los encuestados fluctúan entre los 16 y 30 años. El 50% de los encuestados tienen entre 22 y 24 años.

## 5. Escuela Profesional



**Interpretación:** Los estudiantes que participaron de la encuesta pertenecen en su mayoría a la Facultad de Comunicación y Ciencias Administrativas con un 54%, un 28% de los encuestados pertenecen a la Facultad de Ingenierías, un 15% son estudiantes de las escuelas de la facultad de Ciencias de la Salud, y un 3% de los encuestados son de la Facultad de Derecho.

## 6. Ciclo de estudios



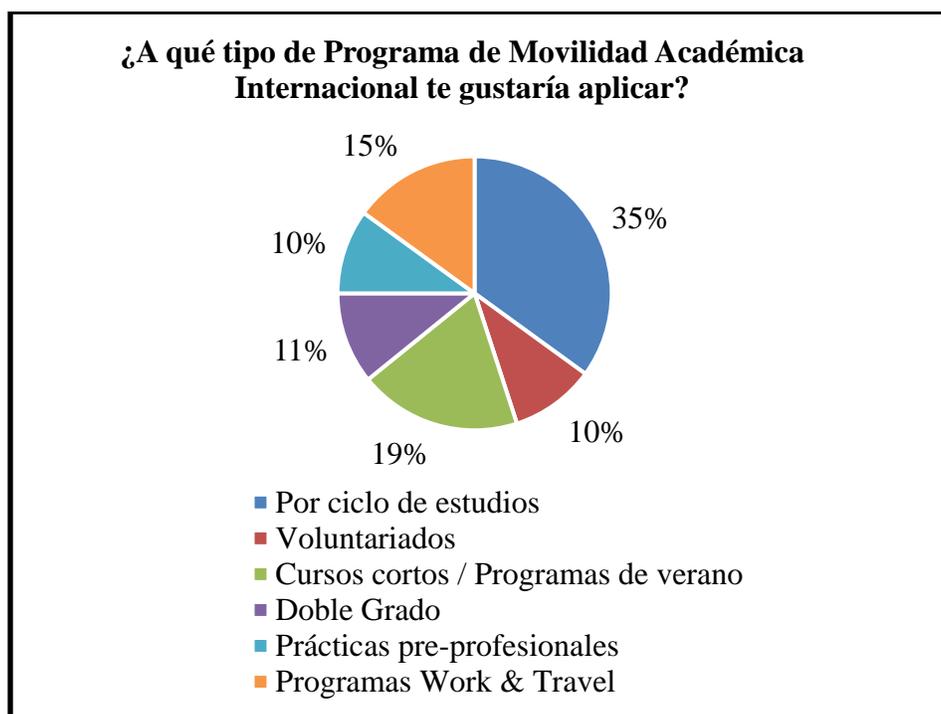
**Interpretación:** De los estudiantes que participaron en la encuesta, el 31% se encuentra cursando su primera mitad de ciclos de estudio; es decir, entre el primero y el quinto ciclo o semestre. Destaca entre ellos, que un 18% de los encuestados son estudiantes nuevos de primer ciclo. Por otro lado, en su conjunto los estudiantes encuestados que se encuentran en la segunda mitad de su plan de estudios; es decir, entre el sexto y decimo ciclo o semestre de estudios representan el 70%.

**7. ¿Antes de asistir a esta charla, conocías de las oportunidades de Movilidad Académica Internacional que brinda la universidad?**



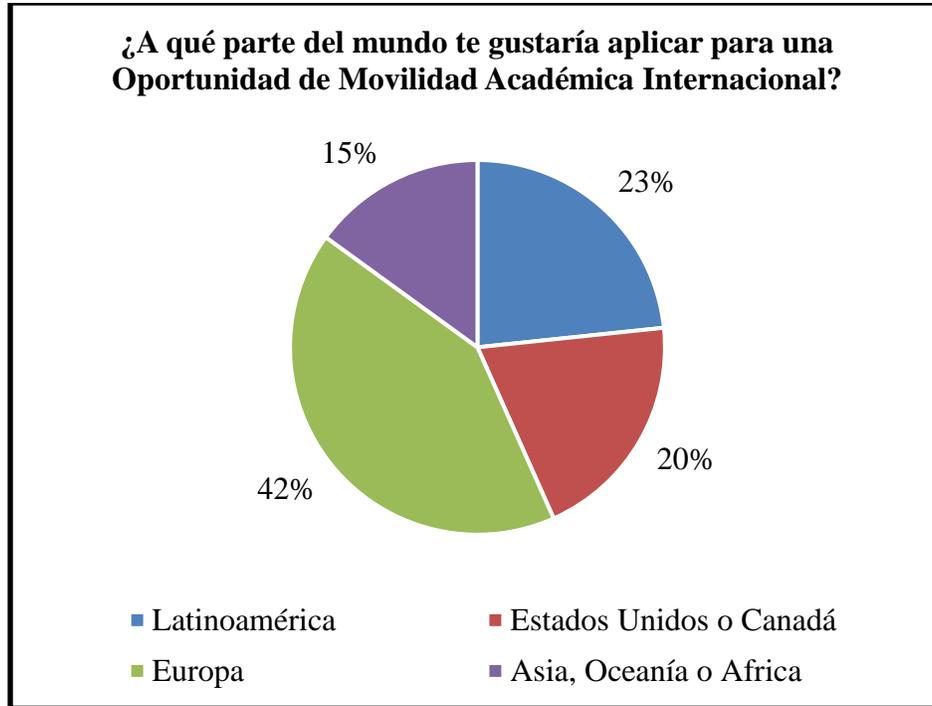
**Interpretación:** el 84% de los encuestados respondieron no tener conocimientos sobre las oportunidades de Movilidad Académica Internacional que brinda la universidad, y sólo un 16% respondieron que sí.

**8. ¿A qué tipo de Programa de Movilidad Académica Internacional te gustaría aplicar?**



**Interpretación:** Un 35% de los encuestados respondieron que el Programa de Movilidad Académica Internacional al que les gustaría aplicar son aquellos que se dan por ciclo de estudio, seguidos por un 19% quienes respondieron que le interesa los programas de cursos cortos y/o programas de verano, un 15% respondió que le interesan los programas tipo *Work & Travel*, un 11% respondió estar interesado en oportunidades de programas de doble grado académico, un 10% indica tener interés en voluntariados internacionales, y finalmente, otro 10% indicó tener interés en aplicar a prácticas preprofesionales en el extranjero.

**9. ¿A qué parte del mundo te gustaría aplicar para una Oportunidad de Movilidad Académica Internacional?**



**Interpretación:** El 42% de los estudiantes encuestados les gustaría aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional en países de Europa, un 23% respondió que le interesa aplicar a países de Latinoamérica, un 20% tiene interés en Estados Unidos y Canadá; por último, sólo un 15% presenta interés en países de Asia, Oceanía y África.

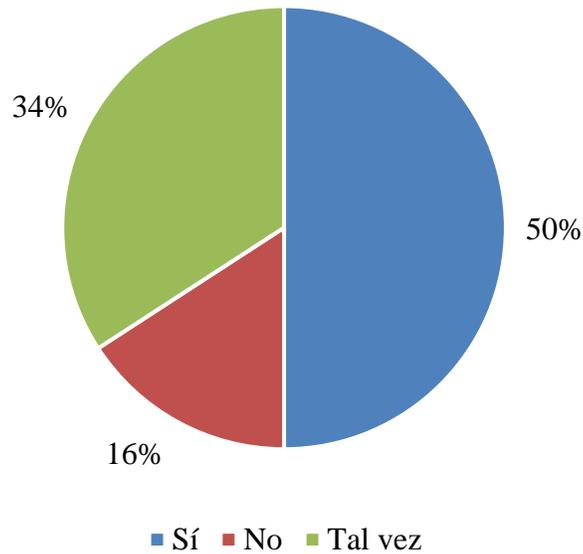
**10. ¿Cuál considerarías el principal factor que te impediría aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional?**



**Interpretación:** El 37% de los estudiantes encuestados respondió que la inversión económica es el principal factor que ellos consideran como impedimento para aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional, seguido por un 27% de estudiantes, quienes indican que su avance curricular le impide aplicar en estos momentos, un 14% considera que el conocimiento de idiomas le imposibilita aplicar, un 12% considera a sus factores laborales, y finalmente un 10% de los encuestados se vería imposibilitado de aplicar por netamente factores familiares.

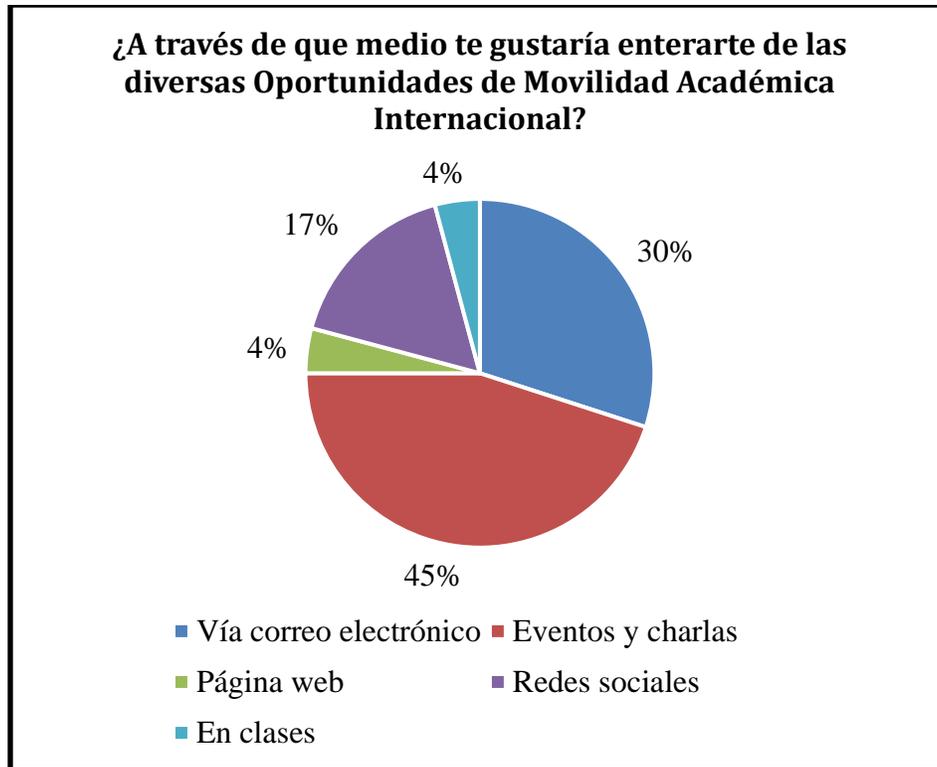
**11. ¿Consideras que para aplicar a una Oportunidad de Movilidad Académica Internacional necesitarías aplicar también a un Programa de Becas o de Subvención Económica?**

**¿Consideras que para aplicar a una Oportunidad de Movilidad Académica Internacional necesitarías aplicar también a un Programa de Becas o de Subvención Económica?**



**Interpretación:** El 50% de los estudiantes encuestados considera que para aplicar a un Programa de Movilidad Académica Internacional necesitarían una beca o una subvención económica, mientras que un 34% de los encuestados respondió que tal vez y sólo un 16% de los encuestados mencionó que no lo necesitarían.

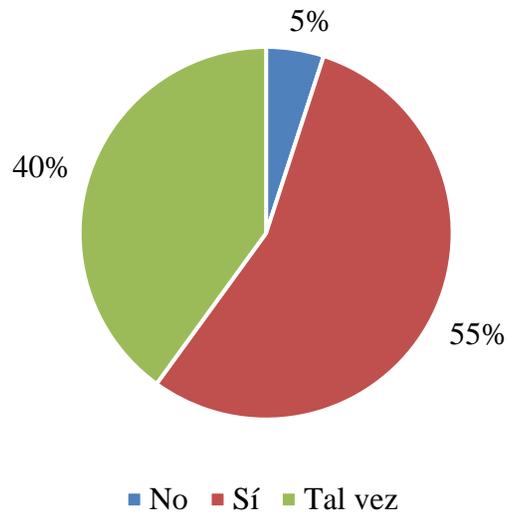
**12. ¿A través de que medio te gustaría enterarte de las diversas Oportunidades de Movilidad Académica Internacional?**



**Interpretación:** El 45% de los estudiantes encuestados considera que le gustaría recibir información de las diversas oportunidades de Movilidad Académica Internacional a través de eventos y charlas informativas, un 30% respondió que el correo electrónico sería su medio informativo ideal, un 17% respondió que les gustaría recepcionar esta información a través de redes sociales y tanto un 5% respondió que a través de la página web de la universidad, así como durante el desarrollo de las clases.

**13. ¿Después de asistir a esta charla, te interesaría aplicar a un intercambio del Programa de Movilidad Académica Internacional?**

**¿Después de asistir a esta charla, te interesaría aplicar a un intercambio del Programa de Movilidad Académica Internacional?**



**Interpretación:** Luego de haber participado en una charla informativa sobre Movilidad Académica Internacional, la cual concluyó con la presente encuesta, un 55% de los estudiantes respondió que ahora tienen interés en aplicar a estas actividades internacionales, seguido por un 40% de los mismos, quienes indicaron que tal vez le interesaría aplicar a estas actividades y sólo un 5% de los encuestados no tiene interés en aplicar a los programas de Movilidad Académica Internacional.

**Anexo 3:** Instituciones de Educación Superior Peruanas Elegibles - Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza Del Pacífico - Convocatoria 2022

N°	NOMBRE DE LA IES	TIPO DE IES	TIPO DE GESTIÓN
1	Universidad Nacional Intercultural "Fabiola Salazar Leguía" de Bagua	Universidad	Pública
2	Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas	Universidad	Pública
3	Universidad Católica de San Pablo	Universidad	Privada
4	Universidad Católica de Santa María	Universidad	Privada
5	IES Privado Tecsup N° 2	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
6	EESP Pública "Victor Andrés Belaunde"	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
7	Universidad Nacional Intercultural de Quillabamba	Universidad	Pública
8	Universidad Peruana Los Andes	Universidad	Privada
9	Universidad Nacional Agraria de la Selva	Universidad	Pública
10	Universidad Autónoma de Ica S.A.C.	Universidad	Privada
11	Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa	Universidad	Pública
12	Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt S.A.C.	Universidad	Privada
13	Universidad Nacional de Trujillo	Universidad	Pública
14	Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI	Universidad	Privada
15	Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	Universidad	Privada
16	Universidad Nacional de Barranca	Universidad	Pública
17	Universidad Nacional del Callao	Universidad	Pública
18	Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión	Universidad	Pública
19	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Universidad	Pública
20	Universidad Nacional Agraria la Molina	Universidad	Pública
21	Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle	Universidad	Pública
22	Universidad Nacional de Ingeniería	Universidad	Pública
23	Pontificia Universidad Católica del Perú	Universidad	Privada
24	Universidad Antonio Ruíz de Montoya	Universidad	Privada
25	Universidad Autónoma del Perú S.A.C.	Universidad	Privada
26	Universidad Católica Sedes Sapientiae	Universidad	Privada
27	Universidad César Vallejo S.A.C.	Universidad	Privada
28	Universidad Científica del Sur S.A.C.	Universidad	Privada
29	Universidad de Ciencias y Artes de América Latina S.A.C.	Universidad	Privada
30	Universidad de San Martín de Porres	Universidad	Privada
31	Universidad María Auxiliadora S.A.C.	Universidad	Privada

Esta es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el PRONABEC, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "https://mitramite.pronabec.gob.pe/verifica" e Ingresar clave: CJCBIQHB código seguridad: 977

N°	NOMBRE DE LA IES	TIPO DE IES	TIPO DE GESTIÓN
32	Universidad Peruana Cayetano Heredia	Universidad	Privada
33	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C.	Universidad	Privada
34	Universidad Privada Peruano Alemana S.A.C.	Universidad	Privada
35	Universidad Privada San Juan Bautista S.A.C.	Universidad	Privada
36	Universidad Ricardo Palma	Universidad	Privada
37	Universidad San Ignacio de Loyola S.A.	Universidad	Privada
38	Universidad Tecnológica del Perú S.A.C.	Universidad	Privada
39	Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR	Instituto - Escuela de Educación Superior	Pública
40	IES Privado CERTUS	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
41	IES Privado Chio Lecca	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
42	IES Privado Columbia	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
43	IES Privado IDAT	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
44	IES Privado Instituto Peruano de Administración de Empresas - IPAE	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
45	IES Privado Tecsup N° 1	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
46	EESP Pública "Monterrico"	Instituto - Escuela de Educación Superior	Pública
47	IES Privado Sabio Nacional Antúnez de Mayolo	Instituto - Escuela de Educación Superior	Privada
48	Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas	Universidad	Pública
49	Universidad Nacional de Moquegua	Universidad	Pública
50	Universidad Nacional de Piura	Universidad	Pública
51	Universidad de Piura	Universidad	Privada
52	Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann	Universidad	Pública
53	Universidad Nacional Intercultural de la Amazonía	Universidad	Pública
54	Universidad Privada del Norte	Universidad	Privada
55	Universidad Continental	Universidad	Privada
56	Universidad de Lima	Universidad	Privada
57	Universidad Tecnológica de los Andes	Universidad	Privada

## Anexo 4: Resultados del Concurso Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza Del Pacífico - Convocatoria 2022

Visto y firmado por: SOYER  
 Virpi Adams del ZARATEMAYO s/r  
 Cargo: DIRECTOR DE SISTEMA  
 ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD  
 DE EVALUACION Y SELECCION  
 Fecha: 08/07/2022 14:57

Visto y firmado por: CORONADO  
 MOLINA RIVERA PAZ GONZALEZ s/r  
 Cargo: DIRECTOR DE SISTEMA  
 ADMINISTRATIVO DE LA OFICINA  
 DE GESTION DE RECURSOS  
 Fecha: 08/07/2022 14:57

**RESOLUCIÓN JEFATURAL N° 1500-2022-MINEDU/VMGI-PRONABEC-OBE**  
**RESULTADOS DEL CONCURSO PLATAFORMA DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL Y ACADÉMICA DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO - CONVOCATORIA 2022**  
**ANEXO N° 01: RELACIÓN DE POSTULANTES SELECCIONADOS**

N°	N° DE DOCUMENTO	APELLIDOS Y NOMBRES	PAIS DE ORIGEN	INSTITUCIÓN	SEDE	PROGRAMA DE ESTUDIOS	PUNTAJE	CONDICIÓN
1	20.215.614-2	ESCOBAR VALVERDE, JAIME ANDRÉS	CHILE	UNIVERSIDAD DE LIMA	SEDE SANTIAGO DE SURCO	FACULTAD DE COMUNICACIÓN	1,6	SELECCIONADO
2	20.023.251-8	MOLINA SAN MARTÍN, MARTIN OMAR	CHILE	UNIVERSIDAD RICARDO PALMA	SEDE SANTIAGO DE SURCO	INGENIERIA INFORMATICA	1,6	SELECCIONADO
3	16.957.553-3	ROSALES MANCILLA, NEKANA E ALMENDRA	CHILE	UNIVERSIDAD DE PIURA	SEDE MIRAFLORES	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	1,6	SELECCIONADO
4	19.861.188-3	SOTO MUÑOZ, PAULINA BELÉN	CHILE	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU	SEDE SAN MIGUEL	ARQUITECTURA	1,6	SELECCIONADO
5	1061821424	BURGOS CEBALLOS, ANDREA YAMILEX	COLOMBIA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU	SEDE SAN MIGUEL	INGENIERÍA CIVIL	1,6	SELECCIONADO
6	1005106223	DIAZ MONTAÑEZ, DUVAN ANDRÉS	COLOMBIA	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE VILLA EL SALVADOR	INGENIERÍA EMPRESARIAL Y DE SISTEMAS	1,6	SELECCIONADO
7	1097993963	FORERO FORERO, JOHAN SEBASTIAN	COLOMBIA	UNIVERSIDAD CONTINENTAL	SEDE HUANCAYO	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	1,6	SELECCIONADO
8	98663399	GALEANO JARAMILLO, ELKIN DE JESUS	COLOMBIA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU	SEDE SAN MIGUEL	METABOLÓMICA POR RMN	4,0	SELECCIONADO
9	1005137177	GARCIA RINCON, LISETH CAROLINA	COLOMBIA	UNIVERSIDAD PRIVADA SAN IGNACIO DE LOYOLA	SEDE LA MOLINA	ARTE CULINARIO	2,8	SELECCIONADO
10	1004679554	HENAO MIRQUE, KELLY DAHIANA	COLOMBIA	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	INGENIERIA AMBIENTAL	1,6	SELECCIONADO
11	1193560933	REMOLINA GUTIERREZ, ÁNGELA	COLOMBIA	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE VILLA EL SALVADOR	INGENIERÍA EMPRESARIAL Y DE SISTEMAS	2,8	SELECCIONADO
12	1001391156	RODRIGUEZ ARANGO, DANILO	COLOMBIA	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL PERU	SEDE CERCADO DE LIMA	ADMINISTRACIÓN BANCA Y FINANZAS	2,8	SELECCIONADO
13	1053587343	ROJAS RINCÓN, DIANA KATHERINE	COLOMBIA	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	INGENIERIA DE MINAS	1,6	SELECCIONADO
14	1014297173	ROMERO SERRATO, CESAR FELIPE	COLOMBIA	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL PERU	SEDE CERCADO DE LIMA	ADMINISTRACIÓN Y MARKETING	2,4	SELECCIONADO
15	1005467306	SÁNCHEZ MUÑOZ, ANGY PAOLA	COLOMBIA	UNIVERSIDAD CONTINENTAL	SEDE HUANCAYO	INGENIERÍA INDUSTRIAL	2,8	SELECCIONADO
16	1005156002	TORRES RÍOS, DIANA ALEXANDRA	COLOMBIA	UNIVERSIDAD CONTINENTAL	SEDE HUANCAYO	DERECHO	2,8	SELECCIONADO
17	1002961883	VIVAS PINZÓN, JUAN ESTEBAN	COLOMBIA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU	SEDE SAN MIGUEL	INGENIERÍA CIVIL	1,6	SELECCIONADO
18	N03091330	ALVAREZ NUÑEZ, BRANDON ALEXIS DE JESÚS	MEXICO	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE VILLA EL SALVADOR	TURISMO SOSTENIBLE Y HOTELERÍA	2,8	SELECCIONADO
19	G36477441	DE LA ROSA PEREDA, ANTONIO ADONAI	MEXICO	UNIVERSIDAD CONTINENTAL	SEDE LOS OLIVOS	INGENIERÍA AMBIENTAL	1,6	SELECCIONADO
20	N03016736	GONZÁLEZ ISLAS, ALAN	MEXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	INGENIERÍA QUIMICA	2,8	SELECCIONADO
21	G30663002	HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, JAVIER ENRIQUE	MEXICO	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE VILLA EL SALVADOR	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	4,0	SELECCIONADO
22	N03015923	LECHUGA GRANADOS, EMMANUEL	MEXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	INGENIERÍA QUÍMICA	2,8	SELECCIONADO
23	N03016833	MENDEZ VILLALPA, YANET IVONNE	MEXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	FACULTAD DE QUIMICA	2,8	SELECCIONADO

Esto es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el PRONABEC, aplicando lo dispuesto por el Art. 26 del D.O. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.O. 026-2016-PCM.  
 Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "https://tramite.pronabec.gob.pe/verificar" e ingresar clave: OBBAPFBI código seguridad: 883

Visto electrónicamente por: SIVIER  
VERÓN Adriana FAJ 2046709152  
Cargo: DIRECTORA DE SISTEMA  
ADMINISTRATIVO II DE LA UNIDAD  
DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN  
Fecha: 08/07/2022 14:57

Visto electrónicamente por: CORONADO  
MARILYN Romal FAJ 2046709152  
Cargo: DIRECTORA DE SISTEMA  
ADMINISTRATIVO III DE LA OFICINA  
DE SECCIÓN DE REGISTRO  
Fecha: 08/07/2022 16:27

**RESOLUCIÓN JEFATURAL N° 1500-2022-MINEDU/VMGI-PRONABEC-OBE**  
**RESULTADOS DEL CONCURSO PLATAFORMA DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL Y ACADÉMICA DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO - CONVOCATORIA 2022**  
**ANEXO N° 01: RELACIÓN DE POSTULANTES SELECCIONADOS**

N°	N° DE DOCUMENTO	APELLIDOS Y NOMBRES	PAIS DE ORIGEN	INSTITUCIÓN	SEDE	PROGRAMA DE ESTUDIOS	PUNTAJE	CONDICIÓN
24	N02883446	ORTEGA HERNANDEZ, CARLOS	MEXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	INGENIERÍA ELÉCTRICA	2,8	SELECCIONADO
25	N00070663	ORTIZ TARANGO, MELISSA	MEXICO	UNIVERSIDAD DE PIURA	SEDE PIURA	INGENIERIA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS	2,8	SELECCIONADO
26	N02103727	SANCHEZ PEREZ, DULCE MARIA	MEXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	ADMINISTRACIÓN	2,8	SELECCIONADO
27	IDMEX216277 3925	SILVA CORTES, ERIKA MICHELLE	MEXICO	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE VILLA EL SALVADOR	FARMACIA Y BIOQUÍMICA	2,8	SELECCIONADO
28	N03108061	SORIANO CASTILLO, HANNIA	MEXICO	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE ATE	TURISMO SOSTENIBLE Y HOTELERIA	2,8	SELECCIONADO
29	N00803735	VALERIANO MARTINEZ, ITZEL ESTEFANIA	MEXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	SEDE CERCADO DE LIMA	ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	2,8	SELECCIONADO
30	N00473424	VILLAR GARCÍA, VANESSA ITZEL	MEXICO	UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR	SEDE VILLA EL SALVADOR	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	2,8	SELECCIONADO

Esta es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el PRONABEC, aplicando lo dispuesto por el Art. 26 del D.L. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.L. 024-2016-PCM.  
Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "https://mitramite.pronabec.gob.pe/verifica" e ingresar clave: DBBAPDBI código seguridad: 883

## **Anexo 5: Modelo de Guías de Intercambio para escuela profesional.**

### **PROGRAMA MOVILIDAD ACADÉMICA INTERNACIONAL CONVOCATORIA 2023-1 – ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales de la Universidad XXXXXX te invita a postular al Programa de Movilidad Académica Internacional (intercambios internacionales) para el semestre 2023-1.

¡Conviértete en un estudiante internacional y potencia tu perfil académico desde el extranjero!  
**Toma clases homologables de forma presencial o virtual**

#### **I. Participando del Programa de Movilidad Académica Internacional conseguirás:**

- Desarrollar una red de contactos internacionales, entablando relaciones interpersonales con nuevas personas y futuros colegas.
- Poner en práctica tu independencia y capacidad de adaptabilidad a nuevos retos, y desarrollar tu autoconfianza.
- Comprender y tener una mirada crítica a la realidad de la problemática mundial.
- Tener un perfil más atractivo para empleadores y escuelas de posgrado.
- Desarrollar habilidades blandas necesarias para tu éxito profesional.
- Ampliar la visión que tienes de tu carrera profesional.

#### **II. Los requisitos para aplicar al Programa de Movilidad Académica Internacional son:**

- Ser estudiante regular de la universidad.
- Haber concluido satisfactoriamente todos los cursos de los primeros cinco semestres de tu programa profesional.
- No presentar deudas en la universidad.
- Dominar el idioma del país de la universidad a la que deseas postular.

#### **III. Pasos para postular:**

1. Selecciona una universidad a la que deseas aplicar.
2. Si deseas llevar cursos en dicha universidad, deberás revisar sus mallas académicas en la respectiva página web de esta universidad (es posible que te enviemos por correo esta información, si la universidad en cuestión nos la comparte antes).
3. Completa el FORMULARIO DE APLICACIÓN A MOVILIDAD ACADÉMICA OUTBOUND.
4. Enviar en PDF al correo a [internacional@universidad.edu.pe](mailto:internacional@universidad.edu.pe):
  - a) El formulario arriba indicado.
  - b) Constancia de récord de notas acumulado (historial de notas)
  - c) Imagen del DNI
  - d) Imagen del pasaporte vigente (en el este caso de aplicar a modalidad virtual, este documento no será necesario)
5. La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales enviará tu solicitud a la universidad seleccionada. Por la actual coyuntura, dependerá únicamente de dicha universidad confirmar si recibirán estudiantes en la modalidad presencial o virtual.
6. Si la universidad seleccionada te otorga una vacante y eres admitido, ¡preparate para tu experiencia internacional!

#### **IV. Las universidades a las que puedes aplicar al Programa de Movilidad Académica Internacional son:**

De acuerdo a nuestro principio de mejora continua, los convenios internacionales de la Universidad están sujetos a modificaciones y actualizaciones, por lo cual, es importante mencionar que la lista de universidades que verás a continuación tuvo última fecha de actualización en septiembre del 2022.

PAÍS	UNIVERSIDAD	PÁGINA WEB
Argentina	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	<a href="https://www.uces.edu.ar/">https://www.uces.edu.ar/</a>
Argentina	Universidad Juan Agustín Maza (UMAZA)	<a href="https://www.umaza.edu.ar/">https://www.umaza.edu.ar/</a>
Argentina	Universidad Nacional de Chilecito	<a href="https://www.undec.edu.ar/">https://www.undec.edu.ar/</a>
Argentina	Universidad de Mendoza	<a href="https://um.edu.ar/">https://um.edu.ar/</a>
Argentina	Universidad Siglo 21	<a href="https://21.edu.ar/">https://21.edu.ar/</a>
Bolivia	Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA)	<a href="https://upsa.edu.bo/">https://upsa.edu.bo/</a>
Brasil	Universidade Nove de Julho (UNINOVE)	<a href="https://www.uninove.br/">https://www.uninove.br/</a>
Colombia	Universidad de Boyacá	<a href="https://www.unibovaca.edu.co/">https://www.unibovaca.edu.co/</a>
Colombia	Universidad Cooperativa de Colombia	<a href="https://www.ucc.edu.co/">https://www.ucc.edu.co/</a>
Ecuador	Universidad de los Hemisferios	<a href="https://www.uhemisferios.edu.ec/">https://www.uhemisferios.edu.ec/</a>
Ecuador	Pontificia Universidad Católica de Ecuador	<a href="https://www.puce.edu.ec/">https://www.puce.edu.ec/</a>
EE. UU.	The Florida International University	<a href="https://www.fiu.edu/">https://www.fiu.edu/</a>
EE. UU.	The University of Arizona	<a href="https://www.arizona.edu/">https://www.arizona.edu/</a>
El Salvador	Universidad Evangélica de El Salvador	<a href="https://www.uees.edu.sv/">https://www.uees.edu.sv/</a>
España	Universidad de Zaragoza	<a href="https://www.unizar.es/">https://www.unizar.es/</a>
España	Universidad de La Rioja	<a href="https://www.unirioja.es/">https://www.unirioja.es/</a>
España	Universitat Rovira i Virgili	<a href="https://www.urv.cat/es/">https://www.urv.cat/es/</a>
México	Universidad Intercontinental	<a href="https://www.uic.mx/">https://www.uic.mx/</a>
Paraguay	Universidad Nacional de Asunción	<a href="https://www.una.py/">https://www.una.py/</a>
Paraguay	Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA)	<a href="https://www.unida.edu.py/">https://www.unida.edu.py/</a>

#### V. Inversión económica de cada estudiante:

Los conceptos de matrícula o pensiones por mensualidad no te serán cobrados en la universidad extranjera.

- Durante la Movilidad Académica Estudiantil, cada estudiante mantiene su compromiso financiero con la universidad; es decir, continuarás pagando tu matrícula y pensiones con normalidad.
- Seguro de salud internacional\*
- Pasajes aéreos de ida y vuelta\*
- Alojamiento\*
- Alimentación\*
- Otros gastos de índole personal necesarios que apliquen\*

La Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales aceptará aplicaciones hasta el 15 de octubre. Se aconseja a los estudiantes revisar las fechas límites de postulación que tiene la universidad de su interés; además, postular a la brevedad posible, a fin de conseguir la aprobación de su Escuela Profesional y un cupo disponible.

Para realizar cualquier consulta, puedes escribir a [internacional@universidad.edu.pe](mailto:internacional@universidad.edu.pe) o llamar al teléfono 9XXXXXXXXX de 9 a.m. a 1 p.m. y de 2 p.m. a 4 p.m. de lunes a viernes.

**\* Estos conceptos no aplican para movilidad académica estudiantil en formato virtual**  
Sub Dirección de Relaciones Nacionales e Internacionales





9



10



11

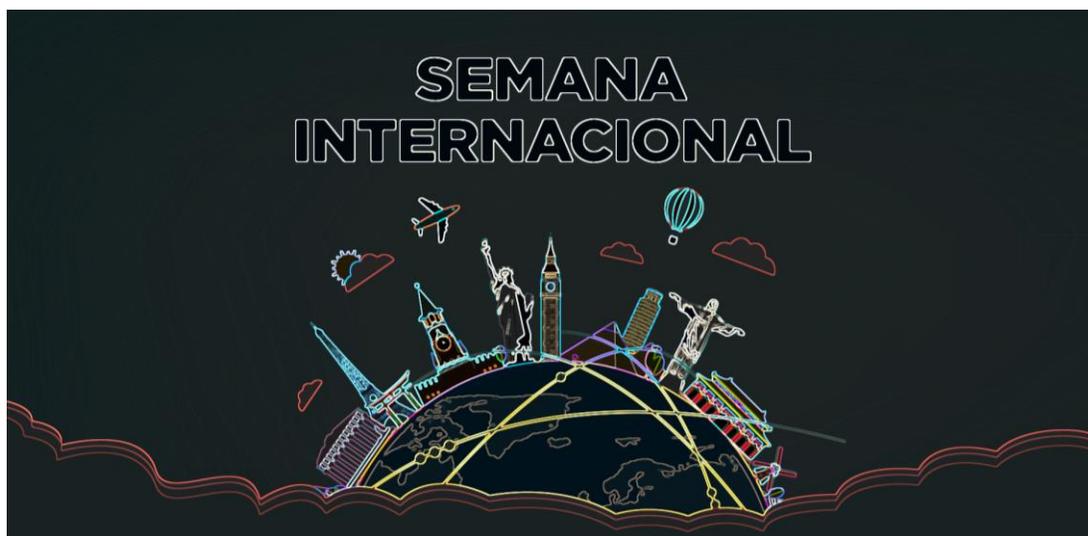


12



13

**Anexo 7:** Gráfica madre propuesta para evento “1ra Semana Internacional”



## **Cronograma de trabajo**

- . Inicio: 06.07.22
- . Finalización: 06.11.22
- . Carga de trabajo: 5 horas –de 08 a 13–, los sábados

.....