

11

Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Promoción

*La atracción de estudiantes
como eje de la promoción
institucional de la Universidad
de Castilla-La Mancha*

Contenido

1. Actividades destacadas en coordinación
2. Actividades destacadas en comunicación
3. Actividades destacadas en promoción
 - 3.1. Campaña de Atracción de Estudiantes 2023
 - 3.2. Tienda Oficial de la UCLM
 - 3.3. Desarrollo del proyecto IKIGAI
 - 3.4. Actividades de presencia, promoción en ferias y lugares destacados
 - 3.5. Organización del II Concurso del lema y piezas audiovisuales para la campaña de atracción de estudiantes de la UCLM 2023-24
 - 3.6. Ayudas UCLM de colaboración con clubes y sociedades deportivas en CLM
 - 3.7. Colaboraciones en patrocinios
 - 3.8. Nuevo Programa Alumni
 - 3.9. Nuevo proyecto del Programa Embajadores
 - 3.10. Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI)

1. Actividades destacadas en coordinación

Durante el curso 2022/2023 el Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Promoción ha llevado cabo actividades de carácter transversal en materia de coordinación.

Las acciones más relevantes en este ámbito pueden resumirse en las siguientes:

- Organización y celebración de la primera reunión general de coordinación de los equipos directivos de la UCLM, que tuvo lugar en Alcázar de San Juan (Ciudad Real) el 12 de enero de 2023 y en la que participaron, al completo, el Consejo de Dirección de la Universidad, sus responsables de gabinete, todos los directores académicos, los vicerrectores y los responsables de las unidades centrales. Las reuniones de trabajo y los talleres de coaching se desarrollaron en sesiones plenarios y sectoriales, con el objetivo de analizar los problemas de la gestión a nivel directivo, las posibles mejoras en la coordinación e interrelación de los distintos vicerrectorados y unidades y la alineación de todas las acciones del programa de gobierno del consejo de dirección.
- Curso piloto de Felicidad. Organización y desarrollo de un curso, con carácter presencial, sobre el liderazgo feliz en las organizaciones, celebrado en el campus de Toledo los días 18 y 19 de abril de 2023, en colaboración con el Área de RRHH y Administrativa, Desarrollo Profesional y Acción Social.
- Curso piloto Shaping your future. Este curso, desarrollado el 29 de mayo de 2023 con carácter online, fue coordinado con la Escuela Internacional de Doctorado. Estaba destinado a una mejor orientación de la carrera investigadora para doctorandos y doctores del Personal Docente e Investigador de la UCLM.
- Gestión del Buzón de Sugerencias y Quejas de la UCLM. En el período que va del 1 de septiembre de 2022 al 16 de junio de 2023 el gabinete del Vicerrectorado ha gestionado un total de 976 sugerencias, quejas y peticiones de servicio que los usuarios han formalizado a través del Buzón de Sugerencias y Quejas del sitio web de la UCLM.
- Gestión de las citas de solicitudes de contacto con los centros que se hacen a través de la herramienta Tour Virtual, de presentación de cada una de nuestras facultades y escuelas a los estudiantes y visitantes externos, especialmente a los de bachillerato.
- Gestión diaria del sistema de CAU específico del Vicerrectorado para gestionar, con el Gabinete de Comunicación, todas las peticiones y demandas de servicios asociados con solicitudes de publicaciones en redes, web, medios, etc, de noticias e informaciones [Foto VCCP.1].
- Campaña en redes sociales desde el Gabinete de Comunicación de todos los procesos de EvAU, preinscripción y matrícula en Grados y Másteres.
- Gestión coordinada con la Unidad de Cultura Científica para la divulgación de la producción científica de los equi-



Foto VCCP.1. Web UCLM CAU

pos de investigación de la UCLM (publicaciones, eventos, proyectos, etc.) así como la promoción de actividades de la Unidad de Cultura Científica a través de CAU.

- Gestión del diseño, producción y distribución de la impresión del calendario académico completo para el curso 2023-24, en colaboración con todas las facultades y escuelas de la UCLM, así como con los vicerrectorados y vicerregencias, en base al calendario aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad para el curso que viene.

2. Actividades destacadas en comunicación

El Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Promoción, en el desarrollo de sus competencias en materia de comunicación institucional y relaciones con los medios de comunicación está gestionando y desarrollando en el presente curso académico un total de 76 acuerdos de colaboración con medios de comunicación, desglosados en:

- 45 proyectos concretos de colaboración con medios de comunicación digitales.
- 24 proyectos concretos de colaboración con medios de radio.
- 7 proyectos concretos de colaboración con medios de televisión.

Además de lo anterior, cabe destacar la organización y desarrollo de determinados proyectos singulares que se han implementado en este curso, tales como:

- Organización conjunta de las II Jornadas de Innovación Audiovisual (13 02 2023) en el Palacio de Lorenzana del Campus de Toledo.
- Colaboración en la Jornada Foro de Periodismo José M^a Calleja con CMM Media (23 de marzo de 2023) en Cuenca.
- Proyecto CMM Play, según el convenio de cooperación entre la UCLM y el ente público de Radio Tv Castilla-La Mancha, en el que se puso a disposición de la UCLM un canal exclusivo en esa plataforma de contenidos, la cual se nutrirá con material audiovisual o sonoro elaborado por la UCLM, en colaboración con facultades y escuelas, centros e institutos, que podrán ser de carácter informativo, divulgativo, etc.
- Patrocinio del II Foro Económico Español de Castilla-La Mancha, del diario El Español/ El Digital de Castilla-La Mancha (1 y 2 de marzo de 2023) en Toledo.
- Patrocinio de los VIII Premios Nacionales Onda Cero Puertollano 2023, evento celebrado en Puertollano.
- Organización de 5 programas especiales de Radio Marca Albacete en los campus y sedes de la UCLM con motivo de la celebración de las Ferias Estudia en la UCLM 2023.

Figura VCCP.1. Fans, seguidores y porcentajes de interacción en Redes Sociales (septiembre 2022/junio 2023)



Gestión de producción de notas de prensa y cobertura de eventos del personal técnico del Gabinete de Comunicación.

- 1134 CAU atendidos por el gabinete de Comunicación, 237 de los cuales provenían de usuarios externos (solicitudes de medios) y 897 de usuarios propios de la UCLM (PDI, PAS y Estudiantes).
- Por lo que respecta a la web corporativa, el Gabinete de Comunicación se encarga del mantenimiento, la edición y la publicación de contenidos de la portada y de las secciones de actualidad y previsiones informativas, tanto en la versión en español como en la versión en inglés. Durante todo el curso se ha mejorado la actualización de la portada, renovando con mayor frecuencia las informaciones publicadas e incidiendo en las cuestiones de más interés para la Universidad de Castilla-La Mancha y con potencial de proyección pública, habiendo sido un total de 617 las noticias producidas y publicadas en la web corporativa desde el 1 de septiembre de 2022 hasta el 15 de junio de 2023. En la versión en inglés han sido una docena las noticias adaptadas y traducidas, habiéndose seleccionado estas en función su condición para ser traducidas.

La estrategia del Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Promoción en redes sociales ha respondido a seis propósitos:

- Difundir las informaciones generadas por la Universidad de Castilla-La Mancha atendiendo a los criterios de actualidad, credibilidad e interés público.
- Potenciar la información de servicio para la sociedad en general y para la comunidad universitaria en particular
- Mejorar la presencia corporativa de la UCLM en las redes sociales y consolidar el avance en Instagram
- Mejorar la interacción con los seguidores y generar conversación social en torno a la marca @uclm.
- Articular una comunicación efectiva, sólida y fiable con los públicos internos y externos de la institución cuando otros canales no estaban operativos.
- Regular y ordenar la presencia de los perfiles vinculados a la UCLM en distintas redes sociales y que gestionan vicerrectorados, centros, unidades, servicios o grupos de investigación. Para ello, se ha publicado en la web la Guía de usos y estilos de comunicación en redes sociales corporativas en la Universidad de Cas-

tilla-La Mancha y se ha difundido entre la comunidad universitaria.

Entre el 1 de septiembre de 2022 y el 15 de junio de 2023, la UCLM ha mejorado su presencia en todas las redes sociales que gestiona este vicerrectorado, comparando las cifras con el mismo período del año anterior. En Facebook se ha pasado de dieciséis mil a diecisiete mil fans, con un incremento del 6,25 %; en X, de cincuenta y tres mil a cincuenta y cinco mil, un 3,77 % más de seguidores; en Instagram, de dieciséis mil a diecinueve mil seguidores, una notable subida del 18,75 %; y en LinkedIn, de setenta y ocho mil a ochenta y seis mil, lo que supone un 10,26 % más [Figura VCCP.1].

El incremento del número de seguidores se traduce también en la interacción con los usuarios, en su mayoría miembros de la comunidad universitaria -especialmente, estudiantes-, así como con otros interlocutores. Así, en el periodo del 1 de septiembre de 2022 al 15 de junio de 2023, **el porcentaje de interacción en Facebook** fue del 12,05 %, una cifra muy positiva y que constituye un notable incremento respecto al 2,25 % del mismo período anterior.

En cuanto a Instagram, el porcentaje de interacción del perfil de la UCLM fue del 3,39 % en el mismo período; y Twitter registró una tasa de interacción del 3,4 %, similar a la del periodo anterior.

Por último, el porcentaje de interacción en la página de la UCLM en LinkedIn entre el 1 de septiembre de 2022 y el 15 de junio de 2023 llegó al 2,52 % [Figura VCCP.1].

Durante todo el último año, los perfiles corporativos de la UCLM en redes sociales han ofrecido información de todas las noticias relevantes generadas desde la Universidad, han desarrollado e implementado campañas específicas de promoción orgánica de la oferta académica, han difundido las convocatorias más relevantes de los servicios de la institución académica (Biblioteca, Centro de Lenguas, Centro de Información y Promoción del Empleo, Deportes, Centro de Iniciativas Culturales, etcétera), y ha atendido las consultas y sugerencias de los usuarios a través de estas plataformas.

Además de la gestión diaria de los perfiles corporativos @uclm_es y el asesoramiento a las personas de la comunidad universitaria que gestionan otros perfiles vinculados a la UCLM, se ha desarrollado una **Guía de usos y estilos de comunicación en redes sociales corporativas en la Universidad de Castilla-La Mancha** (www.uclm.es/misiones/laucm/comunicacion/redes_sociales) con el propósito de dotar de coherencia y consistencia a los mensajes que emanan de los canales vinculados a la UCLM y adecuarlos a la normativa legal vigente, a la regulación de las plataformas y a los protocolos de comunicación de la propia institución académica.

Enlazado con la comunicación cabe destacar la puesta en marcha, en este curso académico, de las acciones de comunicación relacionadas con la Campaña de Atracción de Estudiantes del presente curso académico que, bajo el lema Se buscan UCLMERS es continuación de la del curso pasado, Somos UCLMERS, y que ha supuesto un intenso trabajo de desarrollos creativos por parte del personal técnico del Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI), de Marketing y del Gabinete de Comunicación [Foto VCCP.2].

Esta campaña destaca por:

- Sus renovadas creatividades, inspiradas en la cultura gamer presente en la generación de estudiantes de bachillerato, receptores principales de nuestra campaña.
- Su lanzamiento en medios de comunicación, marquesinas, autobuses y otros espacios, además de en la propia web de la UCLM, donde se habilitó el espacio propio: www.uclm.es/Perfiles/Preuniversitario/TuUniversidad?utm_source=webprincipal&utm_medium=web&utm_



Foto VCCP.2. Imagen principal campaña 2022-2023

campaign=UCLM22 en el que alojar las acciones de la Campaña de Atracción de estudiantes.

3. Actividades destacadas en promoción

3.1. Campaña de Atracción de Estudiantes 2023

- *Planificación, organización y desarrollo de las Visitas de los IES de la Región a los campus y sedes de la UCLM.*

En colaboración activa con todos los IES de la Región y con la JCCM, desde el Vicerrectorado se ha invitado en este curso a todos los IES de todos los distritos de la UCLM a visitar nuestros campos y sedes. Las visitas se organizaron en dos partes:

- Se recibe a todos los estudiantes que vengan el día concreto y se les imparte, en un paraninfo o salón de grados una bienvenida y una pequeña charla general de presentación de la oferta académica y la realidad institucional de la UCLM, de 15-20 minutos de duración.
- Tras la charla, los grupos de visitantes se dividen en un grupo por cada facultad o escuela del campus, según los deseos de visita de los participantes y se realiza una visita guiada a dicha facultad o escuela, dirigida directamente por un responsable de cada centro.

Tabla VCCP.1. Visitas de los IES de la Región a los campus y sedes de la UCLM

		Campus					
		Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Toledo	Talavera de La Reina	Almadén
Días	26/01/2023 Jueves	26/01/2023 Jueves	26/01/2023 Jueves	26/01/2023 Jueves	26/01/2023 Jueves	26/01/2023 Jueves	26/01/2023 Jueves
	03/02/2023 Viernes	03/02/2023 Viernes	03/02/2023 Viernes	03/02/2023 Viernes	03/02/2023 Viernes	03/02/2023 Viernes	03/02/2023 Viernes
	09/02/2023 Jueves	09/02/2023 Jueves	09/02/2023 Jueves	09/02/2023 Jueves	09/02/2023 Jueves		
	17/02/2023 Viernes	17/02/2023 Viernes	17/02/2023 Viernes	17/02/2023 Viernes	17/02/2023 Viernes		
	23/02/2023 Jueves	23/02/2023 Jueves		23/02/2023 Jueves			
Nº IES	48	52	16	45	7	2	
Nº Estudiantes	3.000	2.800	800	2.800	400	100	

Estas visitas supusieron un éxito de organización y participación [Tabla VCCP.1, pág. 107].

• *Organización de las Ferias Estudia en la UCLM y Jornadas de Puertas Abiertas 2023*

Organizadas por el Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Promoción, en colaboración estrecha con todas las facultades y escuelas y todos los vicerrectorados y vicegerencias con competencias en Campus, en varios domingos consecutivos, realizando una Feria y Jornada en cada diferentes campus y sede de la UCLM (la de Almadén se incluyó en la de Ciudad Real).

Este ciclo finalizó este año con una última jornada, el Evento UCLM Abierta, celebrado en el campus de Cuenca y desarrollado con carácter festivo y participativo, retransmitido en *streaming*, con un programa en formato entrevistas, monólogos y conferencias. En este evento participaron los 500 estudiantes de IES inscritos y su preparación se realizó en estrecha colaboración con el Vicerrectorado de Cultura, Deportes y Responsabilidad Social, en especial con el Servicio de Deportes y Extensión Universitaria.

Fechas e inscripciones a las Ferias y Jornadas de Puertas Abiertas:

- 5 marzo 2023, Campus de Toledo: 1.100 inscritos.
- 12 marzo 2023, Campus de Cuenca: 280 inscritos.
- 19 marzo 2023: Sede Talavera de la Reina: 270 inscritos.
- 26 marzo 2023, Campus de Albacete: 900 inscritos.
- 16 abril 2023: Campus de Ciudad Real: 1.000 inscritos.
- 21 abril 2023. UCLM Abierta: Campus de Cuenca: 600 inscritos (+ streaming).

• *Organización de las charlas y visitas a las AMPAS.*

Ciclo de reuniones y charlas organizadas por el Vicerrectorado y especialmente dirigidas a padres y madres de estudiantes de bachillerato. Se han desarrollado en los momentos más próximos a la EvAU, por lo que se facilita también información técnica y administrativa del proceso de admisión y matrícula. Se explican las titulaciones de grado que actualmente ofrece la UCLM. El programa planificado y ejecutado este curso ha consistido en la realización de una charla presencial en los 4 campus y en la sede de Talavera de la Reina, acompañadas de 4 charlas online, una para cada provincia.

Fechas:

Charlas Virtuales (en horario de tarde):

- Toledo: 1 de marzo 2023
- Cuenca: 8 de marzo 2023
- Albacete: 15 de marzo 2023
- Ciudad Real: 22 de marzo 2023

Charlas presenciales (en horario de tarde):

- Toledo: 29 de marzo 2023
- Cuenca: 19 de abril 2023
- Talavera de la Reina: 26 de abril 2023
- Albacete: 03 de mayo 2023
- Ciudad Real: 10 de mayo 2023

Las fechas virtuales se han programado para que sean anteriores a la feria y Jornadas de Puertas Abiertas del campus, de manera que se pueda promover la asistencia.

• *Participación del equipo del Vicerrectorado y de las UGAC en ferias y eventos locales de pueblos y ciudades, con acciones y charlas de promoción de la UCLM.*

- Feria Orientación Maristas de Alicante, el 25 de noviembre de 2022.
- University Day, en Toledo el de 12 de enero de 2023.
- Feria de Universidades de los Salesianos, en Puertollano (Ciudad Real) el 3 febrero de 2023
- Feria Universidades Marianistas, en Ciudad Real el 9 de febrero de 2023.
- I Feria de Educación de Jumilla (Murcia), el 10 de marzo de 2023.
- Feria de Innovación para el Empleo, en Almansa (Albacete), el 16 de marzo de 2023.
- Feria Orienta-T, en Hellín (Albacete), el 23 marzo de 2023.

• *Campaña especial de atracción de estudiantes de Grado.*

Campaña en medios y redes para la atracción de estudiantes de Grado, como parte del contrato de medios que gestiona este Vicerrectorado a través de la empresa NewFoco. La campaña online se ha desarrollado del 1 de mayo al 12 de junio de 2023.

Durante la duración de la campaña hasta ahora se han obtenido un total de 8.584.725 impresiones y 38.465 clics, lo que supone un CTR global de 0,45%. El rendimiento de la campaña ha sido mayor al estimado gracias a la estrategia publicitaria multiplataforma y las optimizaciones realizadas en el transcurso de la campaña, completando la campaña hasta ahora en un 179,89%, consiguiendo 1.152.707 impresiones y 18.400 clics extras. Es destacable el alto rendimiento de la campaña de RTB, que ha conseguido impactar a mayor audiencia gracias a las diferentes optimizaciones, así como la campaña en Google por su alto CTR que ha alcanzado el 2,76%.

La campaña de Facebook e Instagram, a día 12 de junio, había conseguido un total de 2.676.080 impresiones y 1.269 clics, lo que supone un CTR de 0,05%. Se han obtenido 3.880 ThruPlays (reproducción del contenido duración 15 segundos o más). Durante la duración de la campaña, se han alcanzado un total de 704.132 personas con una frecuencia de impacto de 3,80 veces. Además, se han conseguido 73 reacciones en el anuncio (me encanta, me divierte, ...).

En la campaña de RTB hemos conseguido 3.385.330 impresiones visibles y 11.502 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 0,34% sobre las impresiones.

Durante la duración de la campaña, en Spotify hemos conseguido 639.219 impresiones y 893 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 0,14%. Se han alcanzado un total de 58.516 usuarios únicos con una frecuencia de 10,92 veces por usuario.

En la campaña de YouTube hemos conseguido 272.927 impresiones y 516 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 0,19%. El vídeo del anuncio ha sido visualizado al completo en 91.130 ocasiones (33,39% de las ocasiones).

Con la campaña en Google Ads hemos conseguido un total de 830.325 impresiones y 22.929 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 2,76%.

Durante la duración de la campaña, a día 12 de junio, en TikTok hemos conseguido 780.867 impresiones 1.355 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 0,17%. Se han alcanzado un total de 154.117 personas con una frecuencia media de 5,07 veces. Los anuncios han obtenido un total de 260 «Me gusta».

• *Campaña especial de atracción de estudiantes de Máster.*

- Campaña en medios y redes para la atracción de estudiantes de Máster, como parte del contrato de medios que gestiona este Vicerrectorado a través de la empresa NewFoco. La campaña online se ha desarrollado del 1 de mayo al 12 de junio de 2023.

Durante la campaña hasta ahora se han obtenido un total de 6.183.396 impresiones, 18.443 clics lo que supone un CTR global de 0,30%. El rendimiento de la campaña ha sido mayor al estimado gracias a la estrategia publicitaria multiplataforma y las optimizaciones realizadas en el transcurso de la campaña, completando la campaña hasta ahora en un 181.12%, consiguiendo 2.053.031 impresiones y 9.769 clics extras. Es destacable el alto rendimiento de la campaña de RTB, que ha conseguido impactar a mayor audiencia gracias a las diferentes optimizaciones, así como la campaña en Google por su alto CTR alcanzando un 1,82%.

La campaña de Facebook e Instagram, a día 12 de junio, ha conseguido un total de 1.196.962 impresiones y 454 clics, lo que supone un CTR de 0,04%. Durante la duración de la campaña, se han alcanzado un total de 404.743 personas con una frecuencia de impacto de 2,96 veces. Además, se han conseguido 87 reacciones en el anuncio (me encanta, me divierte, ...).

En la campaña de RTB Data hemos conseguido 3.814.031 impresiones visibles y 5.054 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 0,13% sobre las impresiones.

En la campaña de YouTube hemos conseguido, a día 12 de junio, 140.458 impresiones y 196 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 0,14%. El vídeo del anuncio ha sido visualizado al completo en el 74,73% de las ocasiones.

Con la campaña en Google Display y Búsquedas hemos conseguido un total de 692.332 impresiones y 12.602 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un CTR del 1,82%.

Con la campaña de Spotify, que empezó un poco más tarde por falta de materiales, se han conseguido un

total de 339.613 impresiones alcanzando a 71.840 usuarios, hemos obtenido 137 clics en los anuncios. Ascendiendo el porcentaje de audios completados hasta el 97,89% y el CTR hasta el 0,04%.

- Organización de la coordinación para la elaboración de la nueva Guía de Másteres Oficiales, en colaboración con el Vicerrectorado de Estudios y con la participación del CIDI.
- Acciones de difusión masiva de los elementos de promoción en centros, máster y departamentos., en facultades, bibliotecas y espacios públicos UCLM, cámaras de comercio, asociaciones de empresarios y bibliotecas públicas. Envío a todos los coordinadores de master.
- Actualización de los trípticos *on line* diseñados por el CIDI en colaboración con los coordinadores de cada máster.

• *Campaña especial de atracción de estudiantes para la sede de Almadén.*

Campaña en medios y redes para la atracción de estudiantes para la EMIA, como parte del contrato de medios que gestiona este Vicerrectorado a través de la empresa NewFoco. Campaña de comunicación online específica sobre la oferta académica de la EIMIA. Periodo 28 marzo a 25 de mayo de 2023. Campaña desarrollada en Facebook + Instagram Adsc, Google Ads Display + Búsquedas en un ámbito que se concretó en Castilla-La Mancha, Badajoz, Córdoba, Iberoamérica (países propuestos por la propia EIMIA) y Guinea Ecuatorial.

Durante la campaña se han obtenido un total de 2.327.091 impresiones, 23.406 clics lo que supone un CTR global de 1,01%. El rendimiento de la campaña está siendo mayor al estimado gracias a la estrategia publicitaria multiplataforma y las optimizaciones realizadas en el transcurso de la campaña.

3.2. Tienda Oficial de la UCLM

El proyecto de la Tienda de la UCLM sigue consolidando su éxito en el curso 22-23, con nuevos productos, promoción en redes y venta física en el local del edificio de san Pedro Mártir (Toledo) y online en <https://tiendauclm.es/>

En el curso 22-23 la Tienda de la UCLM está consolidando su presencia entre la comunidad universitaria, tratando de ofertar una mayor gama de productos y presentando un amplio abanico de precios y segmentos de producto. También, teniendo en cuenta la vinculación de Castilla – La Mancha con El Quijote, se ha lanzado una línea de productos con esta temática, en la que se pueden encontrar tanto producto de escritorio, cuadernos, etc. como tazas, pañuelos, abanicos y plumas con la firma de Cervantes.

Además, el personal de la Tienda se ha desplazado y ha participado en eventos como el Foro Empleo y similares.

3.3. Desarrollo del proyecto IKIGAI

Este proyecto se puso en marcha este curso en colaboración con la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

y con todos los equipos de orientación de los IES de la Región. Se han realizado informes de evaluación para para 3.762 estudiantes de primer y segundo curso de bachillerato y han participado 219 orientadores de IES de la Región.

3.4. Actividades de presencia, promoción en ferias y lugares destacados

• Feria de Albacete, del 7 al 17 de septiembre de 2022

Durante estos 10 días se realizaron 15 actividades, se recibió en el stand a 4 clubes deportivos (Club Albacete FS, Club Albacete Basket; del club de esgrima Sala de Armas y del equipo de baloncesto de la Asociación AMIAB), se hizo entrega de los premios del Concurso de Senryu y se informó a los visitantes de nuestra oferta académica por parte de la Unidad de Gestión Académica de Albacete; A su vez, miembros de la Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCLM Divulga) dieron a conocer diferentes proyectos en los que están inmersos.

Durante estas jornadas, las actividades fueron presentadas por ocho centros de la UCLM, así como por el Instituto Confucio, con dos talleres diferentes, además del Jardín Botánico de Castilla-La Mancha.

Los centros que participaron fueron:

- Escuela de Ingeniería Minera e Industrial de Almadén (2 actividades).
- Facultad de Ciencias Ambientales y Bioquímica de Toledo (2 actividades).
- Facultad de Educación de Albacete (2 actividades).
- Facultad de Enfermería de Albacete (2 actividades).
- Facultad de Humanidades de Albacete.
- ETS Ingenieros Agrónomos y de Montes de Albacete.
- Escuela Superior de Ingeniería Informática de Albacete.
- Facultad de Derecho de Albacete.

Cabe señalar también a fecha de finalización del curso 2023 se había cerrado el programa de actividades previsto para la Feria del año 2023, en colaboración, igualmente, con todos los centros de la UCLM, la Vicegerencia del campus de Albacete y el Vicerrectorado de Innovación, Empleo y Emprendimiento.

• Feria de Artesanía de Castilla-La Mancha, FARCAMA, del 7 al 12 de octubre de 2022

Por primera vez en su historia la UCLM tuvo presencia propia en esta importante Feria, en la que contamos con stand propio y presentamos la oferta académica de la Universidad y los elementos de promoción de la Tienda de la UCLM.

• Colaboración con la OTRI, a través del CIDI, en el diseño de la imagen institucional de la UCLM en el stand institucional en FENAVIN.

- Actividades de promoción en colaboración con la D.G. de Turismo y Artesanía de Castilla-La Mancha, organizadas en virtud del convenio de colaboración

en actividades de promoción firmado con la Consejería de Economía, Empresas y Empleo de la JCCM:

- Presencia de una instalación de promoción de la UCLM, así como de vídeos promocionales de la oferta académica que presentamos a los estudiantes en la Oficina de la JCCM en la Gran Vía de Madrid hasta finales de octubre de 2022.
- Instalación de tótems de la D.G. de Turismo en las Bibliotecas de la UCLM, en colaboración con la Biblioteca de la Universidad.
- Envío de comunicaciones mensuales de ofertas e informaciones para la comunidad universitaria sobre actividades de promoción del Turismo de la JCCM.

3.5. Organización del II Concurso del lema y piezas audiovisuales para la campaña de atracción de estudiantes de la UCLM 2023-24

Oportunidad para aprovechar un contacto regular con todos los IES de La región. Doble de solicitudes presentadas con respecto de la edición anterior (14).

IES ganador: IES Alonso Quijano, de Argamasilla de Calatrava (Ciudad Real). Lema: *Tu lugar está aquí, tu momento es ahora.*

IES ganador del accésit: Colegio Nuestra Señora de los Infantes (Toledo).

3.6. Ayudas UCLM de colaboración con clubes y sociedades deportivas en CLM

Un año más, la edición de 2022-23 de estas ayudas, dotadas por el Consejo de Dirección de un importe de 250.000€, puede considerarse un éxito.

En la edición 2022-23 se presentaron más de 90 clubes de toda Castilla-La Mancha, de los que 69 cumplieron los requisitos de acceso a la convocatoria (10 más que el año anterior). La UCLM ha vinculado la concesión de las ayudas a criterios objetivos, gestionados a través de una plataforma online pionera entre las universidades españolas y con referencia a los objetivos de la Agenda 2030.

La colaboración alcanza tanto al equipo en categoría nacional como todos los equipos de cantera y escuelas deportivas. En total, son aproximadamente 13.000 deportistas los que están afiliados a esos 69 clubes y, por tanto, se vinculan a la marca UCLM.

La convocatoria abarca diversos deportes, todos ellos en competición por clubes de categoría nacional: atletismo, baloncesto, balonmano, natación, esgrima, fútbol, fútbol sala, piragüismo, tenis de mesa, triatlón, gimnasia rítmica, voleibol, baloncesto en silla de ruedas, rugby en silla de ruedas, así como atletismo y piragüismo inclusivos, halterofilia, karate, kayak polo y campo a través.

Todos los clubes tienen presencia en redes sociales y promocionan la colaboración, muchos de ellos con varios miles de seguidores.

Todos los clubes participan en campeonatos por clubes en categoría nacional, en la mayoría de los casos con encuentros semanales dentro y fuera de Castilla-La Mancha.

Por último, hay que destacar que, igualmente, desde el Vicerrectorado se ha preparado y organizado el lanzamiento de la convocatoria de 2023-24 durante el mes de junio de 2023, también por un importe de 250.000€.

3.7. Colaboraciones en patrocinios

El 28 de junio de 2023, se resolvió el Contrato de vehículos institucionales vigente desde 2021, gestionado por el grupo Albamoción, en virtud del cual la UCLM ha disfrutado, sin coste, de cinco vehículos para el transporte institucional de mercancías y personas, en un modelo de colaboración público-privada pionero entre las universidades españolas. Desde el Vicerrectorado, en colaboración con la Unidad de Contratos y la Gerencia, se preparó un nuevo contrato para el siguiente período, habiendo resultado ganador igualmente el grupo Albamoción.

Colaboración de IBERFRASA para la financiación, por patrocinio, del Evento UCLM Abierta, que actuó como final de la Campaña de Atracción de Estudiantes, y que se celebró en el campus de Cuenca el 21 de abril de 2023, con gran éxito de público y actividades, en colaboración con el Servicio de deportes de la UCLM.

La UCLM ha puesto en marcha una acción de colaboración para la promoción de la marca UCLM entre los jóvenes deportistas de la región, patrocinando las ligas masculina y femenina de baloncesto de la Federación de Baloncesto de Castilla-La Mancha, que han pasado a denominarse oficialmente *Liga UCLM masculina* y *Liga UCLM femenina* [Foto VCCP.3].

3.8. Nuevo Programa Alumni

El Vicerrectorado, en el contexto de sus objetivos de programa de gobierno ha acometido una profunda renovación del Programa Alumni, en estrecha colaboración con la Fundación General de la UCLM, con el objetivo de su adecuación al tiempo actual y su potenciación en todos los niveles de la comunidad universitaria y de sus egresados.

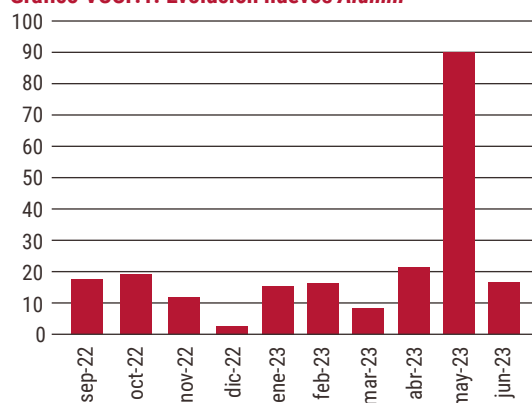
Detalle de actuaciones más destacadas:

- Creación y organización de la entrega de los I Premios Alumni UCLM, en colaboración con Secretaría General. El pasado 26 de enero se entregaron, en el campus de Toledo, coincidiendo con el acto de Santo Tomás de Aquino de la UCLM, 7 distinciones en las categorías de Alumni emprendedor/a, Alumni investigación, Alumni solidario/as, y Alumni Cultural.
- Objetivo: promover y reconocer la excelencia de la trayectoria personal y profesional de nuestros/as egresados/as, que destacan en una clara voluntad de introducir cambios en la sociedad.
- Nueva organización por categorías entre Alumni Básico y Alumni+:



Foto VCCP.3. Logo UCLM – U18-2023

Gráfico VCCP.1. Evolución nuevos Alumni



El pasado mes de abril se puso en marcha una promoción nueva correspondiente al Programa Alumni con esa distinción de categorías, con el objetivo de alcanzar una inicial inscripción de nuevos/as Alumni, en virtud de la cual a los Alumni se les ofrece una serie de servicios básicos para, posteriormente, si lo desean, que estos puedan pasar a ser Alumni+ y beneficiarse del uso de los servicios ofertados [Gráfico VCCP.1].

3.9. Nuevo proyecto del Programa Embajadores

Elaboración de una campaña en redes para la obtención de una gran base de egresados/as de la UCLM con perfiles de destacada relevancia profesional, en la idea de ir configurando una red futura de prescriptores de la UCLM, contactando a través de diferentes herramientas utilizadas (LinkedIn / Perfil particular). Fruto de esta campaña se llegó a una base inicial de 1532 candidatos potenciales, impactando finalmente en 1458, con un resultado final de 83 candidatos potenciales a Embajadores, que muestran gran interés y predisposición final a participar activamente en el Programa Embajadores (* participación de 4 en UCLM Empleo).

A su vez, se ha preparado de todo el contenido web del programa Embajadores/ Alumni.

Elaboración de la próxima campaña de difusión general de las características del Programa, a partir de las bases de datos elaboradas, así como las propias del Programa Alumni y otras bases de datos de estudiantes y egresados UCLM.

3.10. Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI)

Gestionó, en este período del 1 de septiembre de 2022 al 15 de junio del 2023 un total de 356 solicitudes de trabajo que entraron vía CAU.