

INFORME DE INDICADORES DE DESEMPEÑO

SEGUNDO TRIMESTRE 2013

Con el objetivo de mantener estricto control respecto a los resultados finales de la campaña de publicidad: Inscripciones al Centro de Estudios Pre Universitarios - Ciclo Regular 2013 - I, Inscripciones a la Escuela de Post Grado Admisión 2013; encargadas a la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas durante el segundo trimestre del año 2013, damos a conocer el informe de gastos realizados en el rubro de publicidad y los indicadores con los cuales se mide el desempeño de las campañas de publicidad en mención.

A. INSCRIPCIONES AL CEPRU CICLO REGULAR 2013 - I

Para la ejecución de la Campaña de Publicidad de Inscripciones al “**Centro de Estudios Pre Universitarios 2013 - I**”, se cuenta con un presupuesto anual, el que debe ser distribuido en las diferentes convocatorias que realiza el CEPRU durante al año 2013; presupuesto que fue distribuido en los diferentes medios de comunicación entre concesionarios y dueños de los respectivos medios de comunicación local.

CUADRO N° 01

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESTRATEGICOS PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA	INDICADORES	META	RESULTADOS OBTENIDOS	RESULTADO FINAL EN PORCENTAJE
- Difundir los beneficios de acceder a una universidad pública específicamente la UNSAAC. - Coadyuvar a la selección adecuada de los estudiantes de educación secundaria para el acceso directo a la universidad.	- Captar el mayor número de matriculados aspirantes a la universidad vía el Centro de Estudios Pre Universitarios. - Difundir las ventajas de ingreso a la UNSAAC vía CEPRU.	Cantidad de alumnos inscritos.	Inscripción de 5,000 alumnos	Se lograron inscribir 5,571 alumnos, para cubrir las vacantes ofrecidas por la UNSAAC. De acuerdo a Grupos la información es la siguiente: A : 1,872 B : 800 C : 1, 884 D : 1,015	111.42% La meta fue superada en 11.42%

CUADRO N° 02

**B. DISTRIBUCIÓN DE PUBLICIDAD INSCRIPCIÓNES AL CENTRO DE ESTUDIOS PRE
UNIVERSITARIOS CICLO REGULAR 2013 - I**

INSCRIPCIONES AL CENTRO DE ESTUDIOS PRE UNIVERSITARIOS CICLO REGULAR 2013 - I			
AMBITO	Medio de Comunicación	Nombre de Medio de Comunicación	Monto en Nuevos Soles
CUSCO	TELEVISIÓN	CTC CANAL 2	1 500
		TV MUNDO CANAL 21	1 000
		TV SUR CANAL 23	2 300
		SOLAR TV CANAL 25	1 800
		TELENET CANAL 35	600
		MACHUPICCHU TV CANAL 41	1 800
		SANTA MONICA TV CANAL 43	300
		CUSCO TV CANAL 47	800
		RTV EL DIARIO CANAL 45	550
		INKA VISION CANAL 31	300
	SUB TOTAL		10 950
	RADIO	RADIO UNIVERSAL	600
		RADIO INTIRAYMI	200
		RADIO LOS ANDES	350
		RADIO SALKANTAY	800
		RADIO LA HORA	550
		RADIO METROPOLITANA	350
		RADIO GIGANTE	300
		RADIO SANTA BEATRIZ	300
		RADIO SANTA MONICA	300
		RADIO EXITOSA	800
		RADIO MACHUPICCHU	200
		RADIO SAN MIGUEL	200
		RADIO PODER INKA	250
		RADIO REDE	300
	SUB TOTAL		5 500
	SPOT TV Y RADIO	RODOLFO DAZA HUAMÁN	500
TOTAL		16 950	

C. INSCRIPCIONES A LA ESCUELA DE POST GRADO ADMISIÓN 2013

Para la realización de la Campaña de Publicidad de Inscripciones a la “Escuela de Post Grado – Admisión 2013”, conforme a la Resolución N° CU- 095-2013-UNSAAC, para el rubro de publicidad se asignó un presupuesto de 12,000 nuevos soles, presupuesto distribuido en los diferentes medios de comunicación entre concesionarios y dueños de los respectivos medios de comunicación local.

CUADRO N° 03

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESTRATEGICOS PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA	INDICADORES	META	RESULTADOS OBTENIDOS	RESULTADO FINAL EN PORCENTAJE
- Difundir el servicio que brinda la UNSAAC a través de la Escuela de Post Grado dando a conocer las diferentes maestrías y doctorados que ofrece en beneficio de los profesionales que deseen seguir una maestría.	- Captar el mayor número de profesionales postulantes a la Escuela de Post Grado Admisión 2013.	Cantidad de profesionales postulantes a una maestría.	Inscripción de 900 postulantes	Se lograron inscribir 986 postulantes, para cubrir las vacantes ofrecidas por la UNSAAC.	109.55% La meta fue superada en 09.55%

CUADRO N° 04

**D. DISTRIBUCIÓN DE PUBLICIDAD INSCRIPCIÓNES A LA ESCUELA DE POST GRADO
ADMISIÓN 2013**

INSCRIPCIONES A LA ESCUELA DE POST GRADO ADMISIÓN 2013			
AMBITO	Medio de Comunicación	Nombre de Medio de Comunicación	Monto en Nuevos Soles
CUSCO	TELEVISIÓN	CTC CANAL 2	1 500
		TV MUNDO CANAL 21	1 600
		TV SUR CANAL 23	1 200
		SOLAR TV CANAL 25	1 180
		PANAMERICANA	1 200
	SUB TOTAL		6 680
	RADIO	RADIO SALKANTAY	1 500
		SUB TOTAL	
	PRENSA ESCRITA	DIARIO LA REPUBLICA	3 451.50
	SPOT TV Y RADIO	RODOLFO DAZA HUAMAN	500
	TOTAL		12 131.50