

IQUIQUE, 02 de julio del 2015.-

DECRETO EXENTO N° 1.190.-

Con esta fecha, el Rector de la Universidad Arturo Prat, ha expedido el siguiente Decreto:

VISTOS Y CONSIDERANDO:

a.- Lo dispuesto en la Ley N° 18.368, del 30 de noviembre de 1984 y el D.F.L. N° 1 del 28 de mayo de 1985, el Decreto Exento N° 470 del 27.12.2011, todos del Ministerio de Educación Pública, el Decreto Exento N° 57 del 05.03.2012, el Decreto Exento N° 0278 del 27.03.2012.

b.- El Memorando N° 229 de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales de fecha 01.07.2015, que solicita la emisión del presente instrumento.

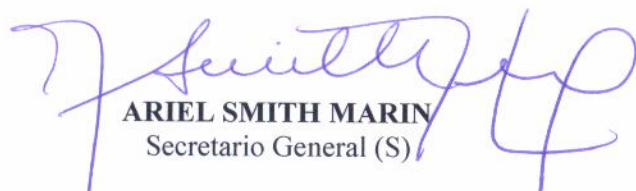
DECRETO:

1.- Regularízase la aprobación del Proyecto de Extensión denominado: "**Obsequios Corporativos y Merchandising 2015**", de la Oficina de Egresados, de acuerdo a los términos contenidos en el documento adjunto, consistente en 5 fojas debidamente autenticadas con la firma y timbre del Secretario General.

2.- Designase responsable del Proyecto a la Sra. Carmen Hidalgo Rodríguez, Encargada de la Oficina de Egresados.

3.- Los gastos que genera la ejecución del proyecto ascienden a un monto total de \$ 14.513.720.- (catorce millones quinientos trece mil setecientos veinte pesos), los que deberán imputarse al Código de Gestión IQUD02PRO – 010402010224.-

COMUNIQUESE, REGÍSTRESE Y DESE CUMPLIMIENTO.


ARIEL SMITH MARIN
Secretario General (S)

DISTRIBUCIÓN:

- Según envfo vía e-mail a la base de datos decretos-2015.
GSB/ASM/rec


GUSTAVO SOTO BRINGAS
Rector



06 JUL. 2015





MEMORANDO Nº 229/2015

IQUIQUE, julio 1 del 2015.

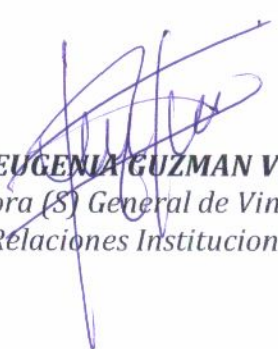
DE **EUGENIA GUZMAN VERA**
DIRECTORA (S) GENERAL DE VINCULACION Y RELACIONES INSTITUCIONALES

A **SR. SERGIO ETCHEVERRY GUTIERREZ**
SECRETARIO GENERAL

Junto con saludar a usted, le solicito tenga a bien, tramitar la emisión del Decreto Exento que apruebe el proyecto de extensión denominado "Obsequios Corporativos y Merchandising 2015 para Egresados" de la Oficina de Egresados.

El gasto debe imputarse al código de gestión IQUD02FDO-010402010141.

Sin otro particular le saluda atentamente,


EUGENIA GUZMAN VERA
Directora (S) General de Vinculación y
Relaciones Institucionales

*c.c.: Archivo.
EGV/klc.*

DE 1190

UNIVERSIDAD ARTURO PRAT DIRECCIÓN GENERAL DE VINCULACIÓN Y RELACIONES INSTITUCIONALES			
Fecha de Recepción	11	04	2015
Nº de Ingreso	16.10 m.		



Universidad
ARTURO PRAT
del Estado de Chile

UNIVERSIDAD ARTURO PRAT VICERRECTORIA ACADÉMICA Nº INGRESO: 96 FECHA RECEPCION: 9/06/15
--

19/06/15

PROYECTO DE EXTENSION

TITULO: "Obsequios Corporativos y Merchandising 2015 para Egresados"


09-06-2015

FECHA


CARMEN HIDALGO RODRIGUEZ
Encargada Oficina de Egresados

09-06-2015

FECHA


LORETO VALENZUELA ZEPEDA
Directora de Admisión

10/6/2016

FECHA


MARIA VERONICA FRIAS PISTONO
Vicerrectora Académica


16/6/15

FECHA


LIDIA OSORIO OLIVARES
Directora General de Vinculación y Relaciones
Institucionales

23-06-15

FECHA


HÉCTOR VARAS MEZA
Vicerrector de Administración y Finanzas

**DIRECCION GENERAL DE VINCULACION Y RELACIONES
INSTITUCIONALES**

ANTECEDENTES DE PROYECTOS DE EXTENSION

SECCION I: ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del Proyecto

**OBSEQUIOS CORPORATIVOS Y MERCHANDISING PARA
EGRESADOS**

1.2. Unidades Académicas Participantes

OFICINA DE EGRESADOS
DIRECCION GENERAL DE VINCULACION Y RELACIONES
INSTITUCIONALES
UNIDAD DE ADQUISICIONES

1.3. Nombre y Firma del Responsable

CARMEN HIDALGO RODRIGUEZ

1.4. Unidad a la que pertenece:

OFICINA DE EGRESADOS

1.5. Cargo del Responsable

ENCARGADA OFICINA DE EGRESADOS



1.6. Horas que le exigirá esta actividad

Of. Egresados: 40 Horas entre cotizaciones; solicitud y aprobación de diseños; solicitudes de compras.

Dir. Vinculación: 20 Horas para elaboración de diseños para merchandising

1.7. Fecha de inicio de la actividad

Mayo 2015

1.8. Fecha de término de la actividad

Junio 2015

SECCION II: ANTECEDENTES ACADEMICOS

2.1. Instituciones o público a quienes se dirige la actividad

PROFESIONALES UNAP: EGRESADOS Y TITULADOS

2.2. Descripción del Proyecto

Compra de Obsequios Corporativos y Merchandising para entregar a los Egresados y Titulados que participen durante el año 2015, en distintas actividades tanto en Casa Central como en Sede y Centros Docentes y de Vinculación.

2.3. Objetivos del Proyecto:

Objetivo General:

Fidelizar y fortalecer la relación con los egresados, a través de la entrega de productos institucionalizados, tanto en casa central como en sede y centros docentes y de vinculación.



SECCION III: INFORMACION FINANCIERA

3.1. Costo del Proyecto

COSTO TOTAL DEL PROYECTO \$ **14.513.720.- Se solicita presupuesto adicional**

CENTRO DE COSTO : **CREAR CENTRO DE COSTO PARA ESTE PROYECTO**

3.2. Financiamiento del Proyecto

Entidades Externas _____

Unidades Académicas Internas _____

SECCION IV: AREA Y MODALIDAD A LA QUE CONCURSA EL PROYECTO:

Extensión X Educación a Distancia _____

Publicación _____ Expos. o muestras _____ Concurso _____

Objetivos Específicos:

- Diferenciación y Reconocimiento de la Oficina de Egresados entre los ex estudiantes y la comunidad en general.
- Potenciar el posicionamiento de la marca UNAP.

2.4. Antecedentes Generales del Proyecto:

El año 2013 se implementó la entrega de merchandising para los egresados en la casa central, administrando un mínimo stock de materiales correspondientes a carpetas, bolsas, memo clip y lápiz para pantalla touch, los cuales lograron una gran aceptación y reconocimiento de parte de los egresados, captando de mejor manera su atención e interés para conocer el funcionamiento de la Oficina y los servicios que ofrece. El año 2014, aumentó la compra de materiales y se pudo cubrir tanto encuentros de egresados como titulaciones, en casa central, sede y centros docentes.

Para este año 2015, se debe aumentar la cantidad de merchandising adquirido, ya que se puede determinar que aumentará la cantidad de participantes en los encuentros, como ha ocurrido en los años anteriores. De esta manera, se espera poder cumplir el objetivo en las titulaciones y encuentros en casa central, sede y centros, donde se logró posicionar la realización de los encuentros de egresados como parte de las actividades anuales de cada una.

El merchandising que se ha considerado adquirir en esta oportunidad, son regalos útiles y con sentido que permitan que los Profesionales UNAP nos recuerden y promuevan la marca UNAP en sus entornos profesionales y personales.

Como una forma de minimizar costos, en el mes de mayo se realizaron cotizaciones en la ciudad de Tacna de papelería y merchandising, obteniendo como resultado un ahorro importante en lo que es papelería, considerando carpetas, trípticos, porta credenciales y pendones; en lo que se refiere a obsequios existe muy poca oferta, encontrando solamente un presente considerado para los Encuentros de Egresados.

2.5. Etapas y Metodologías a emplear

- Realizar Cotización de Productos
- Solicitar elaboración de Diseños a Dirección General de Vinculación
- Elaboración de Diseños por parte de la Dirección General de Vinculación
- Realizar Solicitud de Compra a empresas elegidas
- Recepcionar el Merchandising

