

Dirección General de Educación Superior Tecnológica

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

PLANEACIÓN, EJECUCIÓN, GESTIÓN Y PROBABLE IMPACTO DE
PROMOCIÓN CON MATERIAL AUDIOVISUAL DEL ITZM.

Informe final de Residencia Profesional que presentan los CC.

FELIPE ENRIQUE AVILA COOL

Número de control:

09870203

PASTORA PAULA NAVA LOPEZ

Numero de control

09870220

Asesor Interno:

M en C. JAIME DURANGO SOSA MADARIAGA

Carrera:

Ingeniería en Gestión Empresarial

Juan Sarabia, Quintana Roo

marzo 2014



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

SEP

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

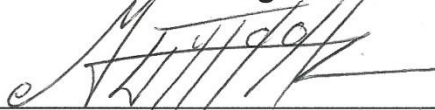
El Comité de revisión para Residencia Profesional de los estudiantes de la carrera de INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL, **Felipe Enrique Ávila Cool** y **Pastora Paula Nava López**, aprobados por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya integrado por; el asesor interno M en C. Jaime Durango Sosa Madariaga, el asesor externo el Ing. Alvaro Guido Hernández Gamboa y el revisor el MVZ. José Luis Garza del Pozo, habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo titulado **“PLANEACIÓN, EJECUCIÓN, GESTIÓN Y PROBABLE IMPACTO DE PROMOCIÓN CON MATERIAL AUDIOVISUAL DEL ITZM”** que presentan como requisito parcial para acreditar la asignatura de Residencia Profesional de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fe de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

A T E N T A M E N T E



Asesor Interno

M en C. Jaime Durango Sosa Madariaga



Asesor Externo

Ing. Alvaro Guido Hernández Gamboa



Revisor

MVZ. José Luis Garza del Pozo

Juan Sarabia, Quintana Roo, Marzo de 2014

INDICE

I INTRODUCCIÓN	1
II JUSTIFICACIÓN	5
III OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos	7
IV CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DONDE PARTICIPO	9
4.1 Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST)	9
4.1.1 Visión DGEST	9
4.1.2 Misión DGEST	9
4.1.3 Objetivos de la DGEST	11
4.1.4 Institutos Tecnológicos	12
4.2 Instituto Tecnológico de la Zona Maya	13
4.2.1 Misión	13
4.2.2 Visión	13
4.2.3 Localización	13
4.2.4 Historia	14
4.2.5 Oferta educativa	15
4.2.6 Matricula	15
4.2.7 Plantilla laboral del ITZM	16
4.2.8 Infraestructura	16
4.2.9 Certificación ISO9001:2008 y acreditación de carreras	17
4.2.10 Matricula global por carrera	18

V PROBLEMAS A RESOLVER CON RESPECTIVA PRIORIZACIÓN	19
VI ALCANCES Y LIMITACIONES	21
6.1 Alcance	21
6.2 Limitaciones	21
VII FUNDAMENTO TEÓRICO	22
7.1 Proceso de acreditación de una carrera de educación superior	22
7.2 Escuela de alto desempeño	22
7.3 Indicadores de calidad	24
7.4 Planeación y sus componentes	25
7.4.1 Concepto de Planeación	26
7.4.2 Componentes de la planeación	27
7.4.2.1 Fines	27
7.4.2.2 Medios	27
7.4.2.3 Recursos	27
7.4.2.4 Implantación	27
7.4.2.5 Control	27
7.4.3 Importancia de la planeación	27
7.4.4 Etapas de la Planeación	28
7.4.4.1 Misión o Propósito	28
7.4.4.2 Objetivos	29
7.4.4.3 Lineamientos	29
7.4.4.4 Estrategias	31
7.4.4.5 Políticas	31
7.4.4.6 Programas	32

7.4.4.7 Presupuestos	33
7.5 Gasto	34
7.6 Proceso de gestión	34
VIII PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	35
8.1 Enfoque de la investigación	35
8.2 Alcance y tipo de investigación	36
8.3 Diseño del plan de investigación	36
8.4 Operacionalidad de las variables	37
8.5 Planeación del proceso de elaboración de tres videos promocionales del ITZM	40
8.6 Manejo adecuado de los recursos	40
8.6.1 Equipo	40
8.6.2 Otros	41
8.7 Gestión de los procesos de difusión de videos promocionales	41
8.7.1 Estimación de los gastos de elaboración de videos promocionales	42
8.7.2 Análisis del impacto en la captación de alumnos de nuevo ingreso	42
IX RESULTADOS	43
9.1 Establecimiento de los objetivos	43
9.2 Planteamiento y toma de decisiones de las acciones necesarias	43
9.2.1 Tipo de video	43
9.2.2 Guion	44
9.2.3 Selección de imágenes (fotografías y/o videos)	44

9.2.4 Selección de la plantilla que mejor ayude a mostrar la imagen de la institución.	45
9.2.5 Creación de las locuciones	45
9.2.6 Grabación de la presentación	45
9.2.7 Edición del Video	46
9.2.8 Revisión y corrección de posibles errores	47
9.2.9 Presentación y entrega de los videos promocionales	47
9.3 Manejo adecuado de los recursos	48
9.3.1 Recursos humano	48
9.4 Materiales	48
9.5 Equipo	49
9.6 Gestión de los procesos de difusión de videos promocionales	49
9.6.1 Entrevista con el Director	49
9.6.2 Copiado del video	50
9.6.3 Edición del video	50
9.6.4 Gestión en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social	50
9.6.5 Gestión de difusión en el Canal 10	51
9.6.6 Gestión en el planetario Yoko´olKab	51
X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
10.1 Conclusiones	52
10.2 Recomendaciones	53
XI FUENTES DE INFORMACIÓN	55

I INTRODUCCIÓN

El instituto tecnológico de la zona maya ITZM fue creado el 8 de octubre de 1976 con el nombre de Instituto Tecnológico Agropecuario número 16. Inicio sus actividades en el Centro de Estudios Tecnológicos agropecuarios No. 11. Se trasladó en 1981 al Km. 21.5 de la Carretera Chetumal en el ejido Juan Sarabia donde actualmente se encuentra.

En un inicio se ofertaron las carreras de Ingeniero Agrónomo especialista en fitotecnia, Ingeniero Agrónomo especialista en zootecnia e Ingeniero en Desarrollo Rural. La carrera de Ingeniería Forestal se oferta desde el año 2001 y somos la única institución en el estado que la ofrece, ésta carrera se considera de gran importancia para la entidad, debido a que Quintana Roo posee 3.6 millones de selvas, de las cuales 1.2 millones han sido declaradas dentro de áreas protegidas y 750,000 corresponden a selvas bajo manejo forestal. La plantilla laboral del ITZM se integra por 81 trabajadores, de los cuales 48 son docentes y 33 son de apoyo a la educación. Del total de docentes 31 son de tiempo completo y 17 son de tiempo parcial. Respecto al último grado de estudios de los profesores, 24 tiene estudios de postgrado y 24 solo cuentan con licenciatura.

El ITZM dispone de una superficie total de 100 hectáreas de las cuales 4 son ocupadas por instalaciones, 30 están destinadas a la producción e

investigación, 40 constituyen una reserva ecológica y jardín botánico y el resto se ocupan en instalaciones deportivas, jardines, estacionamientos entre otros.

Para preparar recursos humanos con solida formación científica y tecnológica, se cuentan con los servicios de maquinaria y equipos adecuados para actividades agropecuarias, biblioteca, dos centros de cómputo, cuatro laboratorios: el de agua-suelo- planta, Biotecnología vegetal, Bromatología y usos múltiples. Se cuenta con el Centro de Articulación Productiva de la Madera y el Mueble, Jardín Botánico de plantas forestales y nativas, tres invernaderos, 16 aulas, cafetería con a/c, auditorio con capacidad de 100 personas, una sala de juntas, instalaciones deportivas (en proceso de construcción) e internet inalámbrico en el campus.

El ITZM participa en un proceso profundo de transformación y de mejora continua, y en el mes de septiembre del 2012 se obtuvo la recertificación ISO9001:2008 del proceso educativo para el periodo agosto 2012 a agosto del 2015.

Continuando con estos proyectos de mejora, en el mes de diciembre del 2010 se realizó la evaluación de la carrera de Agronomía por los CIEES, en Mayo del 2012 se inicia la auto evaluación con fines de acreditación de los programas académicos de ingeniería en Agronomía e ingeniería Forestal, para ello; fue necesario dotar y adecuar la infraestructura del Instituto para que cubriera los indicadores de calidad requeridos por COMEAA organismo responsable de acreditar estas carreras.

A 36 años de producir educación que alimenta a México, hemos egresado a 28 generaciones con un total de 1662 profesionistas y mantenemos nuestra visión de consolidarnos como una institución líder en el ámbito de educación superior agropecuaria en el estado de Quintana Roo.

PROBLEMÁTICA

Los principales problemas que enfrenta el ITZM actualmente es la baja matrícula de alumnos de nuevo ingreso, en las diferentes carreras que se ofertan. Sin embargo dentro de las carreras que presentan una mayor problemática en este sentido es la Ingeniería Forestal que ha descendido un 62.50% del 2007 al 2013. Comparado con un descenso del 31.03% para el caso de Ingeniería en gestión Empresarial. Esto probablemente ha obedecido a que no se ha planeado adecuadamente el proceso de promoción y no se ha promocionado en la radio y televisión a través de material audiovisual.

El descenso de la matrícula de nuevo ingreso que se ha presentado en este ciclo escolar agosto/2013-junio/2014, están provocando un uso ineficiente de los recursos materiales y de servicios de la Institución. Así como una disminución en la Institución de los ingresos propios por concepto de pago de inscripción.

Una de las probables causas de la baja captación de alumnos de nuevo ingreso es la mala imagen que se tiene de la Institución como consecuencia de los conflictos laborales. Para lo cual se realiza el presente material audiovisual que permita el incremento de la matrícula escolar de nuevo ingreso.

OBJETIVOS

Se realizó un proceso de difusión con videos de promoción, documentales, y en tercera dimensión del ITZM de Juan Sarabia, Quintana Roo a través de la planeación, gestión ante los medios de comunicación y analizar el probable impacto en la captación de alumnos de nuevo ingreso para el periodo Agosto-Diciembre del 2014.

Por otra parte se realizaron reportajes a través de Televisa en total veinte los cuales fueron difundidos a nivel Nacional, y esta difusión fue a través de la gestión con el M.C. Ángel Ramírez Hernández corresponsal de Televisa, el cual accedió a promover a través de la institución la cual dignamente representa, para realizar una serie de reportajes que promuevan al Instituto Tecnológico de la Zona Maya. Los objetivos fueron cumplidos ya que de las veinte propuestas que se realizaron fueron aprobadas todas, lo cual permitió tener una incursión en televisión a nivel nacional de la institución. Algo de lo que otras instituciones carecen es la difusión en televisión por eso es de recalcar que la institución es una de las primeras que ha sido difundida en un canal de televisión nacional.

Los objetivos de difusión se cumplieron ampliamente a través de estos videos, a través de la planeación y gestiones realizadas en su momento para lograr la captación de alumnos de nuevo ingreso.

II JUSTIFICACIÓN

Actualmente uno de los indicadores relevantes en el ITZM es el incremento de la matrícula de nuevo ingresos en las diferentes carreras que se ofertan en el Instituto. Sin embargo para el ciclo escolar agosto/2013-Junio/2014 los alumnos de nuevo ingreso presentaron una baja matrícula que se registró en este período, debido a esto se decidió elaborar material audiovisual que servirá para promocionar las carreras que se ofertan en el ITZM con la finalidad de Incrementar el porcentaje de estudiantes en programas reconocidos, en el Programa Nacional de Posgrado de Calidad (PNPC), a fin de contribuir a fortalecer la vocación tecnológica del sistema y cooperar al desarrollo científico y tecnológico de México.

Actualmente el ITZM se caracteriza por ser una escuela de alto desempeño, debido a que las tres carreras que se ofertan e imparten en el Instituto ya se encuentran acreditadas por el COPAES (Consejo para la Acreditación de la Educación Superior). Para mantener la acreditación de las carreras es necesario incrementar o mantener la matrícula escolar, es necesario ampliar el número de becas de licenciatura para contribuir a la permanencia y conclusión de estudios. Incrementar la matrícula de estudiantes en la modalidad no presencial (abierta y a distancia). De manera que es necesario realizar un proceso de difusión con dos videos de promoción y un video documental, a través la planeación, gestión ante los medios de comunicación como es el

Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, canal 10 y el planetario de Yokool'kab, así como analizar el probable impacto en la captación de alumnos de nuevo ingreso.

De igual manera para proporcionar una educación de calidad a los alumnos es necesario poder tener acceso a los recursos Federales en la construcción y equipamiento de las aulas, laboratorios, invernaderos, posta pecuaria entre otros. En este sentido el incremento de la matrícula de nuevo ingresos permitirá captar Recursos Federales a través de los diversos programas de equipamiento de la DGEST.

Como parte de la vida Institucional y Sindical del personal de base del Instituto, entre octubre del 2011 y mayo del 2012 se generó un conflicto laboral que ocasionó una mala imagen ante la sociedad. A partir del cambio de Administración del Instituto en mayo del 2012, el ITZM ha dado grandes avances en la activación de los invernaderos en la producción de chile habanero, tomate, chile ixcat'ic y sandía que conlleva investigación con productos como son tesis de estudiantes para obtener el título de ingeniería en Agronomía, Forestal o en Gestión Empresarial según sea el caso. De igual manera en este proceso de consolidación del Instituto se han podido acreditar las carreras al 100% que se ofertan. Por todas las actividades y acciones positivas que se han realizado en lo académico, en vinculación, producción e investigación es necesario dar a conocer ante la sociedad de Quintana Roo, a través de material audiovisual lo que se está realizando.

III OBJETIVOS

3.3 Objetivo general

Establecer un proceso de difusión con videos documentales, de promoción y en tercera dimensión del ITZM de Juan Sarabia, Quintana Roo a través de la planeación, gestión ante los medios de comunicación y analizar el probable impacto en la captación de alumnos de nuevo ingreso para el periodo Agosto-Diciembre del 2014.

3.4 Objetivos específicos

- Realizar la planeación de videos documentales para promover al ITZM y coadyuvar en incremento de alumnos de nuevo ingreso en las carreras que se ofertan.
- Establecer un proceso de gestión para la difusión del ITZM ante el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, Canal 10 y el planetario Yook'olKaab.
- Estimar los gastos de elaboración de los videos documentales, de promoción y en tercera dimensión para favorecer la captación de alumnos.
- Analizar el probable impacto en la captación de alumnos de nuevo ingreso en el periodo Agosto-Diciembre del 2014.

IV CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DONDE PARTICIPO

4.1 Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST)

La Dirección General de Educación Superior Tecnológica, es una dependencia de la Secretaría de Educación Pública que tiene a su cargo la Educación Superior Tecnológica en México.

El Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos(SNIT) está constituido por 262 instituciones, de las cuales 126 son Institutos Tecnológicos federales, 130 Institutos Tecnológicos Descentralizados, cuatro Centros Regionales de Optimización y Desarrollo de Equipo (CRODE), un Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica (CIIDET) y un Centro Nacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico (CENIDET). En estas instituciones, el SNIT atiende a una población escolar de 470,359 estudiantes en licenciatura y posgrado en todo el territorio nacional, incluido el Distrito Federal.

Snit..mx. archivos irc .informe .rendición (2007)

4.1.1 Visión DGEST

Ser una entidad moderna, reconocida por su calidad en el servicio y que garantice el alto desempeño del Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos



Figura 1. Mural que utiliza la DGEST para ilustrar la visión

4.1.2 Misión DGEST

Con el propósito de hacer realidad su visión, la DGEST establece como su misión:

Potenciar y asegurar, con liderazgo y servicios de calidad, el desarrollo de un Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos de alto desempeño.



Figura 2. Mural que utiliza la DGEST para ilustrar la misión

4.1.3 Objetivos de la DGEST

- Elevar la calidad de la educación para que los estudiantes mejoren su nivel de logro educativo, cuenten con medios para tener acceso a un mayor bienestar y contribuyan al desarrollo nacional.
- Ampliar las oportunidades educativas para reducir desigualdades entre grupos sociales, cerrar brechas e impulsar la equidad.
- Impulsar el desarrollo y utilización de tecnologías de la información y la comunicación en el sistema educativo para apoyar el aprendizaje de los estudiantes, ampliar sus competencias para la vida y favorecer su inserción en la sociedad del conocimiento.
- Ofrecer una educación integral que equilibre la formación en valores ciudadanos, el desarrollo de competencias y la adquisición de conocimientos, a través de actividades regulares del aula, la práctica docente y el ambiente institucional, para fortalecer la convivencia democrática e intercultural.
- Ofrecer servicios educativos de calidad para formar personas con alto sentido de responsabilidad social, que participen de manera productiva y competitiva en el mercado laboral.
- Fomentar una gestión escolar e institucional que fortalezca la participación de los centros escolares en la toma de decisiones, corresponsabilice a los diferentes actores sociales y educativos, y

promueva la seguridad de alumnos y profesores, la transparencia y la rendición de cuentas.

snit.mx/informacion/sistema-nacional-de-educacion-superior-tecnologica

4.1.4 Institutos Tecnológicos

Para la Entidad Federativa de Quintana Roo en la figura 3 se indican los tecnológicos que existen en el Estado.

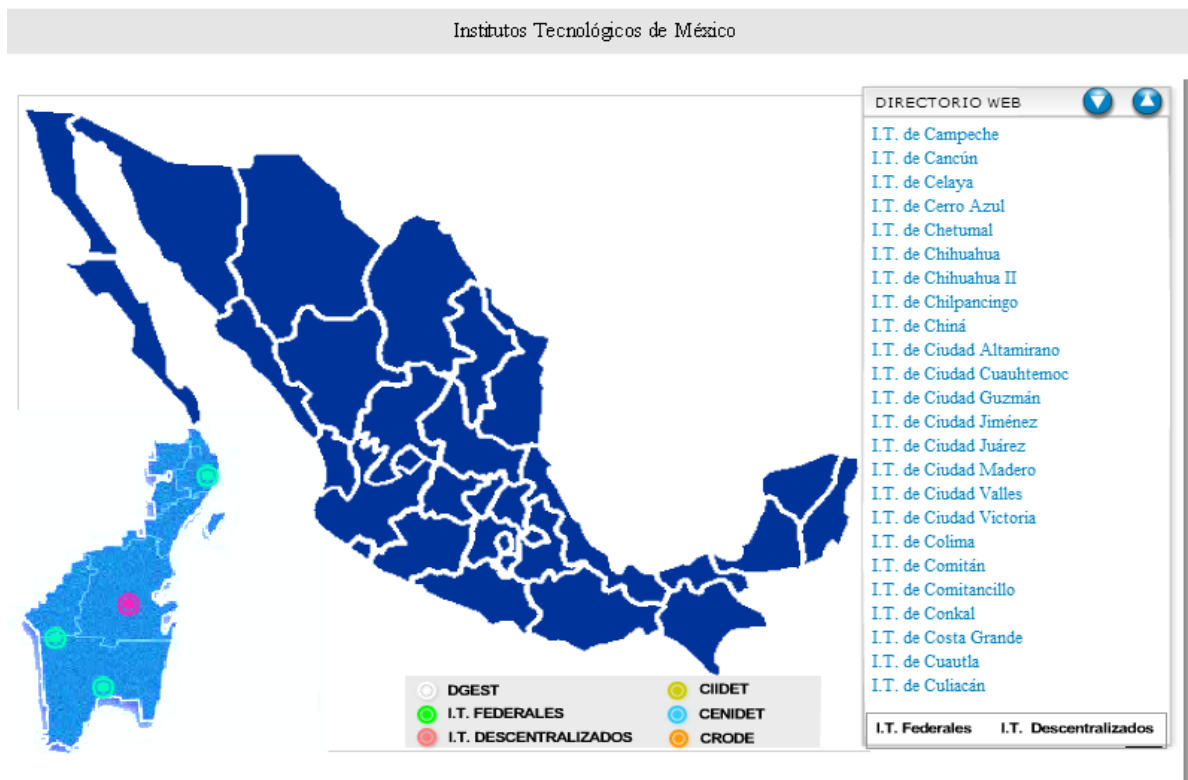


Figura 3. Institutos Tecnológicos Federales y Descentralizados en el Estado de Quintana Roo

4.2 Instituto Tecnológico de la Zona Maya (ITZM)

4.2.1 Misión

Contribuir a la formación integral de profesionales que coadyuven al desarrollo socioeconómico de las zonas rurales del país y en lo particular del Estado de Quintana Roo, mediante la prestación de servicios de educación superior, así como de investigación, desarrollo tecnológico y capacitación para el trabajo"

4.2.2 Visión

“Ser una institución con excelencia académica, líder en el desarrollo agro empresarial, con tecnologías acordes a las características agroecológicas y sociales del Caribe, que a través de la investigación y vinculación participe activamente en el desarrollo socioeconómico de la región y además cuente con una cultura organizacional de calidad”: Snit..mx. archivos irc .informe .rendición (2007)

4.2.3 Localización

El Instituto Tecnológico de la Zona Maya está ubicado en el kilómetro 21.5 de la carretera Chetumal-Escàrcega, en la comunidad de Juan Sarabia, municipio de Othòn P. Blanco

El ITZM dispone de una superficie total de 100 hectáreas de las cuales 4 son ocupadas por instalaciones, 30 están destinadas a la producción e investigación, 40 constituyen una reserva ecológica y jardín botánico y el resto se ocupan en instalaciones deportivas, jardines, estacionamientos entre otros.

4.2.4 Historia

El instituto tecnológico de la zona maya fue creado el 8 de octubre de 1976 con el nombre de Instituto Tecnológico Agropecuario número 16. Inicio sus actividades en el Centro de Estudios Tecnológicos agropecuarios No. 11. Se trasladó en 1981 al Km. 21.5 de la Carretera Chetumal-Escárcega en el ejido Juan Sarabia donde actualmente se encuentra.

En un inicio se ofertaron las carreras de Ingeniero Agrónomo especialista en Fitotecnia, Ingeniero Agrónomo especialista en Zootecnia e Ingeniero en Desarrollo Rural.

A 36 años de producir educación que alimenta a México, el ITZM ha egresado a 28 generaciones con un total de 1,662 profesionistas y se mantiene la visión de consolidarse como una institución líder en el ámbito de Educación Superior Agropecuaria en el estado de Quintana Roo. Dirección General de Educación Superior Tecnológica (2013)

4.2.5 Oferta educativa

- Ingeniería en Agronomía con especialidades en: Producción Agrícola Sustentable y Producción Animal Sustentable.
- Ingeniería Forestal cuenta con especialidad en: Restauración de Ecosistemas Forestales Tropicales y Manejo Transformación e Innovación Forestal Tropical. La carrera de Ingeniería Forestal se oferta desde el año 2001 y somos la única institución en el estado que la ofrece, ésta carrera se considera de gran importancia para la entidad, debido a que Quintana Roo posee 3.6 millones de selvas, de las cuales 1.2 millones han sido declaradas dentro de áreas protegidas y 750,000 corresponden a selvas bajo manejo forestal.
- Ingeniería en Gestión Empresarial con la especialidad de: Desarrollo de Negocios e Innovación Tecnológica.

4.2.6 Matricula

Actualmente cuenta con una matrícula de 713 estudiantes inscritos en las siguientes carreras: 300 en Ingeniería en Agronomía, 345 en Ingeniería en Gestión Empresarial, 68 en Ingeniería Forestal.

4.2.7 Plantilla laboral del ITZM

Se integra por 81 trabajadores, de los cuales 48 son docentes y 33 son de apoyo a la educación. Del total de docentes 31 son de tiempo completo y 17 son de tiempo parcial. Respecto al último grado de estudios de los profesores, 24 tiene estudios de postgrado y 24 solo cuentan con licenciatura.

4.2.8 Infraestructura

Para preparar recursos humanos con solida formación científica y tecnológica, se cuentan con los servicios de maquinaria y equipos adecuados para actividades agropecuarias, biblioteca, dos centros de cómputo, cinco laboratorios:el de Agua-Suelo- Planta, Biotecnología Vegetal, Bromatología, Control Biológico y el de Usos Múltiples.Se cuenta con el Centro de Articulación Productiva de la Madera y el Mueble, Jardín Botánico de plantas forestales y nativas, tres invernaderos,16 aulas, cafetería con a/c, auditorio con capacidad de 100 personas, una sala de juntas, instalaciones deportivas (en proceso de construcción) e internet inalámbrico en el campus.

Con la finalidad de impartir una educación de calidad en las carreras acreditadas se realizaron las siguientes mejoras:

- Aulas: Instalación de A/C, cañón y pantalla de proyección, internet, polarizado de cristales, dotación de mobiliario adecuado para alumnos y

profesores y Construcción de la unidad académica de la carrera de ingeniería en Agronomía.

- Centro de cómputo: Mobiliario y equipo nuevo y suficiente, relación de 8 alumnos por computadora, aire acondicionado, señalización y registro de usuarios.
- Biblioteca: clasificación del acervo bibliográfico, automatización del servicio, adquisición del SIABUC, arco de seguridad, consulta en red, A/C, estantería abierta, cubículos para trabajo grupal y mobiliario nuevo; El acervo bibliográfico actual es de 5000 volúmenes de libros, se cuenta con la suscripción a revistas científicas en el área Agronómica y Forestal.
- Laboratorios: Se revisó y dio mantenimiento a instalaciones de agua, gas, pintura, iluminación, señalización y equipo de seguridad con el fin de dejarlos en condiciones adecuadas para ofertar un mejor servicio en las prácticas a los alumnos y a los productores. Además se están adquiriendo nuevos equipos y mobiliario.

4.2.9 Certificación ISO9001:2008 y acreditación de carreras

El ITZM participa en un proceso profundo de transformación y de mejora continua, y en el mes de septiembre del 2012 se obtuvo la recertificación ISO9001:2008 del proceso educativo para el periodo agosto 2012 a agosto del 2015.

Entre los proyectos de mejora, en el mes de diciembre del 2010 se realizó la evaluación de la carrera de Agronomía por los CIEES, en Mayo del 2012 se inicia la auto evaluación con fines de acreditación de los programas académicos de ingeniería en Agronomía e ingeniería Forestal, para ello; fue necesario dotar y adecuar la infraestructura del Instituto para que cubriera los indicadores de calidad requeridos por COMEAA organismo responsable de acreditar estas carreras.

4.2.10 Matrícula global por carrera

En el cuadro 1 se indica la matrícula de nuevo ingreso del año 2007 al año 2013, observando que en lo general existe un descenso en el número de alumnos de nuevo ingreso, en la diferentes carreras que se ofertan en el ITZM:

Cuadro 1. Matrícula de nuevo ingreso por carrera en el ITZM

AÑO	AGRONOMIA	FORESTAL	GESTIÓN EMPRESARIAL	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN	TOTAL
2007	94	160	0	280	534
2008	96	160	0	290	546
2009	127	152	145	189	613
2010	167	138	241	129	675
2011	194	109	271	90	664
2012	226	78	304	52	660
2013	110	19	75	0	204

62.50% 0.310344828

V PROBLEMAS A RESOLVER CON RESPECTIVA PRIORIZACIÓN

Entre los principales problemas que enfrenta el ITZM actualmente es la baja matrícula de alumnos de nuevo ingreso, en las diferentes carreras que se ofertan. Sin embargo dentro de las carreras que presentan una mayor problemática en este sentido es la Ingeniería Forestal que ha descendido un 62.50% del 2007 al 2013. Comparado con un descenso del 31.03% para el caso de Ingeniería en gestión Empresarial. Esto probablemente ha obedecido a que no se ha planeado adecuadamente el proceso de promoción y no se ha promocionado en la radio y televisión a través de material audiovisual.

De acuerdo a la acreditación de los de los programas académicos de la carrera de Ingeniería en Agronomía realizada por COMEAA organismo responsable de acreditar estas carreras, para las evaluaciones que realicen en un futuro para mantener la acreditación, es necesario incrementar la matrícula escolar en las carreras que se ofertan, por lo que de seguir con esta tendencia existe el riesgo de perder la acreditación.

Por otra parte el descenso de la matrícula de nuevo ingreso que se ha presentado en este ciclo escolar agosto/2013-junio/2014, están provocando un uso ineficiente de los recursos materiales y de servicios de la Institución. Así como una disminución en la Institución de los ingresos propios por concepto de pago de inscripción.

Una de las probables causas de la baja captación de alumnos de nuevo ingreso es la mala imagen que se tiene de la Institución como consecuencia de los conflictos laborales. ITZM Juan Sarabia (2013)

VI ALCANCES Y LIMITACIONES

6.1 Alcance

El presente proyecto tiene como fin realizar una planeación para filmar las instalaciones del ITZM y promover las imágenes a través de los medios de comunicación en el estado de Quintana Roo, a través de gestionar ante los medios de televisión (Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, canal 10 y planetario Yook'olKaab) la promoción a través de material audiovisual para aumentar la captación de alumnos de nuevo ingreso en las carreras que se ofertan en la institución.

Realizar una estimación de los gastos de elaboración de los videos documentales, de promoción y en tercera dimensión para favorecer la captación de alumnos de nuevo ingreso.

6.2 Limitaciones

Las condiciones climatológicas evitan la buena captación de imágenes y la salida al campo de los alumnos para las sesiones de filmación, además de la coordinación con las áreas a filmar.

Falta de presupuesto en la elaboración de los videos documentales y el incremento del combustible.

El ausentismo de las autoridades de los medios de comunicación en donde se promoverán los videos del ITZM. ITZM Juan Sarabia (2013)

VII FUNDAMENTO TEÓRICO

7.1 Proceso de acreditación de una carrera de educación superior

Es el reconocimiento público que otorga un organismo acreditador, no gubernamental y reconocido formalmente por el COPAES (Consejo para la Acreditación de la Educación Superior), en el sentido de que cumple con determinados criterios, indicadores y parámetros de calidad en su estructura, organización, funcionamiento, insumos, procesos de enseñanza, servicios y en sus resultados. COPAES (2000)

7.2 Escuela de alto desempeño

El rendimiento escolar se refiere al nivel de aprovechamiento del alumno a partir de los estándares educativos instituidos en una sociedad e implica desde el mínimo hasta el máximo aprovechamiento.

Algunos factores que influyen en el rendimiento académico los menciona el artículo Rendimiento en el estudio (Cuevas, 2002) y dice que son aquellos relacionados con los profesores como: la manera en que desarrollan la clase, cómo revisan, el tipo de trabajo que dejan, el tiempo disponible. Otros factores que el artículo Rendimiento en el estudio Cuevas menciona están relacionados

con los alumnos y son: la capacidad mental del estudiante, interés en las materias, el esfuerzo de éste, el orden en el estudio.

El desarrollo estructural de las escuelas, parte de procesos bien definidos que nos permiten la adecuada interacción entre áreas y niveles, favoreciendo la flexibilidad y la pronta adaptación a los cambios. Debe evitarse la duplicidad de funciones, el desperdicio de recursos y el excesivo burocratismo en sus procedimientos; para ello es necesario establecer sólo los niveles y los puestos mínimos necesarios, para un funcionamiento flexible, con jerarquías más horizontales que lineales y verticales.

El adecuado funcionamiento de la estructura escolar requiere de promover modelos de participación y reconocimiento, que promuevan la labor comprometida de todos, reconociendo la función desarrollada por cada uno de los miembros de la comunidad escolar.

Es importante mantener el mínimo control sobre el desempeño del equipo, asegurando coordinación, no fiscalización; mucho ayuda el que no estorba o que sólo vigila sin aportar.

En todos los niveles y áreas de la organización es importante promover una amplia capacitación, actualización, superación y profesionalización del personal, de manera tal que los equipos de trabajo sean autogestivos, auto dirigidos y auto administrados, eliminando la supervisión frecuente, en donde el rol

directivo (de tipo gerencial) sea más similar al de un "coach", que establece un contacto personal, desarrolla empatía, orienta, asesora, dirige, reta y confronta, pero demuestra cómo se hacen las cosas. Cuevas (2002)

7.3 Indicadores de calidad

Los indicadores de calidad son instrumentos de medición, basados en hechos y datos, que permiten evaluar la calidad de los procesos, productos y servicios para asegurar la satisfacción de los clientes, es decir, miden el nivel de cumplimiento de las especificaciones establecidas para una determinada actividad o proceso empresarial. Los indicadores de calidad, idealmente pocos aunque representativos de las áreas prioritarias o que requieren supervisión constante de la gestión, deben ser:

- Realistas: relacionados con las “dimensiones” significativas de la calidad del proceso, producto o servicio.
- Efectistas: que se centren en el verdadero impacto de la calidad.
- Visibles: en forma de gráficos de fácil interpretación, accesibles a las personas involucradas en las actividades medidas.
- Sensibles a las variaciones del parámetro que se está midiendo.
- Económicos: sencillos de calcular y gestionar.

Manual Guía Indicadores de Calidad. (Noviembre 2002)

7.4 Planeación y sus componentes

La planeación involucra un proceso de toma de decisiones. Con ella se busca producir uno o más estados deseados. El proceso de planeación comprende la toma y evaluación de un sistema de decisiones previas a la acción (aunque no todo proceso de toma de decisiones es planeación).

En términos generales, la planeación debe incluir la definición de los fines que se pretenden, los medios y recursos necesarios para alcanzarlos y los mecanismos para su implantación y control, considerando todo esto como elementos de un mismo sistema.

Este sistema, por su magnitud y por no poder agrupar sus componentes en subconjuntos independientes da a la planeación características de proceso, y no de un simple acto. El documento resultante que registra el complejo de decisiones y la forma en que interactúan, comúnmente llamado "plan", no debe considerarse como un producto final, sino como un reporte intermedio. El orden, en que generalmente se presentan los componentes no necesariamente indica la secuencia de la acción, la determinación de cuáles incluir y que, atención darles depende del enfoque filosófico en que se base el proceso de planeación.

Terry G. y Franklin S. (1987).

7.4.1 Concepto de Planeación

La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización. Reyes (2008)

Planeación es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define el problema, se analizan las experiencias pasadas y se esbozan planes y programas. Fernández (1991)

Por otra parte se define planeación como el sistema que comienza con los objetivos, desarrolla políticas, planes, procedimientos y cuenta con un método de retroalimentación de información para adaptarse a cualquier cambio en las circunstancias. Kaufman, (1998).

7.4.2 Componentes de la planeación

7.4.2.1 Fines

Especificación de objetivos y metas.

7.4.2.2 Medios

Selección de políticas, programas, procedimientos y prácticas para alcanzar los objetivos y las metas.

7.4.2.3 Recursos

Determinación del tipo y cantidad de recursos necesarios, de su obtención y de la asignación de actividades.

7.4.2.4 Implantación

Diseño de los procedimientos de toma de decisión y de la manera en que éstos deben ser organizados.

7.4.2.5 Control

Diseño de los procedimientos para detectar errores o fallas en el plan.

7.4.3 Importancia de la Planeación

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.

- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismos.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- La moral se eleva sustancialmente, ya que todos los miembros de la empresa conocen hacia donde se dirigen sus esfuerzos.
- Maximiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos, en todos los niveles de la empresa.

Revista Respuesta: La Opinión Educativa en México, (Marzo 1979)

7.4.4 Etapas de la Planeación

7.4.4.1 Misión o Propósito

Es la declaración duradera de objetivos que distinguen a una organización de otras similares. ¿Cuál es nuestro negocio? Describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una empresa.

- Definir que es la organización y lo que aspira a ser.
- Ser lo suficientemente específica para auxiliar ciertas actividades y lo suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo.
- Distinguir a una organización de todas las demás.
- Servir como marco para evaluar las actividades presentes y futuras.
- Ser formulada en términos tan claros que se puedan entender en toda la empresa.

7.4.4.2 Objetivos

Los objetivos deben ser perfectamente conocidos y entendidos por todos los miembros de la organización. Deben ser estables; los cambios continuos en los objetivos originan conflictos y confusiones. Representan los resultados que la empresa espera obtener, son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico.

Características:

- Deben establecerse a un tiempo específico.
- Se determinan cuantitativamente.

7.4.4.3 Lineamientos

- Deben de asentarse por escrito.
- No deben confundirse con los medios o estrategias para alcanzarlos.

- al determinarlos, debemos recordar las seis preguntas clave de la administración (qué, cómo, dónde, cuándo, quién, porqué)
- Asegurarse de que sean consistentes y contribuyan al logro de los objetivos.
- Determinadas con claridad
- No confundir las estrategias con las tácticas, ya que éstas últimas combinan la acción con los medios para alcanzar el objetivo.
- Considerar las experiencias pasadas para su establecimiento; esto permitirá sugerir un mayor número de cursos de acción.
- Analizar las consecuencias que pudieran presentarse al momento de aplicarlas
- Al establecerlas, auxiliarse de técnicas de investigación y de planeación
- Características:
- Se avienen al concepto tradicional militar, al incluir consideraciones competitivas
- Su vigencia está estrechamente vinculada a la del objetivo u objetivos para los que fueron diseñadas; una vez alcanzados, a la par del establecimiento de unos nuevos, es necesario formular nuevas estrategias.
- Debido a la dinámica del medio ambiente, una estrategia que en su momento fue útil, puede ser, en otro tiempo, la menos indicada para lograr el mismo objetivo.

- Para cada área clave es necesario establecer una estrategia específica. Es decir, que una estrategia establecida para un área clave, por ejemplo: productividad, no podrá aplicarse para penetración de mercado.
- Se establecen en los niveles jerárquicos más altos. Domínguez, (1995)

7.4.4.4 Estrategias

Son cursos de acción general o alternativas, que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las condiciones ventajosas. Un área clave de resultados es una actividad básica dentro de una empresa, que está relacionada con el desarrollo total de la misma.

7.4.4.5 Políticas

Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Las políticas son imprescindibles para el éxito del plan debido a que:

- Facilitan la delegación de autoridad
- Motivan y estimulan al personal, al dejar a su libre albedrío ciertas decisiones.

- Evitan pérdidas de tiempo a los superiores, al minimizar las consultas innecesarias que pueden hacer sus subordinados
- Otorgan un margen de libertad para tomar decisiones en determinadas actividades.
- Contribuyen a lograr los objetivos de la empresa
- Proporcionan estabilidad y uniformidad en las decisiones
- Indican al personal como debe actuar en sus operaciones
- Facilitan la inducción del nuevo personal

7.4.4.6 Programas

Un esquema en donde se establecen: la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

La importancia de los programas es que:

- Suministran información e indican el estado de avance de las actividades
- Mantienen en orden las actividades, sirviendo como herramienta de control
- Identifica a las personas responsables de llevarlos a cabo, ya que se determina un programa para cada centro de responsabilidad

- Determinan los recursos que necesitan
- Disminuyen los costos
- Orientan a los trabajadores sobre las actividades que deben realizarse específicamente Determinan el tiempo de iniciación terminación de actividades Se incluyen únicamente las actividades que son necesarias
- Evitan la duplicidad de esfuerzos

7.4.4.7 Presupuestos

Es un esquema escrito de todas o algunas de las fases de actividad de la empresa expresado en términos económicos (monetarios), junto con la comprobación subsiguiente de las realizaciones de dicho plan.

Características:

- Es un esquema, pues, se elabora en un documento formal, ordenado sistemáticamente
- Está expresado en términos cuantitativos
- Es general porque debe establecerse para toda la empresa
- Es específico porque puede referirse a cada una de las áreas de la organización
- Es diseñado para un periodo determinado. Harold, (1974)

7.5 Gasto

Gasto es la cantidad pagada o a pagar a terceros por una contraprestación de bienes o de servicios. Esta contraprestación se caracteriza por ser necesaria para el funcionamiento de la actividad empresarial y que una vez utilizados o consumidos no pueden volver a ser utilizados en sentido general, como es el consumo de agua, la electricidad, los salarios, la publicidad, o son las existencias de bienes no consumidos en el periodo, pero que lo serán en el siguiente . Richard, (2003).

7.6 Proceso de gestión

El proceso de gestión es el conjunto de: Acciones, transacciones, y decisiones que la organización lleva a cabo para alcanzar los objetivos propuestos (fijados en el proceso de planeamiento) y que se concretan en los resultados.

Gestión es el proceso mediante el cual el management determinan las acciones a seguir (planificación), según los objetivos, necesidades detectadas, cambios deseados, nuevas acciones solicitadas, implementación de cambios demandados o necesarios, y la forma como se realizarán estas acciones (estrategias, acción) y los resultados que se lograrán.

Organización-de-empresas (2009).

VIII PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

Para alcanzar los objetivos que propuestos se describen a continuación el enfoque, el alcance y el tipo de investigación realizada; se detalla la planeación y proceso de gestión realizado para la elaboración de tres videos promocionales, así como determinar el presupuesto con base a los gastos directos y por último el impacto probable que pudiera tener sobre la matrícula de nuevo ingresos para el período escolar agosto/diciembre/2014. Se describen también la técnica y los instrumentos utilizados así como la forma de su ejecución y el análisis de la información.

8.1 Enfoque de la investigación

La investigación tuvo un enfoque mixto, es decir, se recolectaron y analizaron datos tanto cualitativos como cuantitativos.

Para el caso de la variable de planeación y gestión para la elaboración de videos promocionales del ITZM fue una investigación cualitativa porque utilizó la recolección de datos sin medición numérica para describir preguntas de investigación en el proceso de la investigación. Para el caso de las variables de gastos de elaboración de los videos promocionales y el probable impacto en la matrícula de nuevo ingresos son cuantitativos, pues tendrá una visión

estadística histórica, de datos concretos, numéricos y perfectamente cuantificables, lo que permitió describir y demostrar los resultados obtenidos.

8.2 Alcance y tipo de investigación

La presente investigación tuvo un alcance netamente descriptivo. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. Describió tendencias de un grupo o población. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas y describir lo que se investiga. Hernández, (2006).

8.3 Diseño del plan de investigación

Se aplicó un diseño no experimental. Este tipo de diseño los estudios se realizaron sin la manipulación deliberada de variables y sólo se observan fenómenos en su ambiente natural, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos, para que después puedan ser analizados. Este diseño también fue transeccional, recolectándose datos en un solo momento, es decir un tiempo

único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento. Hernández, (2006).

Al tiempo que se realizó la Residencia Profesional en un tiempo seis semanas aproximadamente, la información recolectada se fue tabulando y procesando para poder tener una visión de los datos obtenidos.

8.4 Operacionalidad de las variables

En el cuadro 2. se indica la operacionalidad de las variables que se midieron en la presente Residencia Profesional, que para el caso de planeación y gestión de los procesos es una escala cualitativa y para los gastos de elaboración del videos promocionales y el probable impacto sobre la matricula de nuevo ingreso en el período agosto/diciembre/2104 son cuantitativas.

Cuadro 2. Operacionalidad de las variables relativas a planeación, gestión del proceso, gastos de elaboración y probable impacto de los tres videos promocionales del ITZM

VARIABLE	ESCALA	DEFINICIÓN	
PLANEACIÓN DE VIDEOS PROMOCIONALES DEL ITZM	CUALITATIVA	CONSISTE EN UN PROCESO ES EL QUE SE ESTABLECE LOS OBJETIVOS, DEFINE ESTRATEGIAS, POLÍTICAS Y PLANES Y PRESUPUESTOS DETALLADOS, REALIZACIÓN Y CONTROL PARA INCREMENTAR LA MATRICULA DE NUEVO INGRESO	<ul style="list-style-type: none"> • INFORMAR ACERCA DE LAS CARRERAS ACREDITADAS QUE OFERTA EL ITZM • DAR A CONOCER LA PLANTA DOCENTE Y ADMINISTRATIVA • INFORMAR SOBRE LA INFRAESTRUCTURA EN AULAS, BIBLIOTECA, CENTRO DE COMPUTO, LABORATORIOS, TALLER DE LA MADERA Y EL MUEBLE E INVERNADEROS DE PRODUCCIÓN ENTRE OTROS
PROCESO DE GESTIÓN DE LA DIFUSIÓN DEL ITZM	CUALITATIVA	IMPLICA LA GESTIÓN UN CONJUNTO DE ACTIVIDADES DE PLANEACIÓN, CONTROL Y EJECUCIÓN DE LOS PROCESOS DE DIFUSIÓN DE VIDEOS PROMOCIONALES DEL ITZM ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • DEFINIR 'POLÍTICAS DE ACCIÓN CON EL DIRECTOR DEL ITZM • PROGRAMAR UN ENCUENTRO CON EL CORRESPONSAL DE TELEvisa , CANAL 10 Y SISTEMA QUINTARROENSE DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA REALIZAR UN COPIADO DE VIDEO PROMOCIONAL • EDICIÓN DEL VIDEO PROMOCIONAL EN EL CANAL 10 • GESTIÓN DE DIFUSIÓN EN EL SISTEMA

			QUINTANARROENSE DE COMUNICACIÓN SOCIAL, CANAL 10, TELEVISA Y PLANETARIO YOKO'OL KAB
GASTOS DE ELABORACIÓN DE VIDEOS DOCUMENTALES Y DE PROMOCIÓN	CUANTITATIVA	DETERMINAR LAS INVERSIONES Y UN PRESUPUESTO DE EGRESOS NECESARIOS PARA REALIZAR LOS VIDEOS PROMOCIONALES	<ul style="list-style-type: none"> EQUIPO AUDIOVISUAL NECESARIO DE COMO INVERSIÓN GASTOS DIRECTOS E INDIRECTOS
PROBABLE IMPACTO EN LA CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE NUEVO INGRESO	CUANTITATIVO	ALUMNOS DE NUEVO INGRESOS EN LAS CARRERAS QUE OFERTA EL ITZM	<ul style="list-style-type: none"> PROYECCIÓN DE MATRICULA DE NUEVO INGRESO

8.5 Planeación del proceso de elaboración de tres videos promocionales del ITZM

Se estableció la planeación para la elaboración de tres videos promocionales para alumnos de nuevo ingreso del ITZM para lo cual se realizaron las siguientes actividades:

- Determinar los objetivos de cada uno de los objetivos para cada uno de los tres videos promocionales que se realizaron en el ITZM
- Realizar el planteamiento y toma de decisiones de las acciones necesarias considerando el tipo de video, guión, selección de imágenes (fotografías y/o videos), selección de la plantilla que mejor ayude a mostrar la imagen de la institución, creación de las locuciones, grabación de la presentación, edición del video, revisión y corrección de posibles errores, presentación y entrega de los videos promocionales.

8.6 Manejo adecuado de los recursos

Se realizó la gestión de recursos humanos y materiales para la elaboración de los videos promocionales.

8.6.1 Equipo

Para la realización de los videos promocionales del ITZM utilizándose el siguiente equipo:

- Tripie marca Vanta color gris para utilizar en apoyo de las filmadoras.
- Cámara filmadora marca Sony HD con alta resolución de imagen y grabación en tercera dimensión.
- Cámara filmadora Panasonic P2 HD con entrada de audio cannon ideal para entrevistas y captación de imágenes en alta definición.

8.6.2 Otros

- Vehículo chevy cuatro puertas y GASTOS para gasolina y alimentos

8.7 Gestión de los procesos de difusión de videos promocionales

La gestión de la difusión de los videos promocionales implica un conjunto de actividades de planeación, control y ejecución. Las cuales tienen como propósito establecer los elementos del proceso de difusión de videos promocionales ante los medios de difusión como son radio, televisión e internet.

Para poder establecer la gestión para la difusión de los videos promocionales se realizó una entrevista con el Director, copiado del video, edición del video, gestión en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, gestión de difusión en el Canal 10 y en el planetario Yoko'olKab Cebrián (1987)

8.7.1 Estimación de los gastos de elaboración de videos promocionales

Para determinar los gastos de elaboración de los videos promocionales, se llevó a cabo un registro en un formato de todos los insumos necesarios para su elaboración.

8.7.2 Análisis del impacto en la captación de alumnos de nuevo ingreso

Para poder predecir el comportamiento en la captación de alumnos de nuevo ingreso al ITZM, se aplicó un modelo matemático de regresión polinomial cuadrática a través de la siguiente ecuación:

$$Y= Y_0 + AX + BX^2$$

Donde:

Y= Es la variable dependiente (Alumnos de nuevo ingreso)

Y₀= Intercepto de la variable dependiente

A y B = Son constantes de la ecuación que determinan la curva de la regresión.

X= Variable independiente

Para ello se utilizó los datos históricos de la matrícula escolar en un período de siete años del 2007 al 2013.

Así mismo se realizará un análisis de la tendencia que pudiera presentar la matrícula en caso de realizar un video promocional, documental y a tercera dimensión.

IX RESULTADOS

9.1 Establecimiento de los objetivos

Se determinó cada uno de los objetivos para cada uno de los tres videos promocionales que se realizaron en el ITZM, siendo estos los siguientes:

- Definir las características del tipo de video a elaborar y establecer un criterio por el Director del ITZM
- Diseñar, filmar, copiar y editar un video promocional, uno documental y otro en tercera dimensión.
- Gestionar la difusión de los videos en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, Canal 10 Promovisión y el planetario Yoko´ol kab

9.2 Planteamiento y toma de decisiones de las acciones necesarias

Para poder elaborar los tres videos promocionales se realizó las siguientes acciones:

9.2.1 Tipo de video

Se entrevistó con el Director del ITZM Dr. Manuel de Jesús Soria Fregoso y se determinó qué tipo de video es necesario elaborar para poder promocionar al

ITZM, para lo cual fue necesario establecer un convenio de trabajo y se determinó una fecha de entrega.

9.2.2 Guion

A partir de la información recabada con el Director se elaboró un guión del Video, de acuerdo a las necesidades más apremiantes para lo cual se solicita, llegando a la conclusión que se deberán plasmar las imágenes en donde deberán sobresalir las actividades académicas del instituto así como las instalaciones de toda la institución.

9.2.3 Selección de imágenes (fotografías y/o videos)

Se realizó una selección conjuntamente con las autoridades educativas del ITZM de todas las áreas que se debían promocionar, para lo cual se pidió autorización a todos los jefes de área para llevar a cabo la filmación de las instalaciones y las actividades que se deberían plasmar en el video de acuerdo al guión, y con esto lograr el objetivo final que es elevar la matrícula de alumnos de nuevo ingreso. Cuidando todos los detalles, de pintura, color, iluminación y organización de las áreas filmadas, logrando transmitir una imagen nítida y clara que permita al alumnado percibir un video de calidad y que pueda tener la certeza de que la institución cuenta con las mejores instalaciones a nivel superior.

9.2.4 Selección de la plantilla que mejor ayude a mostrar la imagen de la institución.

Se seleccionó las mejores áreas con las que cuenta el Instituto, definiendo que no hubiera tomas en donde se encontrara oscuridad, logrando las mejores imágenes, realizando travels, zoom in y zoom back, según las necesidades del lugar o instalación que se debía ilustrar en el video, se lograron captar las mejores imágenes a través de una filmadora HD y en tercera dimensión.

9.2.5 Creación de las locuciones

Se crearon las imágenes a incluir para lo cual fue necesario acordar con los profesores y jefes de área para permitir el acomodo de todos los equipos con los que cuenta el ITZM tales como, laboratorios, invernaderos, cómputo, biblioteca, oficinas, salones, cafetería, centro de articulación del mueble y la madera, entre otros. Coordinar el tipo de tomas que se realizaron y desde que ángulo para evitar contraluz e imágenes borrosas, se pidió a los profesores realizar algunas prácticas con el fin de filmar las distintas actividades que realiza el Instituto Tecnológico de la Zona Maya. También se realizo grabación en 3D para lustrar el video que se proyectara en el planetario Yoko`ol kab.

9.2.6 Grabación de la presentación

De acuerdo al guión que se estableció de común acuerdo con el Director del ITZM se realizó la grabación en formato DVD en las oficinas de los noticieros de

Televisa, contando con la anuencia del Corresponsal de la televisora en el sur del Estado, el M.C Ángel Ramírez Hernández, quien autorizo de forma verbal el copiado del material audiovisual, en total se copiaron tres DVD`S con material audiovisual, en donde se obtuvieron dos enlaces en vivo para ilustrar el video documental, en donde resaltan un enlace en vivo de chile habanero grabado en las instalaciones del ITZM y un enlace en vivo de un curso de carpintería de Intarsia, consistente en utilizar material de la región como, caoba, cedro, chechen, tzalam, entre otros.

Estos videos fueron solicitados al M.C Ángel Ramírez Hernández, por lo cual se anexaron en el video documental, posteriormente se realizó el copiado del video en 3D.

9.2.7 Edición del Video

Fue necesario contactar a un especialista del canal 10 para que montara todos los elementos seleccionados y según el guión elaborado, para la edición del video y este consistió en unir el audio que se grabó, junto al video que le había proporcionado con todas y cada una de las instalaciones y actividades que el Instituto realiza en forma general, este se realizo en un inicio pero de acuerdo a los señalamientos de las autoridades educativas del ITZM fue necesario realizar los ajustes necesarios hasta lograr el objetivo que se trazo en un inicio de acuerdo al guión.

Se gestiono a través de la Srita. Jehemy Jaqueline Palomo Ocaña la edición de tres videos, uno de promoción de aproximadamente siete minutos, que se entrego al director del Instituto el dia miércoles 22 de Enero del año en curso, dicho material contiene las imágenes editadas de acuerdo al guion proporcionado por el Director del ITZM. El costo por edición de cada video fue de \$300 pesos cada uno.

9.2.8 Revisión y corrección de posibles errores

Se realizo una primera entrega para revisión al Director del ITZM en el mes de Noviembre, encontrando errores de falta de imágenes, posteriormente el Subdirector Guido realizo una segunda revisión en el mes de Diciembre encontrando observaciones de modificación en el texto del guion, y posteriormente una última revisión en el mes de Enero, la cual resulto positiva para la entrega final.

9.2.9 Presentación y entrega de los videos promocionales

Finalmente después de las revisiones y ajustes necesarios al fin el video queda listo para proyectar en los diferentes planteles de nivel media superior y los medios de comunicación que así convenga. Se planeó realizar visita al Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, Canal 10 y el Planetario Yook'olKaab, para la transmisión del material audiovisual.

9.3 Manejo adecuado de los recursos

9.3.1 Recursos humanos

Se realizó la gestión para ocupar los servicios de un camarógrafo profesional, con la finalidad de darle la mayor calidad posible a los videos promocionales.

9.4 Materiales

Para la realización de los videos promocionales del ITZM se utilizó los siguientes materiales, mismo que se gestionaron ante el Departamento de Recursos Financieros, a través de la requisición de los mismos, siendo estos los siguientes:

- Casete minidv
- Dvds
- Cargador para video filmadora Cannon y para video filmadora Panasonic
- Lámpara de Leds
- Pilas recargables doble A
- Cargador de pilas doble A

9.5 Equipo

Para la realización de los videos promocionales del ITZM se utilizó el equipo profesional necesario y requerido para la elaboración de videos, mismo que se rentó a la empresa Noticieros Televisa en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Cuadro 3. Gastos de operación

	Equipo (descripción)	Cantidad	Costo unitario	Costo total
1	FILMADORA PANASONIC	1	\$45,000	\$45,000
2	FILMADORA SONY 3D	1	\$30,000	\$30,000
3	TRIPLE	2	\$1,300	\$2,600
4	CARGADOR	2	\$500	\$1,000
5	VEHICULO	1	\$40,000	\$40,000
6				
	insumos	cantidad	costo unitario	costo total
1	DVD`S	50	\$6	\$300
2	CASETE	10	\$50	\$500
3	GASOLINA	200Lt	\$12.30	\$2,460
4	ALIMENTOS	50	\$50	\$2,500
				\$124,360

9.6 Gestión de los procesos de difusión de videos promocionales

9.6.1 Entrevista con el Director

Para poder iniciar la gestión del proceso de difusión de los videos promocionales, se definieron las políticas en este sentido a través de una

reunión con el Director del Instituto Tecnológico de la Zona Maya, en esta reunión se tocó el tema de cómo se podría realizar un video documental para elevar la matrícula de alumnos de nuevo ingreso en el ITZM en el período agosto/diciembre/2014, esto fue de forma verbal.

9.6.2 Copiado del video

Uno de los videos promocionales se gestionó su difusión en Televisa, para lo cual fue necesario en primera instancia un encuentro con el corresponsal de Televisa el M.C Ángel Ramírez Hernández para utilizar el equipo de grabación, con la finalidad de copiar las imágenes a través de un quemador de DVD y posterior edición en otro medio de comunicación.

9.6.3 Edición del video

Se visitó las instalaciones del Canal 10 para la edición de los respectivos videos de promoción, documental y en tercera dimensión, esto se realiza de forma verbal con la Srita: Jehemy Jaqueline Palomo Ocaña y con un costo de 300 pesos por video.

9.6.4 Gestión en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social

Para la difusión del documental se realizó un oficio dirigido al Director General del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social C. Jorge Acevedo Marín,

esto con el fin de darle difusión al Instituto Tecnológico de la Zona Maya en forma aleatoria y lograr a través de estos spots publicitarios el incremento de la matrícula de alumnos de nuevo ingreso.

9.6.5 Gestión de difusión en el Canal 10

Se gestionó a través de oficio con el director general del Canal 10 Promovisión, Lic. Eduardo Toledo Parra la realización de spots publicitarios que beneficien en el incremento de la matrícula de alumnos de nuevo ingreso.

9.6.6 Gestión en el planetario Yoko'oiKab

A través de un oficio girado al Director del planetario el Lic. David Lara Catalán para la proyección del video en tercera dimensión para la promoción de las instalaciones del Instituto Tecnológico de la Zona Maya, se espera que este video sea promocionado en forma aleatoria a los alumnos de nivel medio superior de las diferentes escuelas de nivel bachillerato del sur de Quintana Roo, esto con el fin de incrementar la matrícula de alumnos de nuevo ingreso.

X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusiones

- La planeación en el uso de equipos de alta tecnología audiovisual, permitió obtener un Documental con aspectos técnicos como ser agradable a la vista del espectador, alta calidad en el video, luz, color, sonido y musicalización; dinámico e interesante que se transforma en una vitrina de exhibición que se proyectan en el ámbito municipal, estatal y regional, para promoción del ITZM.
- Se realizó el planteamiento y toma de decisiones de las acciones necesarias como son el tipo de video a través de entrevista con el Director del ITZM, el guión, la selección de imágenes (fotografías y/o videos) conjuntamente con las autoridades educativas del ITZM de todas las áreas que se debían promocionar planeando conjuntamente con los Jefe de Departamento las actividades que se deberían plasmar en el video de acuerdo al guión y con esto lograr el objetivo final que es elevar la matrícula de alumnos de nuevo ingreso.
- Se realizó una planeación en la selección de la plantilla que mejor ayude a mostrar la imagen de la institución con las mejores áreas con las que cuenta el Instituto, logrando las mejores imágenes, realizando travels, zoom in y zoom back, según las necesidades del lugar o instalación que se debía ilustrar en el video

- Se planeó la selección de las locuciones con las imágenes a incluir, acordando con los profesores y jefes de área para permitir el acomodo de todos los equipos con los que cuenta el ITZM tales como, laboratorios, invernaderos, computo, biblioteca, oficinas, salones, cafetería, centro de articulación del mueble y la madera
- Se realizó la gestión de la grabación de la presentación de acuerdo al guión que se estableció de común acuerdo con el Director del ITZM en formato DVD en las oficinas de los noticieros de Televisa y se obtuvieron dos enlaces en vivo para ilustrar el video documental.
- Gestión en la edición del Video por un especialista del canal 10 para que montara todos los elementos seleccionados y según el guión elaborado, para la edición del video. Se gestiono la edición de tres videos, uno de promoción, documental y de tercera dimensión.
- Se realizó la planeación en el manejo adecuado de los recursos humanos y gestionando ante el Departamento de Recursos Financieros materiales y equipo profesional necesario y requerido para la elaboración de videos, mismo que se rentó a la empresa Noticieros Televisa en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

10.2 Recomendaciones

Para reforzar la información contenida en el documental, es recomendable que la escuela luego de transmitir dicho material en los distintos planteles

educativos, se les proporcione información de forma electrónica donde podrían consultar diversos reportajes sobre la institución que han salido a nivel nacional e internacional.

Se gestionaron los procesos de difusión de videos promocionales definiendo políticas con el Director del Instituto Tecnológico de la Zona Maya para elevar la matrícula de alumnos de nuevo ingreso en el ITZM. Se gestionó la difusión en televisa de los videos promocionales, utilizando el equipo de grabación, con la finalidad de copiar las imágenes a través de un quemador de DVD y posterior edición en otro medio de comunicación.

Se realizó la gestión en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social para la difusión del documental, a través de estos spots publicitarios con la finalidad de incrementar de la matrícula de alumnos de nuevo ingreso.

XI FUENTES DE INFORMACIÓN

Pérez López, Juan. Fundamentos de la Dirección de Empresas. 5ª. Edición.

Pag. 48

Terry G. y Franklin S. (1987). *Principios de Administración*. México: CECSA
(19/07/2005)

Gómez Parets, Calixto. Et al. (1981). Dirección Y Organización de
empresas. Editorial pueblo y educación. p. 38.

Revista Respuesta: La Opinión Educativa en México, Vol. 1., Núm. 6, pp. 19-
22, México, (Marzo-1979)

Blanco Enrique Richar (2003) Editorial Club Universitario, (Sep 1, 2003) -
553 pages.

<http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/879233.el-desarrollo-de-nuestras-escuelas.html>.

<http://www.snit.mx/archivos/irc/informerendicion> (2007)

<http://www.snit.mx/informacion/sistema-nacional-de-educacion-superior-tecnologica> (2013).

<http://www.itsco.edu.mx/wp-content/uploads/PIIDGEST>. (02-2012)

Hernández, Sampiere (2006) metodología de la investigacion_4ta edición
(2011/09)

[http://www. Analisis-de-regresion-polinomial.ht.](http://www.Analisis-de-regresion-polinomial.ht) (Nov 16, 2009)

Cebrian Herreros, Mariano. (1987) Géneros informativos audiovisuales.

España: editorial ciencia. (03- 2000).

Chion, Michael (2002) Guion, España: Ediciones Catedra, pag. 68