

INFORME DE LOGROS

Fecha informe	<i>23 de junio de 2022</i>
Unidad	Oficina de Comunicaciones
Facultad o Escuela	Rectoría
Periodo/Año informe	Año Académico 2021-2022

RECUERDE QUE SOLAMENTE INCLUIRA LOS LOGROS CORRESPONDIENTES AL PERIODO EN CURSO QUE NO SE HAYAN INCLUIDO EN ALGUN PERIODO ANTERIOR

CONTENIDO

Área Prioritaria 4 - Gestión sustentable, efectividad y eficiencia 1

Área Prioritaria 4 - Gestión sustentable, efectividad y eficiencia

El Recinto de Río Piedras enfrenta un escenario de fragilidad fiscal sin precedente marcado por la reducción significativa de los fondos públicos que recibe. Renueva sus enfoques, estrategias y acciones para convertir su cuadro presupuestario incierto en oportunidades para la institución y el país.

Meta 4.1 El Recinto de Río Piedras incrementará su sustentabilidad fiscal y diversificará sus fuentes de ingreso para complementar su presupuesto con proyectos innovadores que atemperen su funcionamiento a los cambios económicos y estructurales en el país.

Objetivo 4.1.5 Implantar maneras innovadoras de recaudar nuevos ingresos operacionales.

Indicador sugerido	Cantidad Total según requerida por el indicador	Descripción de los Logros
4.1.b Número de registros de exalumnos en la plataforma de la Oficina de Mercadeo, Desarrollo y Comunicaciones (OMDC).		<p>Si tiene datos de los últimos 3 años, favor de incluirlos.</p> <p>Oficina de Comunicaciones (2021-2022) No aplica, se separaron las unidades de Desarrollo, Exalumnos y Comunicaciones</p> <p>Oficina de Comunicaciones, Desarrollo y Exalumnos (2020-2021) Se separaron las unidades de Desarrollo, Exalumnos y Comunicaciones. No obstante, en medio de la pandemia se realizó el evento Drive In de Aniversario del Recinto dirigido a estudiantes y egresados, se actualizaron 406 datos de exalumnos en marzo 2021.</p> <p>Oficina de Comunicaciones, Desarrollo y Exalumnos (2019-2020): 345 actualizaciones de datos de exalumnos, solo se pudo laborar el primer semestre del año académico, luego surgió la pandemia.</p>
4.1.c Cantidad en dólares de donativos privados recaudados por la OMDC que incluye provenientes de exalumnos.		<p>Si tiene datos del total de los últimos 3 años, favor de incluirlos. Incluya, además, la lista de los donativos recaudados, fecha, cantidad recaudada y una breve descripción.</p> <p>No aplica</p>

<p>4.1.f Número de proyectos e iniciativas conducentes a la generación de nuevos ingresos y cantidad en dólares de los recaudos no incluidos en indicadores anteriores.</p>		<p>Incluya la lista de los proyectos o iniciativas, sus recaudos en este periodo y una breve descripción.</p> <p>Oficina de Comunicaciones (2021-2022)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recaudos por venta de artículos en tienda Mi IUPI (ingreso bruto): \$140,754.91 (al 31 de mayo de 2022) 2. Recaudos por concepto de alquiler de espacios para filmaciones publicitarias y/o cinematográficas: \$2,400.00 3. Proyecto Recaudación de Fondos por Descuento de Nómina: \$1,790.00- Este es un proyecto original del 2005 bajo la campaña “A peso por año” de la entonces Oficina de Desarrollo y Exalumnos, cuyo descuento por nómina es aplicado a diversas cuentas de donativos para proyectos específicos en Facultades, Escuelas y otros. (al 30 de abril de 2022) <p>Oficina de Comunicaciones (2020-2021) / Incluye Desarrollo y Exalumnos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recaudos por venta de artículos en tienda Mi IUPI (ingreso bruto): \$76,515.43 2. Campaña Mi Legado para la IUPI (estreno portal donaciones) \$12,865.00 3. Campaña Giving Tuesday \$31,221.01 4. Proyecto Recaudación de Fondos por Descuento de Nómina: \$2,384.00- Este es un proyecto original del 2005 bajo la campaña “A peso por año” de la entonces Oficina de Desarrollo y Exalumnos, cuyo descuento por nómina es aplicado a diversas cuentas de donativos para proyectos específicos en Facultades, Escuelas y otros. <p>Oficina de Comunicaciones (2019-2020) / Incluye Desarrollo y Exalumnos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recaudos por venta de artículos en tienda Mi IUPI (ingreso neto): \$159,170.69 2. Recaudos por concepto de alquiler de espacios para filmaciones publicitarias y/o cinematográficas: \$17,000.00
---	--	---

		<p>3. Giving Tuesday diciembre 2019 \$5,965.45 / Giving Tuesday Covid mayo 2020 \$1,679.00</p> <p>4. Auspicio Plan de Socios Auxilio Mutuo para concierto Teatro UPR: \$1,000.00</p> <p>5. Proyecto Recaudación de Fondos por Descuento de Nómina: \$2,654.00- Este es un proyecto original del 2005 bajo la campaña “A peso por año” de la entonces Oficina de Desarrollo y Exalumnos, cuyo descuento por nómina es aplicado a diversas cuentas de donativos para proyectos específicos en Facultades, Escuelas y otros.</p>
--	--	---

Meta 4.3 El Recinto aumentará el reconocimiento de sus aportaciones a la sociedad y al conocimiento.

Objetivo 4.3.1 Implantar un plan de comunicaciones de amplia divulgación local e internacional.

Indicador sugerido	Cantidad Total según requerida por el indicador	Descripción de los Logros
<p>4.3.a Número de actividades de divulgación llevada a cabo por modo y alcance. Ej. redes sociales, prensa etc.</p>		<p>Incluya lista de actividades, una breve descripción, el modo y el alcance</p> <p>Oficina de Comunicaciones En cumplimiento con su misión y responsabilidad, ha logrado mantener informada a la comunidad universitaria y a la ciudadanía en general de los acontecimientos más sobresalientes del Recinto con reportajes, artículos y notas de prensa sobre temas de actualidad que impactan el sector interno y externo de la institución. El reto de lograr y tener presencia en los medios informativos nacionales se ha alcanzado gracias a la calidad de la redacción y a la selección de los temas y actividades que han merecido su divulgación. La dedicación del equipo de trabajo y su empeño han sido factores importantes</p>

	<p>en el lograr publicar en el portal www.uprrp.edu, en medios de prensa locales e internacionales.</p> <p>Informe de Prensa y Comunicaciones</p> <p>Durante el período que se informa se redactaron y divulgaron 116 comunicados de prensa relacionados a logros de estudiantes, profesores, anuncios de "grants", así como resultados de investigaciones y asuntos de interés público sobre el recinto.</p> <p>Durante dicho la Oficina logró posicionar más de 694 publicaciones de prensa en los principales medios locales, tales como <i>El Nuevo Día, El Vocero, Primera Hora, Metro PR, WAPA TV, Telemundo, Sin Comillas, WIPR</i>, entre otros, tanto en la plataforma informativa impresa como en la digital. Estas publicaciones representan una inversión, no pagada, de \$1,471,229.00.</p> <p>Asimismo, se trabajaron y publicaron 153 notas de prensa en el portal principal del recinto www.uprrp.edu.</p> <p>Redes Sociales</p> <p>Las redes sociales juegan un papel importante entre la comunidad universitaria, en especial los estudiantes. Las mismas han sido manejadas de manera que tengan el mayor impacto posible entre sus usuarios. La mayoría de las noticias que se publican en el portal del Recinto, así como los comunicados, se replican a través de las redes sociales oficiales del Recinto. Esto redundo en un mayor número de canales de comunicación, con el fin de aumentar consistentemente la población a la cual se le comunica la información.</p> <p>En las redes sociales se han incorporado estrategias que han rendido fruto. A continuación, compartimos las mayores estadísticas:</p> <p>Facebook / uprrp <i>Likes (Me gusta y nuevos seguidores):</i> +4,684 <i>Reach (Alcance):</i> 1,246,522</p>
--	---

		<p>Nuevas visitas a la página: 85,513</p> <p>Instagram / upr.rp <i>Likes (Me gusta y nuevos seguidores):</i> +2,215 <i>Reach (Alcance):</i> +26,524 Nuevas visitas a la página: 44,161</p> <p>Twitter/ uprrp Nuevos seguidores: +647 Nuevas visitas a la página: 148,048 Total de impresiones: 1,639,300</p> <p>Canal YouTube / UPRRP TV Suscriptores: 3,060</p> <p>Asimismo, se divulgan informaciones relacionadas a actividades, circulares, anuncios de la facultades, escuelas y oficinas para los distintos sectores de la comunidad universitaria, lo que ha redundado en este período de sobre 1,002 anuncios emitidos a través del correo electrónico, así como en el calendario y los avisos en el portal, y las redes sociales oficiales.</p> <p style="text-align: right;"><i>Laura M. Castro Figueroa</i></p>
--	--	--