



# MEMORIA DE LABORES

COMUNICACIONES & MERCADEO

2024-2025

## WPES

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
DE EL SALVADOR



TÚ ERES EL  
**corazón**  
DE NUESTRA UNIVERSIDAD



## INTRODUCCIÓN

Desde marzo de 2024, la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo de la Universidad Politécnica de El Salvador (UPES) ha sido protagonista de un proceso sin precedentes: **una transformación institucional profunda, tangible y reconocible**. Lo que comenzó como una apuesta por recuperar **la presencia y relevancia de una universidad que muchos creían olvidada, se ha convertido en una nueva era de visibilidad, orgullo y conexión real con nuestra comunidad**.

Cada campaña, marca, evento y estrategia presentada **en esta memoria es el resultado de un trabajo intenso, muchas veces silencioso, que ha exigido horas extraordinarias, creatividad desbordante, decisiones estratégicas y una visión clara de hacia dónde debíamos ir**. Sin este esfuerzo desmedido, sin la entrega de un equipo comprometido y sin la convicción de que la comunicación es un pilar de cambio, este renacer institucional simplemente no habría sido posible.

Hemos diseñado e implementado campañas que marcaron un antes y un después —como La U más CRACK, Level Up UPES, Polibeneficios o Parlare—, hemos liderado desde UPES la visibilidad nacional de AUPRIDES con su nueva imagen, y hemos producido contenido, identidad y estrategia para reposicionar a la universidad como una institución viva, moderna y competitiva.

Esta memoria no solo documenta lo realizado, sino que honra el camino recorrido por un equipo que asumió más de lo que le correspondía, **que se convirtió en motor de cambio y que creyó, incluso cuando parecía imposible, que esta universidad podía brillar de nuevo**.



**DIRECCIÓN  
DE COMUNICACIONES  
& MERCADEO**





# FUNDAMENTOS DEL CAMBIO

2024



DIRECCIÓN  
DE COMUNICACIONES  
& MERCADEO

1

# REBRANDING INSTITUCIONAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

La renovación de la identidad visual de la Universidad Politécnica de El Salvador (UPES) fue uno de los pilares estratégicos impulsados en 2024 por la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo. Este cambio no solo respondió a una necesidad estética, sino que fue concebido como una acción estructural que consolidara el nuevo posicionamiento institucional y proyectara una imagen acorde a los desafíos de la educación superior contemporánea.

El logotipo anterior, aunque funcional en contextos administrativos y certificados oficiales, **carecía de aplicabilidad comercial y digital, lo cual limitaba su impacto y versatilidad en plataformas de comunicación masiva, campañas promocionales y espacios de interacción con públicos jóvenes.** Su diseño no reflejaba con claridad la visión transformadora que impulsa hoy la universidad.

Frente a esta necesidad, se diseñó un nuevo logotipo basado exclusivamente en las siglas "UPES", con un enfoque gráfico moderno, flexible y potente. Esta identidad visual está acompañada por el concepto **"UPES, donde sucede el cambio"**, una frase que no solo define una campaña, sino que expresa el espíritu de renovación, innovación y proyección que guía a la universidad.

Como parte del proceso de institucionalización de esta nueva imagen, la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo desarrolló el **Manual de Marca y las Brand Guidelines UPES 2024, una herramienta clave para asegurar el uso correcto, respetuoso y coherente de todos los elementos gráficos.** Este documento no solo detalla los lineamientos visuales, sino que también promueve una cultura de identidad visual sólida y compartida en todas las unidades académicas y administrativas.

Es fundamental que este manual se consulte, respete y valore como un instrumento estratégico que garantiza la coherencia visual, comunicacional y mercadológica de la universidad. **La imagen institucional no es solo un recurso gráfico, sino un reflejo directo de nuestra organización, su cultura, sus valores y su promesa educativa.**

Finalmente, se subraya la importancia de iniciar el proceso de registro legal del nuevo logotipo como propiedad intelectual institucional, con el fin de proteger su uso, preservar su integridad y asegurar su exclusividad en todos los niveles de aplicación.



# 2



## REBRANDING Y LANZAMIENTO de Formación Continua UPES

Como parte del fortalecimiento institucional de la oferta educativa, la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo lideró en 2024 el proceso integral de creación y posicionamiento de la marca "Formación Continua UPES", una nueva identidad académica enfocada en brindar programas flexibles, especializados y adaptados a las demandas actuales del mercado laboral.

Este proyecto no solo implicó el diseño de una nueva identidad visual con su respectivo manual de marca y brand guidelines, sino que también marcó el nacimiento de un modelo formativo fresco, moderno y disruptivo, con el lema **"¡Aprende, construye y lidera hoy!"**. La nueva marca refleja dinamismo, cercanía y enfoque práctico, y fue desarrollada para diferenciarse claramente del enfoque tradicional de la educación continua.

El rebranding contempló:

- La creación de un logotipo distintivo y flexible.
- Una paleta cromática viva y contemporánea.
- Aplicaciones gráficas para papelería, redes sociales, señalética y contenidos digitales, video de lanzamiento y su propio sitio web.

Campañas BTL, pauta en redes y un evento de lanzamiento con stakeholders del sector profesional y empresarial.

Este esfuerzo se consolidó en el Desayuno de Lanzamiento de la Formación Continua 2024, realizado el 19 de abril en el Hotel Hilton, evento que marcó oficialmente el inicio de esta nueva etapa con una amplia difusión institucional y estratégica.

El resultado ha sido una marca sólida, aspiracional y funcional, que no solo enriquece la arquitectura institucional de UPES, sino que amplía significativamente las oportunidades de formación para profesionales, empresas y organizaciones. Formación Continua UPES se posiciona hoy como un pilar clave en la visión de universidad que evoluciona y se adapta al presente sin perder de vista el futuro.

# SEÑALÉTICA Y AMBIENTACIÓN

## Visual del Campus

Como parte del despliegue del nuevo branding, se diseñó y ejecutó una nueva señalética institucional, adaptada a los espacios físicos de la universidad. Esta acción garantizó coherencia visual en cada edificio, aula, oficina y espacio común, permitiendo a estudiantes, docentes y visitantes vivir una experiencia de marca alineada con la nueva narrativa institucional.

Se implementaron soportes gráficos para baños, aulas, áreas administrativas, zonas comunes y puntos clave del recorrido estudiantil, reforzando el mensaje de transformación desde lo visual y lo experiencial.



**DIRECCIÓN  
DE COMUNICACIONES  
& MERCADEO**



# CAMPAÑAS Y MARKETING DIGITAL

2024

# 4



# CAT DAY 2024

## Llevando tu aprendizaje al siguiente nivel

En 2024, la UPES marcó un nuevo hito con el lanzamiento del Centro de Aprendizaje Tecnológico (CAT), presentado oficialmente durante el evento CAT Day 2024. Esta jornada estratégica posicionó a la universidad como pionera en innovación educativa y aprendizaje digital en El Salvador.

El evento fue diseñado y ejecutado por la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo, incluyendo el concepto creativo, campaña institucional, materiales audiovisuales, merchandising (camisetas, kits) y cobertura mediática. Durante el CAT Day se presentó la plataforma LXP, con acceso a laboratorios virtuales, más de 25 idiomas con Rosetta Stone, y recursos educativos personalizados.

La agenda incluyó conferencias, talleres simultáneos, testimonios estudiantiles y una experiencia inmersiva que mostró cómo el aprendizaje puede adaptarse a cada estudiante desde lo digital.

El CAT Day consolidó la visión UPES de llevar el aprendizaje al siguiente nivel, combinando tecnología, pedagogía y estrategia institucional.



# 5



## CONGRESO ESTUDIANTIL UPES 2024

Del 27 al 31 de mayo de 2024, UPES celebró con éxito el Congreso Estudiantil UPES 2024, un evento académico y formativo que reunió a estudiantes, docentes y profesionales en torno a temáticas clave como tecnología, arquitectura, derecho internacional e innovación empresarial. El congreso fue diseñado para fomentar el pensamiento crítico, el intercambio interdisciplinario y la participación activa de la comunidad estudiantil.

La Dirección de Comunicaciones y Mercadeo fue responsable del diseño de la identidad visual del evento, así como de toda la producción gráfica, digital y audiovisual que acompañó la campaña de difusión, cobertura, papelería oficial, señalética, y kits promocionales. La imagen del evento se basó en una propuesta fresca, juvenil y coherente con el espíritu transformador de UPES.

Entre los ejes temáticos abordados estuvieron:

- Convergencia tecnológica en arquitectura e ingeniería.
- Tecnologías en el derecho penal internacional.
- Inteligencia artificial aplicada a los negocios y la educación.

El evento se desarrolló en el campus UPES e incluyó conferencias magistrales, conversatorios, presentaciones académicas y experiencias participativas con el apoyo de la Vicepresidencia de la República y entidades del sector público y privado. El Congreso Estudiantil UPES 2024 se consolidó como un espacio de expresión académica y visión global, reforzando el compromiso de la universidad con una formación integral, participativa y conectada con los retos contemporáneos.



# 6



## Graduaciones

### Una experiencia con identidad

#### 01-02 2024

En 2024, las ceremonias de graduación de la Universidad Politécnica de El Salvador dieron un giro completo, convirtiéndose en experiencias profundamente institucionales y memorables. Bajo la dirección estratégica de Comunicaciones y Mercadeo, se rediseñó todo el evento con una visión centrada en la identidad, el simbolismo y la vivencia del orgullo UPES.

Se introdujeron elementos clave que marcaron la diferencia:

- Diseño exclusivo de invitaciones, pines institucionales y porta títulos, con acabado profesional y coherencia gráfica con la nueva imagen de marca.
- Togas diferenciadas por facultad, mediante la aplicación de los colores institucionales como signo de pertenencia académica.
- Photobook instagrameable y letras volumétricas "UPES", que ofrecieron un espacio simbólico de despedida para los graduados junto a sus familias.
- Ambientación personalizada, con mantelería oficial, mesa de honor institucional, flores y señalética de marca.
- Y como novedad destacada, se implementó la entrega de placas conmemorativas a los alumnos distinguidos, reconociendo públicamente su esfuerzo, excelencia y liderazgo durante su trayectoria académica.

Estas transformaciones no solo elevaron el nivel estético y protocolar del evento, sino que convirtieron la graduación en un momento inolvidable y profundamente emocional, proyectando con orgullo el mensaje:

**UPES, donde sucede el cambio.**

7

MKT DIGITAL

## Marketing Digital

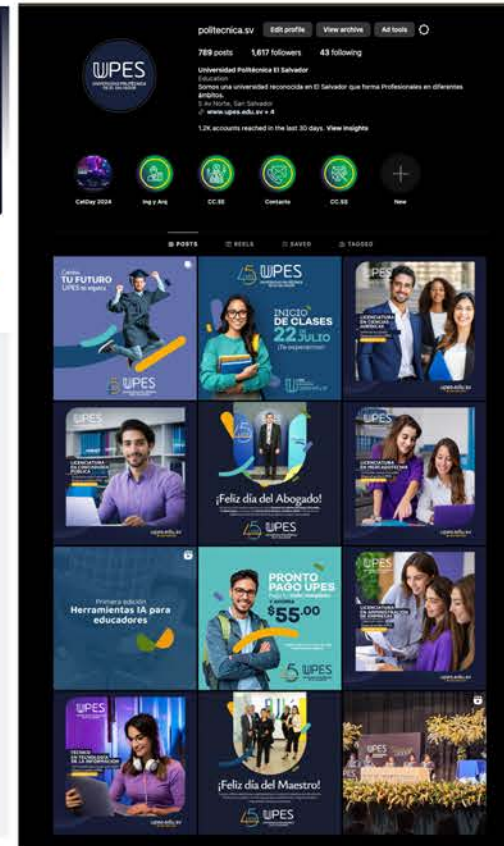
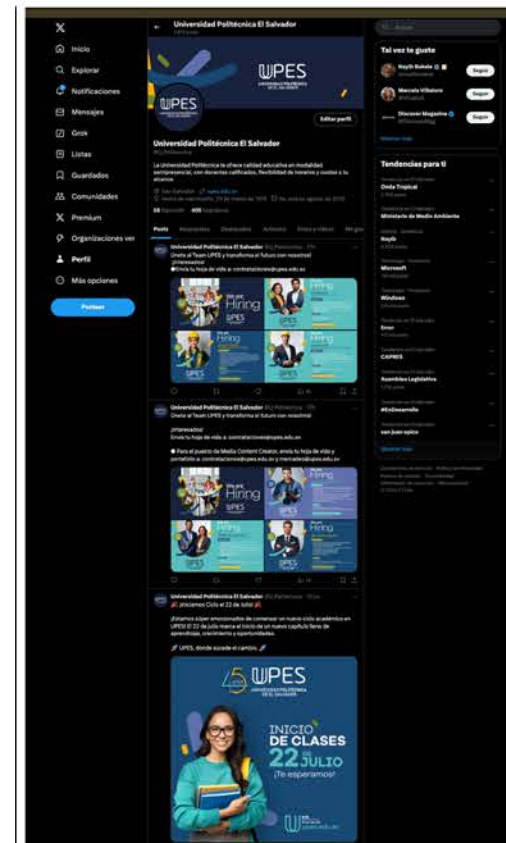
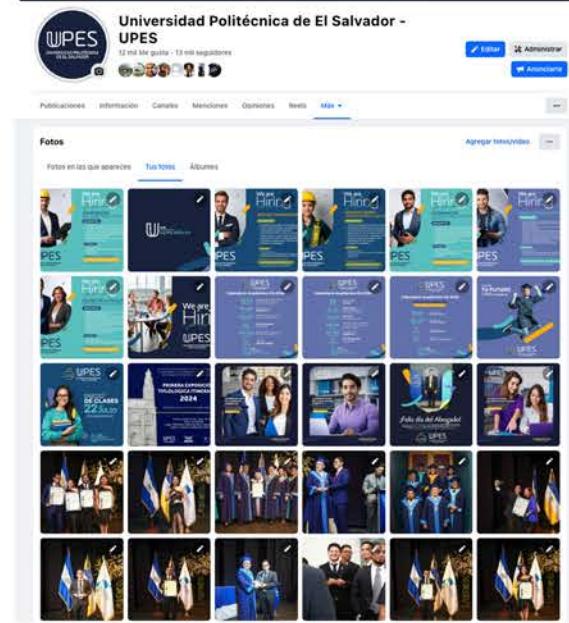
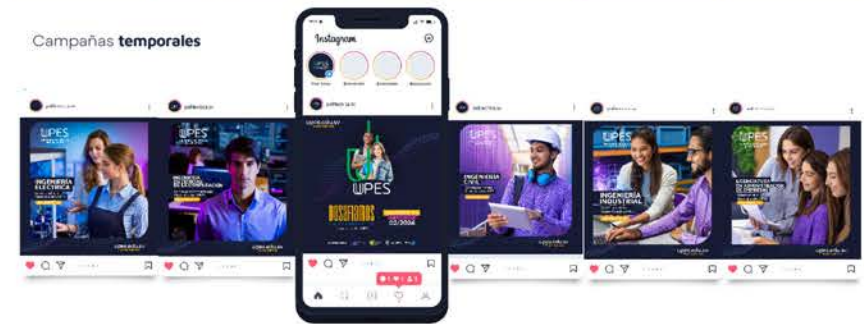
Las redes sociales de la UPES debe tener los colores corporativos correspondientes a los colores especificados en este manual, acorde a los diferentes sustitutos utilizados se recomienda usar siempre los archivos originales del lettermark y maticados de reproducción de alta calidad.

### Mensajes institucionales

Este es un ejemplo de cómo serán las aplicaciones digitales de los artes de la campaña temporal que se implementará en redes sociales. Deben conservarse los tonos y elementos gráficos previamente definidos (colores tipografías, y elementos gráficos que mantengan la identidad de la marca).



### Campañas temporales



# CAM 02-2024

## Desafiamos lo establecido

La campaña de inicio de **ciclo 02-2024** marcó el primer gran paso de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo hacia una transformación integral en el enfoque de comunicación institucional. Fue la primera estrategia digital desarrollada bajo la nueva identidad visual, y representó el punto de partida para reposicionar a UPES en la mente de su comunidad y nuevos prospectos.

Bajo el concepto **“Desafiamos lo establecido. ¡Únete al cambio UPES!”**, la campaña reflejó un mensaje claro: estábamos entrando en una nueva etapa institucional. A partir de esta propuesta, se introdujeron elementos gráficos alineados al nuevo branding: **colores revitalizados, tipografías propias, formas dinámicas y mensajes aspiracionales que construyen sobre el lema central “UPES, donde sucede el cambio”**.

Entre los principales momentos de esta campaña destacan:

- La creación de un **banco propio de imágenes** institucionales con producción in-house y recursos generados por **inteligencia artificial** para representar carreras, perfiles y escenarios de aprendizaje.
- Un despliegue multicanal en **Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn**, con contenido dinámico y coherente.
- Integración de elementos narrativos de marca, tanto en la forma como en el tono, logrando una comunicación más cercana, moderna y visualmente sólida.

Aunque con un enfoque conservador en algunos aspectos —dado que era una etapa de transición—, esta campaña sentó las bases de la comunicación institucional moderna de UPES, demostrando que el cambio no solo se comunica: **se vive y se proyecta con coherencia**.

**Universidad Politécnica de El Salvador**  
4.156 seguidores  
2 meses • Editado • 

  ¡Únete a la familia UPES y crece con nosotros!  

Estamos en busca de profesionales apasionados para ocupar las ... más



**We are Hiring**  
*Join Our Team*  
**AUXILIAR CONTABLE**  
**REQUISITOS:**

- Estudiantes de 4° o 5° en licenciatura en Contaduría Pública o Administración de Empresas.
- Conocimientos de Ofimática (Excel, Word, Power Point, entre otros)
- Manejo del sistema ERP y softwares contables
- Conocimiento de NIF, Ley del IVA, Ley del Impuesto sobre la Renta, Código de Comercio, Leyes Tributarias, Fiscales, etc.
- Conocimiento en elaboración de conciliaciones bancarias.
- Idioma inglés nivel básico.
- Dos años de experiencia como contador auxiliar o cargos similares.

**SE OFRECE:**

- Prestaciones de ley.
- Vacaciones en 3 periodos (Semana santa, Agosto y Diciembre)
- Horario de lunes a viernes de 8:00 A.M. a 5:00 P.M. y sábado de 8:00 A.M. a 12:00 P.M.

Interesados enviar hoja de vida a:  
[contrataciones@upes.edu.sv](mailto:contrataciones@upes.edu.sv)  
[vicerectoria.financiera@upes.edu.sv](mailto:vicerectoria.financiera@upes.edu.sv)  
\*Fecha límite para aplicar: 31 de enero de 2025



**We are Hiring**  
*Join Our Team*  
**JEFE DE RECURSOS HUMANOS**  
**REQUISITOS:**

- Graduado de licenciatura en Administración de Empresas, Psicología o carreras a fines.
- Máster de Gestión de Talento Humano (GTH).
- Conocimiento avanzado de Ofimática (Excel, Word, Power Point, entre otros).
- Conocimiento de Gestión de Talento Humano.
- Idioma inglés nivel intermedio.
- Tres años de experiencia en cargos similares.
- Conocimiento en gestión de talento humano, reclutamiento, selección de personal, capacitación, evaluación de desempeño, medición de clima laboral, negociación, gestión de conflictos, gestión de la cultura organizacional y otros.
- Conocimiento en selección de personal con base en competencias, elaboración de planes de carrera, gestión del desempeño y administración de compensaciones y beneficios.

**SE OFRECE:**

- Prestaciones de ley.
- Vacaciones en 3 periodos (Semana santa, Agosto y Diciembre)
- Horario de lunes a viernes de 8:00 A.M. a 5:00 P.M. y sábado de 8:00 A.M. a 12:00 P.M.

[contrataciones@upes.edu.sv](mailto:contrataciones@upes.edu.sv)  
[vicerectoria.financiera@upes.edu.sv](mailto:vicerectoria.financiera@upes.edu.sv)  
\*Fecha límite para aplicar: 31 de enero de 2025



**We are Hiring**  
*Join Our Team*  
**JEFE DE MANTENIMIENTO**  
**REQUISITOS:**

- Graduado de licenciatura en Ingeniería Industrial o afines.
- Experiencia en la gestión de mantenimiento en una institución educativa.
- Experiencia en la gestión de mantenimiento en una institución educativa.
- Experiencia en la gestión de mantenimiento en una institución educativa.
- Experiencia en la gestión de mantenimiento en una institución educativa.
- Experiencia en la gestión de mantenimiento en una institución educativa.
- Experiencia en la gestión de mantenimiento en una institución educativa.

**SE OFRECE:**

- Prestaciones de ley.
- Vacaciones en 3 periodos (Semana santa, Agosto y Diciembre)
- Horario de lunes a viernes de 8:00 A.M. a 5:00 P.M. y sábado de 8:00 A.M. a 12:00 P.M.

Interesados enviar hoja de vida a:  
[contrataciones@upes.edu.sv](mailto:contrataciones@upes.edu.sv)  
[vicerectoria.financiera@upes.edu.sv](mailto:vicerectoria.financiera@upes.edu.sv)  
\*Fecha límite para aplicar: 31 de enero de 2025

  Ana G Castro y 75 personas más

7 comentarios • 4 veces compartido

 Recomendar Comentar CompartirComentar como Universidad Politécnica de El Salvador...  

# RECURSOS HUMANOS CON IDENTIDAD UPES

## Comunicación más humana

En el marco del rediseño institucional, la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo desarrolló una **línea gráfica exclusiva para el área de Recursos Humanos, alineada a los estándares visuales de UPES**, pero con un enfoque diferenciado: más cercano, humano y profesional. Esta acción busca posicionar al talento como eje fundamental del crecimiento institucional y reflejar que UPES es también un lugar para desarrollarse laboralmente.

Con el lema **“We are hiring. Join our team”**, se diseñó un sistema visual adaptable para convocatorias de empleo, que incluye gráficas para redes sociales, pines, anuncios digitales, y publicaciones en LinkedIn, Facebook e Instagram, garantizando coherencia y atractivo visual en cada pieza. Esta línea permitió estandarizar la comunicación de vacantes con una imagen clara, moderna y alineada a la identidad de la universidad.

Más allá de publicar ofertas, el objetivo de esta estrategia es posicionar a Recursos Humanos como una unidad visible, accesible y alineada a las tendencias del siglo XXI: **mostrar los valores, el ambiente laboral, las oportunidades de crecimiento y la cultura organizacional de UPES**.

Aunque inicialmente hubo resistencia interna a visibilizar estos contenidos, las métricas y reacciones positivas en plataformas como LinkedIn confirmaron su valor estratégico. Esta acción responde directamente al Plan de Marketing 2025, donde se reconoce la necesidad de construir una universidad más cercana, empática y competitiva en la atracción de talento.

**Una marca fuerte también se construye desde adentro.**



**Racional de la Piezas Gráficas**  
Esta serie de piezas gráficas ha sido diseñada para impulsar la participación de los estudiantes en las iniciativas de vinculación social de UPES, destacando actividades clave como danza, fútbol, baloncesto, ajedrez y proyectos comunitarios.

**Objetivo:**  
Motivar a los estudiantes a inscribirse en estas actividades, reforzando su rol como agentes de cambio en la comunidad.

**Concepto Creativo:**  
Cada pieza se centra en la fusión de energía, propósito y acción social. El uso de colores vibrantes y dinámicos, de la línea gráfica general de UPES, junto con imágenes de estudiantes en acción, capta la vitalidad y el compromiso que estas actividades representan.

**Mensaje:**  
Las frases como "Goles con propósito" y "Encestamos el cambio" subrayan que estas actividades son vehículos para la transformación social. El llamado a la acción directo ("Encestábelo hoy") facilita la conversión inmediata, conectando a los estudiantes con las oportunidades de hacer una diferencia real.

DIRECCIÓN VINCULACIÓN SOCIAL



## Vinculación Social Identidad con propósito

Durante 2024, la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo desarrolló una **nueva línea gráfica institucional para la Dirección de Vinculación Social**, integrando elementos visuales del sistema de marca UPES sin perder la esencia distintiva de esta unidad, cuyo enfoque es profundamente humano, comunitario y transformador.

El diseño incorpora una **identidad visual propia**, con recursos cromáticos cálidos, formas dinámicas y tipografías amigables, pensadas para conectar con las emociones, la acción colectiva y el impacto social. Esta línea permitió **estandarizar gráficamente las campañas, programas y convocatorias**, sin perder la sensibilidad del mensaje ni la accesibilidad de la forma.

Bajo el lema **"Transformando vidas, construyendo futuro"**, se generaron múltiples piezas gráficas y digitales —desde afiches y redes sociales hasta señalética interna y contenidos interactivos— enfocadas en visibilizar:

- La cultura del servicio y el compromiso social estudiantil.
- Las actividades deportivas, artísticas y de liderazgo social.
- El rol de UPES como actor activo en el desarrollo de comunidades.

Esta estrategia también refuerza el sentido de pertenencia y el posicionamiento de UPES como **una institución educativa con rostro humano**, comprometida con el desarrollo sostenible y el empoderamiento juvenil a través de la acción social.

La identidad de Vinculación Social UPES hoy no solo comunica, **sino que inspira acción y transforma percepciones**, reflejando el verdadero espíritu del cambio que la universidad lidera



# 10



# PARLARE

## ESCUELA DE IDIOMAS

### Educación sin fronteras, un idioma a la vez

Durante el período 2024–2025, UPES lanzó oficialmente Parlare, su nueva Escuela de Idiomas, como parte del proceso de modernización institucional y apertura a una educación más accesible, flexible e internacional.

Origen y propósito:

Parlare nace como respuesta estratégica a la necesidad de dar identidad y proyección a la plataforma Rosetta Stone, previamente adquirida por la universidad. Su creación implicó el desarrollo completo de una marca educativa propia, con nombre distintivo, concepto comercial claro y una estructura pensada para competir con propuestas nacionales e internacionales.

Identidad y diferenciación

- Se eligió el nombre Parlare **(del italiano “hablar”)** por su resonancia universal, alineada con los valores de **multiculturalidad y autonomía**.
- Se diseñó una identidad visual colorida, moderna y profesional, que posiciona a Parlare como una escuela disruptiva en el mercado.
- Se produjeron piezas institucionales, audiovisuales y comerciales: **manual de marca, fast sheet, contenido para redes sociales y materiales digitales orientados a diversos públicos**.

Oferta académica

**Parlare ofrece más de 25 idiomas con disponibilidad 24/7 mediante plataforma digital. Integra:**

- Aprendizaje autogestionado y flexible.
- Tutorías personalizadas por niveles (A1 a C1 del MCER).
- Acceso desde cualquier dispositivo, incluso sin conexión a internet.
- Contenidos especializados por industria (educación, salud, turismo, etc.).
- Modelo de inversión educativa
- Matrícula: \$35
- Cuota mensual: \$50
- Opción de membresía trimestral con descuento del 10%.

Impacto y resultados

- Lanzamiento oficial con presencia digital activa (Facebook, Instagram y TikTok).
- Incorporación de los primeros estudiantes de UPES y de la diáspora salvadoreña en EE.UU.
- Avances en alianzas estratégicas con instituciones públicas como Cancillería, para programas de formación lingüística a migrantes.

Perspectivas 2025

- Consolidar convenios institucionales con organismos públicos y privados.
- Ampliar el alcance a sectores vulnerables mediante programas subvencionados.
- Integrar certificaciones internacionales de idioma.
- Expandir el portafolio hacia cursos cortos especializados.

# 11

KV VISUAL/ pieza central



LA UNIVERSIDAD DE LOS  
**CRACK**  
QUE MARCAN LA DIFERENCIA

Uso de colores y elementos visuales:

Paleta de Colores: La elección de los tonos vibrantes y modernos, como el azul, turquesa, verde y acentos en amarillo, está pensada para transmitir energía, juventud y optimismo. El azul denota confianza y estabilidad, mientras que el verde refleja crecimiento y frescura. El amarillo, con su intensidad, aporta un toque de energía y positividad, simbolizando la motivación que buscamos en cada uno de nuestros estudiantes.

Tipografía y diseño de títulos:

El uso de tipografías modernas y contundentes para la palabra "CRACK" enfatiza la fuerza del mensaje y resalta la idea de que UPES es el lugar donde nacen los mejores. Las tipografías robustas y dinámicas dan una sensación de movimiento y progreso, alineándose con el carácter disruptivo de la campaña.

Iconografía y logotipos:

Los logotipos de nuestras áreas clave como CAT, Parlane, CIT, Formación Continúa, Post-beneficios, UPES 360 y Flex learn están integrados en la paleta para reforzar el ecosistema educativo único de la UPES. Esto comunica visualmente que somos más que una universidad tradicional; somos un centro de innovación y aprendizaje continuo.

KV VISUAL/ Competencia



Creatividad e Innovación en la Ejecución:

La campaña se distingue por su carácter inclusivo y realista, presentando a los estudiantes como protagonistas y no simples espectadores. Esta autenticidad en la representación conecta emocionalmente con la audiencia, generando un sentimiento de pertenencia y orgullo. Es una campaña que resulta porque refleja la realidad de quienes somos como universidad.

El enfoque visual combina modernidad y emoción, haciendo uso de fondos degradados y efectos de luz que enfatizan un entorno tecnológico y contemporáneo, en sintonía con la visión de UPES de formar a los profesionales del futuro. Cada elemento gráfico está diseñado para captar la atención de un público joven, con una estética fresca, pero manteniendo la seriedad y profesionalismo que caracteriza a UPES.

KV VISUAL/ frases claves

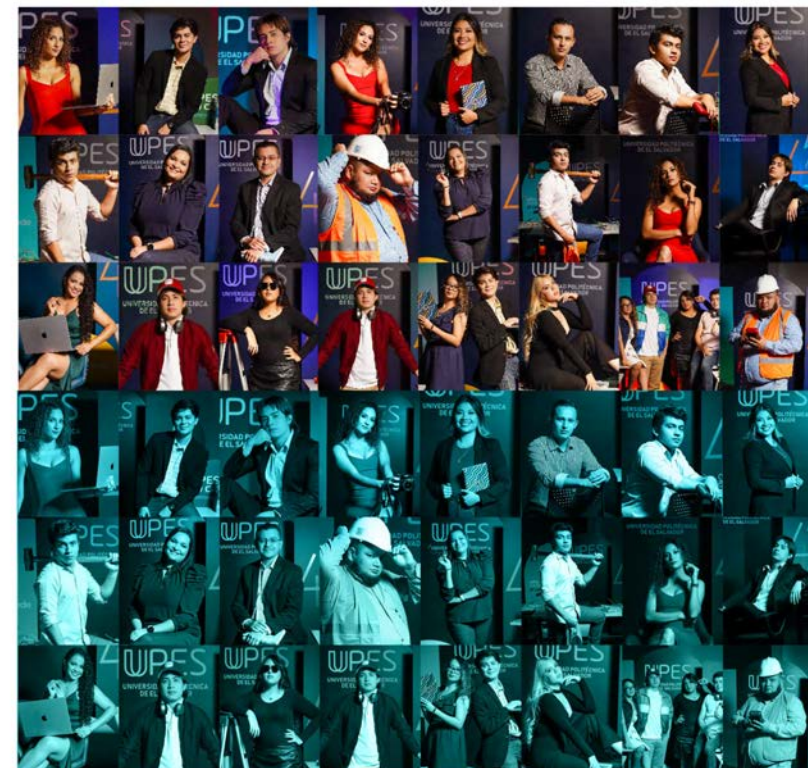


- «UPES: La U Más CRACK de El Salvador». - Posiciona a la universidad como el epicentro de la excelencia y el liderazgo.
- "Aquí nacen los líderes que transforman el mundo". - Refuerza la visión de formar agentes de cambio con impacto global.
- "La Universidad de los CRACKS que marcan la diferencia." - Invita a los estudiantes a reconocerse como parte de algo más grande y significativo.

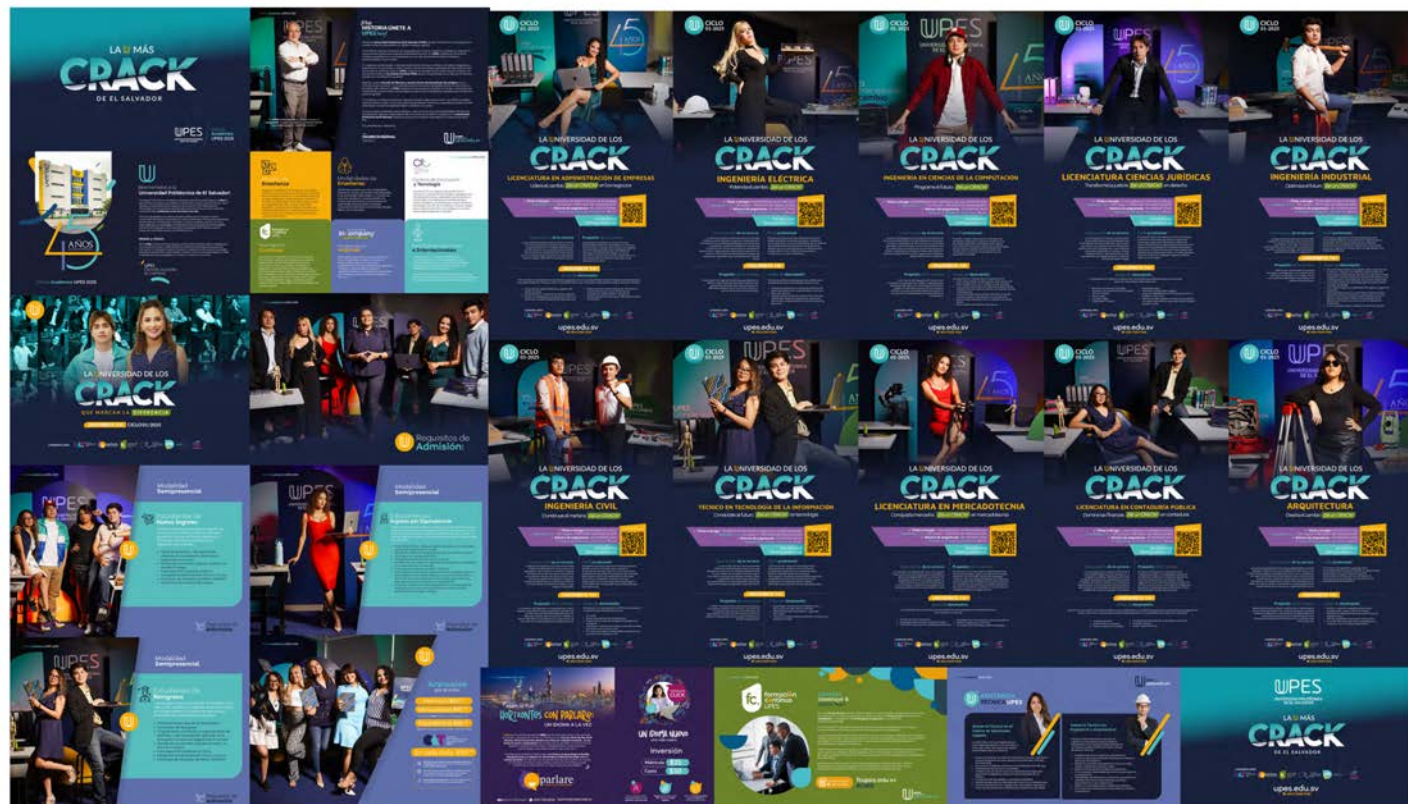
LA UNIVERSIDAD DE LOS  
**CRACK**  
QUE MARCAN LA DIFERENCIA

LA U MÁS  
**CRACK**  
DE EL SALVADOR

KV VISUAL/ Sesión de fotos



KV VISUAL/ OFVA 01-2025



## CAMPAÑA INSTITUCIONAL 2024-2025

### "La U Más CRACK" – Disrupción, identidad y resultados

La campaña "La U Más CRACK de El Salvador" se consolidó como el proyecto insignia de comunicación institucional de UPES, marcando un antes y un después en la manera de concebir, producir y proyectar campañas universitarias en el país.

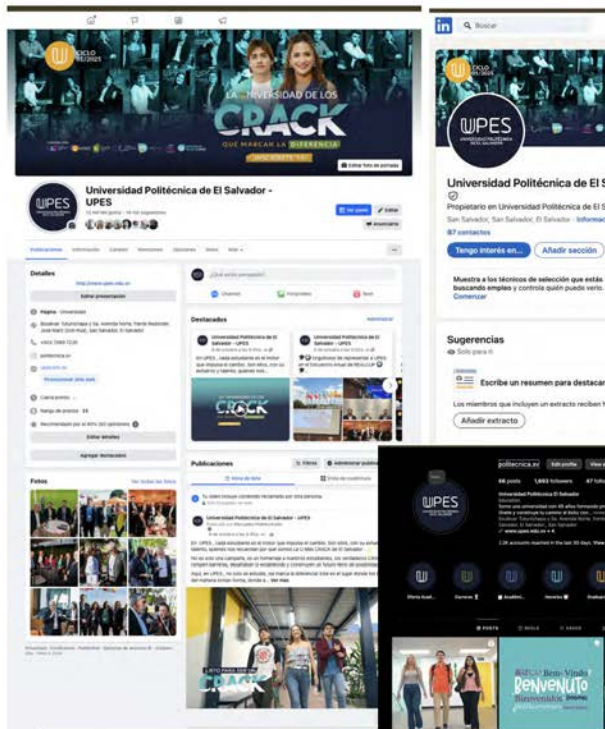
Más que una acción publicitaria, fue una estrategia integral construida desde el concepto, branding, producción audiovisual, activaciones presenciales, plataforma digital, materiales promocionales y un despliegue multicanal, que demostró el estándar con el que UPES proyecta su nueva etapa.

# 11

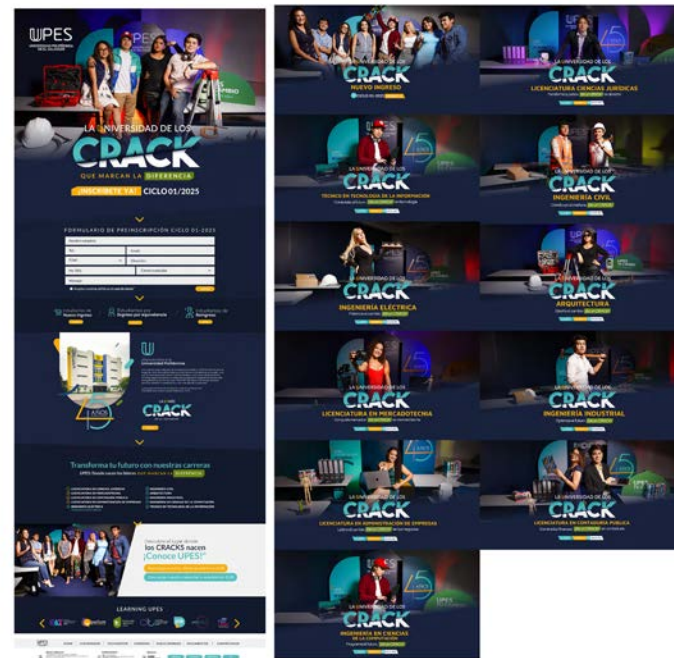
KV VISUAL/ Look and feel



KV VISUAL/ RDES SOCIALES



KV VISUAL/ WEBSITE



## CAMPAÑA INSTITUCIONAL 2024–2025

### “La U Más CRACK” – Disrupción, identidad y resultados

Objetivo estratégico:

Posicionar a UPES como una universidad accesible, innovadora, moderna y emocionalmente cercana, capaz de conectar con los jóvenes salvadoreños mediante un mensaje inspirador: aquí se forman los líderes del futuro; aquí nacen los CRACKS que transforman el país.

Componentes clave de la campaña:

- Concepto creativo y visual
- CRACK se resignifica como sinónimo de liderazgo, superación, visión y transformación.
- Paleta vibrante (azul, turquesa, verde, amarillo) y tipografía robusta para reforzar fuerza y energía.
- Integración de marcas UPES como CAT, Parlare, Formación Continua, UPES360 y FlexLearn para mostrar el ecosistema educativo.

Producción de alto nivel

- Sesión fotográfica profesional con estudiantes reales.
- Spot publicitario de alto impacto con narrativa emocional.
- Diseño de POP, brochure, merchandising, banners, backings, y activaciones visuales.

Activación de marca y evento presencial

- Activación en alianza con la Dirección de Integración, incluyendo conferencias, panel con invitados nacionales e internacionales, influencers, photobooth, dinámicas interactivas y presentación multimedia de la oferta académica.
- Participación de figuras como Fer Rodríguez como hosts aspiracionales.



# CAMPAÑA INSTITUCIONAL 2024–2025

## “La U Más CRACK” – Disrupción, identidad y resultados

Presencia digital y omnicanal

- Pauta en Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn.
- Landing page exclusiva del ciclo 01-2025 para captación directa.
- Red de contenidos adaptados a cada canal y formato.

Resultados e impacto:

- Incremento directo en matrículas para el ciclo 01-2025, superando las proyecciones iniciales.
- Consolidación de una identidad visual coherente con la nueva narrativa institucional.
- Altos niveles de interacción digital y engagement en redes sociales.
- Reconocimiento interno y externo de la campaña como referente en comunicación universitaria disruptiva.

**BLACK Deals**

50% DCTO. EN: **MATRÍCULA PARA NUEVO INGRESO, REINGRESO Y POR EQUIVALENCIAS**

¡INSCRÍBETE YA! CICLO 01/2025

upes.edu.sv

**Open House**

EXPLORA TU FUTURO EN UPES

VIÉNES 12 MES DIC

9:00 A.M. 4:00 P.M.

CAMPUS UPES

- Bienvenida UPES
- Recorrido Guiado por el campus UPES
- Conoce nuestras carreras
- Talleres Interactivos por carrera

¡INSCRÍBETE YA! CICLO 01/2025

UPES UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE EL SALVADOR

upes.edu.sv



## Polibeneficios UPES

### Más allá del aula, más beneficios.

Polibeneficios UPES es un programa institucional diseñado para fortalecer las relaciones externas, relaciones públicas y convenios estratégicos con marcas aliadas que generen valor compartido para la comunidad universitaria. Aunque su ejecución aún no ha sido consolidada por falta de seguimiento, su estructura y enfoque proponen una oportunidad clave de desarrollo institucional.

Este programa tiene como finalidad no solo beneficiar a los estudiantes activos, sino también incluir a egresados y colaboradores UPES, ofreciendo acceso exclusivo a productos, servicios, descuentos y oportunidades que mejoren su calidad de vida, formación continua y proyección profesional.

Al establecer alianzas sostenibles con empresas y organizaciones, Polibeneficios busca posicionar a la **UPES como una universidad moderna, cercana y comprometida con el bienestar integral de su comunidad.**

En resumen, se trata de una herramienta estratégica que, al ser correctamente implementada, puede convertirse en un diferenciador institucional, promoviendo el sentido de pertenencia, el desarrollo profesional y la conexión real entre la universidad y el entorno empresarial.



El Plan de Beneficios UPES es un programa estratégico y sostenible que establece alianzas comerciales con empresas y organizaciones, con el objetivo de brindar valor añadido a la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica de El Salvador. Este plan está diseñado para ofrecer beneficios exclusivos a estudiantes activos, egresados-graduados y colaboradores. Mientras que, simultáneamente, proporciona a las empresas aliadas la oportunidad de acceder a una audiencia comprometida y cualificada.

**Visión:** Posicionar a la UPES como una universidad que no solo se preocupa por la formación académica, sino también por el bienestar integral de su comunidad, facilitando el acceso a productos y servicios que mejoren la calidad de vida y el desarrollo profesional de sus miembros.

**Misión:** Fomentar relaciones a largo plazo con empresas y organizaciones, asegurando que los beneficios otorgados a la comunidad UPES contribuyan al crecimiento personal y profesional de sus miembros, y que a la vez, incrementen la visibilidad y el posicionamiento de la universidad en el mercado.



#### PROPUESTA DE VALOR

##### Empresas Aliadas:

**Acceso a una audiencia segmentada:** Las empresas que se asocien con la UPES tendrán acceso directo a una comunidad de más de [Número estimado] estudiantes, egresados, y personal docente y administrativo, quienes representan un segmento de mercado activo, educado y en constante desarrollo.

**Visibilidad y posicionamiento:** Al colaborar con la UPES, las empresas mejoran su visibilidad dentro de un entorno educativo de prestigio, lo cual fortalece su posicionamiento como aliados de la educación y el desarrollo profesional en El Salvador.

**Relaciones de largo plazo:** Las alianzas se diseñan para ser sostenibles en el tiempo, promoviendo una relación de largo plazo que beneficie tanto a la universidad como a las empresas colaboradoras.

**Beneficios en formación:** Las empresas aliadas recibirán descuentos exclusivos para sus colaboradores en programas de formación continua y carreras universitarias de la UPES, lo cual les permitirá fomentar el desarrollo y la capacitación de su personal.



#### PROPUESTA DE VALOR

##### Para la Comunidad UPES:

**Descuentos y beneficios exclusivos:** Los miembros de la comunidad UPES gozarán de descuentos y beneficios en productos y servicios de las empresas aliadas, lo cual facilitará su acceso a una variedad de ofertas relevantes para su vida diaria y su desarrollo profesional.

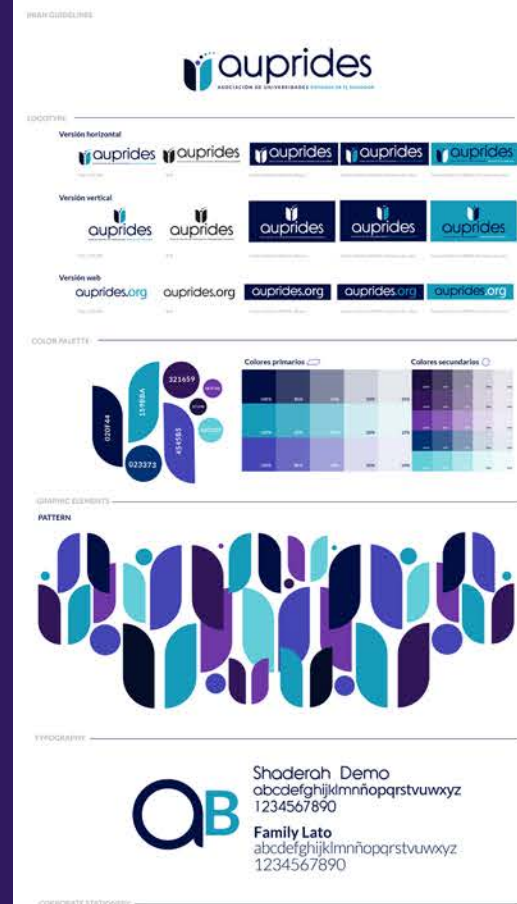
**\*\*Oportunidades de empleo y desarrollo profesional:** A través de las alianzas, los estudiantes y graduados de la UPES tendrán acceso prioritario a oportunidades de empleo, prácticas profesionales y programas de desarrollo dentro de las empresas aliadas.

**Acceso a servicios y productos:** Los beneficios incluirán acceso a servicios esenciales como salud, tecnología, transporte, entretenimiento y más, alineados con las necesidades y expectativas de la comunidad universitaria.

#### ESTUDIA, CRECE Y DISFRUTA EN UPES



# 13



## AUPRIDES 2024–2025: Transformación de Marca y Proyección Institucional

Desde marzo de 2024, la Dirección de Comunicaciones y Marketing de la Universidad Politécnica de El Salvador (UPES) asumió un rol activo dentro de la Asociación de Universidades Privadas de El Salvador (AUPRIDES), a través de la designación de nuestro rector como: **Coordinador Nacional de Visibilidad y Comunicaciones de la asociación.**

Este rol ha implicado liderar de forma estratégica y colaborativa las acciones de comunicación institucional de AUPRIDES junto con un equipo multidisciplinario conformado por representantes de las 13 universidades asociadas. Bajo esta coordinación se ha logrado:

- **Rediseñar por completo la identidad visual de AUPRIDES** en el marco de su 25° aniversario, modernizando su imagen y alineándola con los nuevos desafíos de la educación superior.
- **Elaborar y presentar el Brand Guideline 2025**, un documento de referencia que consolida los elementos gráficos, tipográficos, cromáticos y de aplicación de marca en soportes físicos y digitales.
- **Coordinar el evento de lanzamiento oficial de la nueva identidad**, llevado a cabo en el Hotel Barceló en marzo de 2025, con la participación de autoridades académicas, sector público y cuerpo diplomático.
- **Diseñar la arquitectura del sitio web oficial de AUPRIDES**, consolidando su presencia digital y la proyección estratégica de su misión, asociados y proyectos.
- **Liderar la estrategia digital 2025**, basada en marketing institucional, BTL, snack content, contenidos generados por usuarios y vocería institucional (EGC/UGC), generando un renovado posicionamiento en medios y plataformas.

Este trabajo ha sido desarrollado de forma extracurricular, demostrando un alto nivel de compromiso con el fortalecimiento de la educación superior en El Salvador y el espíritu colaborativo que caracteriza a la UPES. A través de esta gestión, UPES no solo ha reforzado su rol como miembro fundador de AUPRIDES, sino que también ha proyectado su capacidad institucional hacia escenarios de liderazgo nacional.

# 14



## CONGRESO IBEROAMERICANO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

### La Educación del Futuro

En el marco de la coordinación nacional de visibilidad y comunicaciones de AUPRIDES, y como parte del compromiso de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo de UPES, asumimos el reto de liderar la construcción del concepto visual, comunicacional y estratégico del Primer Congreso Iberoamericano de Educación Superior, realizado en conjunto con el Ministerio de Educación y la Dirección Nacional de Educación Superior.

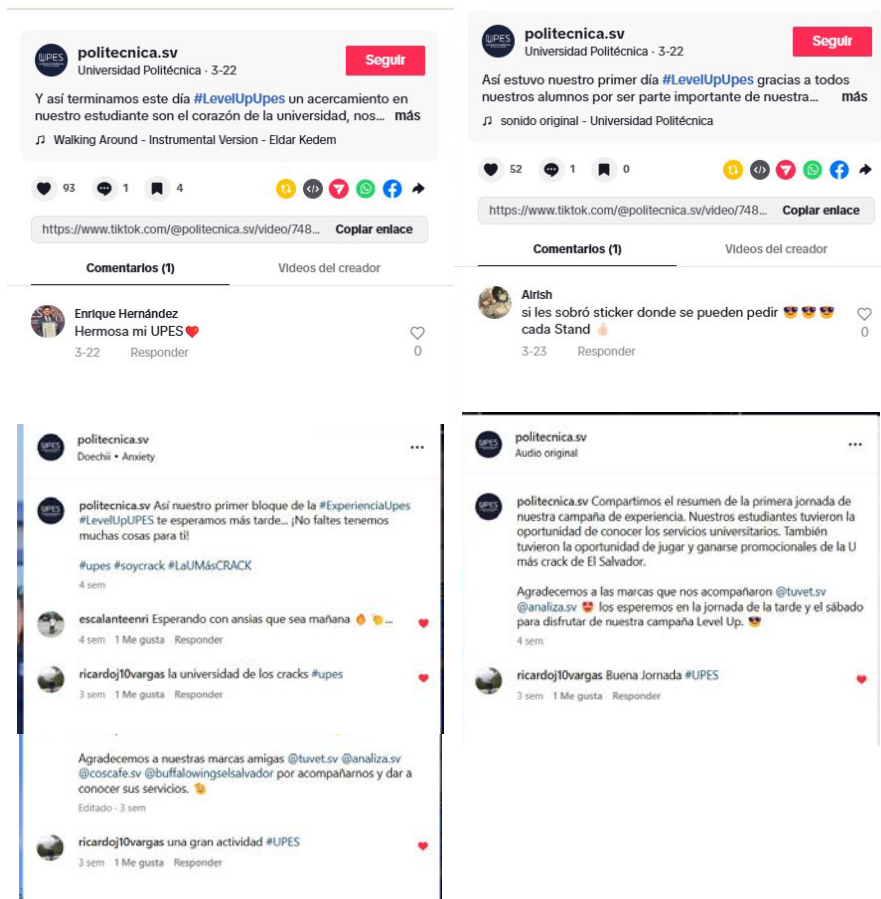
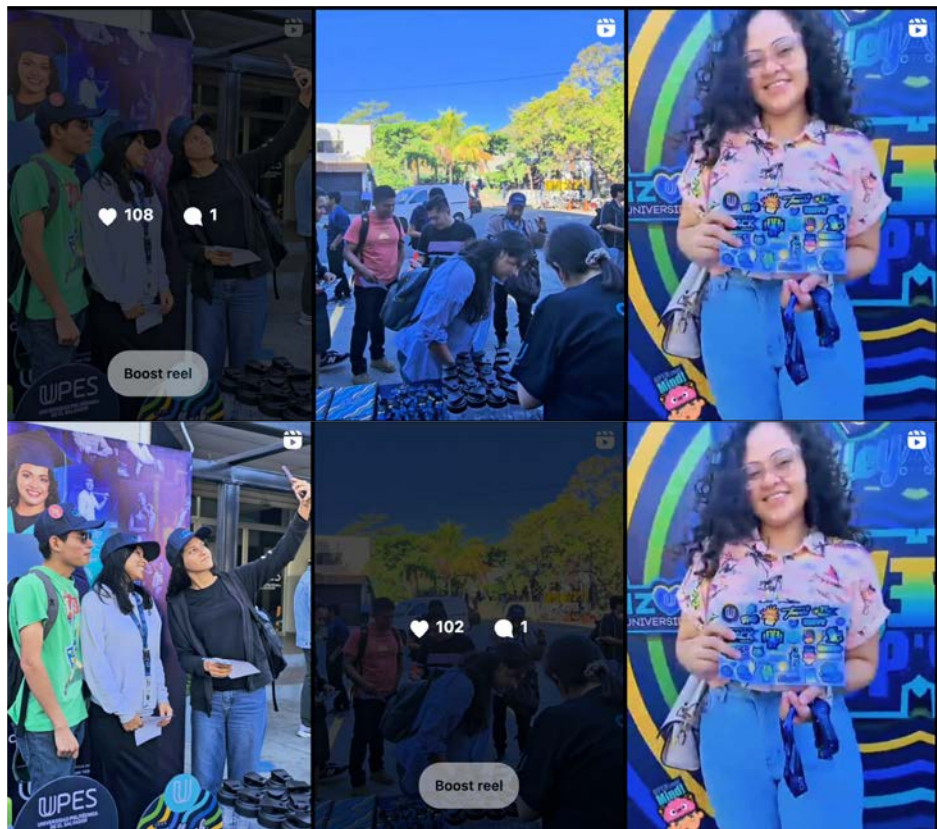
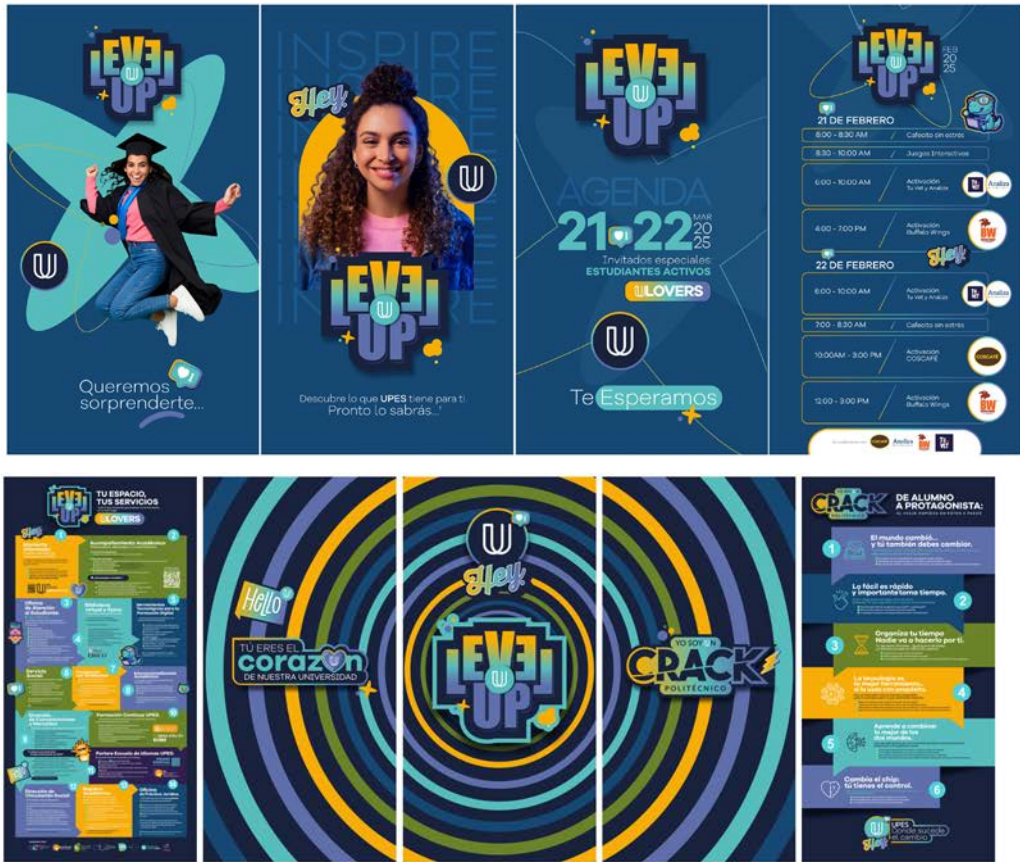
Este evento, celebrado del 25 al 27 de marzo de 2025, reunió a más de 20 universidades, 200 líderes educativos y una red de expertos internacionales de alto nivel para reflexionar sobre los desafíos, oportunidades y transformaciones de la educación superior en Iberoamérica.

#### Aportes estratégicos desde UPES:

- **Desarrollo del Key Visual oficial del Congreso**, aplicable a toda la identidad gráfica, redes sociales, materiales impresos y digitales.
- **Coordinación de la estrategia de lanzamiento digital** junto con equipos de comunicación de las 13 universidades de AUPRIDES.
- **Diseño e implementación de la parrilla de contenido nacional**, que garantizó coherencia, alcance y alta participación institucional.
- **Asistencia creativa y logística para la cobertura del evento** (montajes, audiovisuales, digital media, redes en tiempo real).

Este congreso no solo representó una oportunidad para consolidar **alianzas interuniversitarias e intergubernamentales**, sino también un hito en la visibilización del trabajo comunicacional que, desde UPES, se proyecta hacia el país y la región.

Porque la educación del futuro se diseña hoy.



Como parte del **Plan Estratégico de Comunicaciones 2025**, la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo desarrolló la campaña “Level Up UPES”, una iniciativa orientada a transformar y visibilizar la experiencia universitaria desde una perspectiva integral, humana y estratégica.

Tras los resultados de la encuesta de satisfacción estudiantil 2024, se detectó la necesidad urgente de **fortalecer la percepción y calidad de la experiencia que vive el estudiante dentro de la universidad**. A pesar de las limitaciones en apoyo por parte de algunas unidades académicas, la campaña fue bien recibida por la comunidad estudiantil, quienes percibieron un cambio significativo en la forma en que UPES comunica, informa y se conecta con su gente.

### Objetivo de la campaña:

Mostrar de forma clara, accesible y atractiva todos los servicios, recursos y oportunidades que UPES ofrece, elevando la experiencia estudiantil y promoviendo el sentido de pertenencia.

### Pilares de la experiencia trabajados:

- Cognitiva – Claridad en la información, comprensión de servicios y oferta.
- Emocional – Generación de vínculos, pertenencia y motivación.
- Sensorial – Ambientes visualmente estimulantes, señalética y entorno digital.
- Social – Interacción, comunidad, redes y actividades extracurriculares.
- Funcional – Facilidad de uso de servicios, plataformas y procesos internos.

## Resultados y percepción:

- **Alta participación estudiantil y retroalimentación positiva en redes y presencialmente.**
- **Visibilización efectiva de servicios institucionales que tradicionalmente pasaban desapercibidos**
- **Mejora en la relación entre servicios universitarios y comunidad estudiantil.**
- **Se sentaron las bases para una comunicación más empática, útil y bidireccional.**

Level Up UPES no fue una campaña tradicional, sino una declaración de intención institucional: **una universidad que se eleva con sus estudiantes, escucha y mejora, y apuesta por una experiencia más humana, digital y transformadora.**

# 16

# 46

Years  
ANNIVERSARY

# UPES

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
DE EL SALVADOR

Donde Sucede  
el Cambio



## 46 Años UPES: Celebrando Nuestra Historia, Proyectando el Futuro

El pasado **28 de marzo de 2025**, la Universidad Politécnica de El Salvador conmemoró su **46.º aniversario de fundación, reafirmando su compromiso con la educación superior del país**. Esta celebración no fue solamente un evento conmemorativo, sino un momento de reconocimiento institucional, memoria histórica y proyección hacia el futuro.

### Una Cena de Gala para Honrar Nuestra Trayectoria

El acto central fue una elegante cena de gala realizada en el Círculo Deportivo Internacional, donde se reunieron autoridades universitarias, docentes, estudiantes, egresados, aliados institucionales y medios de comunicación. El evento destacó por su sobriedad y producción visual, integrando elementos de branding institucional con un montaje escénico que proyectó la nueva imagen renovada de UPES.

### Reconocimiento a Quienes Han Marcado la Historia

Durante la velada, se entregaron distinciones especiales a:

- Fundadores de la Universidad, por su visión pionera.
- Profesionales y egresados destacados, por su trayectoria en el ámbito académico, empresarial y social.
- Docentes y colaboradores con décadas de servicio, por su compromiso con la formación de generaciones enteras.
- **Producción Audiovisual Conmemorativa:**  
Como parte de esta celebración, se realizó una producción audiovisual original: un video documental con entrevistas a personalidades clave de la historia institucional, entre ellos fundadores, exrectores, docentes, estudiantes y graduados. Esta pieza no solo rescata la memoria institucional, sino que también visibiliza el impacto que ha tenido UPES en la transformación del país durante casi cinco décadas.

### Una Universidad que Evoluciona

Los 46 años de UPES no solo representan una cifra, sino la consolidación de un legado. Esta conmemoración se enmarca en el proceso de renovación institucional que atraviesa la universidad, incluyendo la transformación de sus espacios físicos, el impulso de nuevas estrategias académicas y comunicacionales, y el posicionamiento de sus marcas insignia como Parlare y Polibeneficios.

**Con esta celebración, UPES no solo honró su historia, sino que reafirmó su compromiso de seguir formando profesionales éticos, competentes y comprometidos con El Salvador y el mundo**

A stylized lightning bolt graphic in yellow and orange with a blue outline, positioned to the left of the main title.

# MÉTRICAS DE IMPACTO

2024-2025



2024-2025

No solo cambiamos el logo,

**CAMBIAMOS  
EL JUEGO**



**DIRECCIÓN  
DE COMUNICACIONES  
& MERCADEO**

ANTES DE MARZO  
2024

AHORA DE MARZO 2024 A ABRIL 2025



politecnica.sv

744 publicaciones1490 seguidores10 seguidos

Universidad Politécnica El Salvador

Seamos una universidad reconocida en El Salvador que forme Profesionales en diferentes ámbitos.

www.upes.edu.sv • 4



Seg y Anl

CC BY

Contacto

CC BY

PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETAS

CAT

¿Qué es el CAT?

30 de Enero

DÍA INTERNACIONAL DEL TÉCNICO ELÉCTRICIANO

26 de Enero

Día internacional de la Educación

formar parte de los

s de Vinculación

16 de Enero

"DÍA INTERNACIONAL DE LA LUCHA CONTRA LA DEPRESIÓN"

¡TODAVÍA ESTÁS A TIEMPO!

ESTE 15 DE ENERO

INICIA TU VIAJE ACADÉMICO CON ÉXITO!

CICLO 01-2024

CAT

¿Qué es el CAT?

Seguidores

1.5K

Tasa de engagement 

1.01%

Frecuencia de posts

2/semana

Nivel promedio

Seguidores

17.795  
seguidores

Nuevos seguidores

3492  
nuevos seguidores

Impresiones de páginas y perfiles

2.687.742  
impresiones

Alcance de perfil y página

1.690.384  
usuarios

Seguidores de la página

14.873  
seguidores

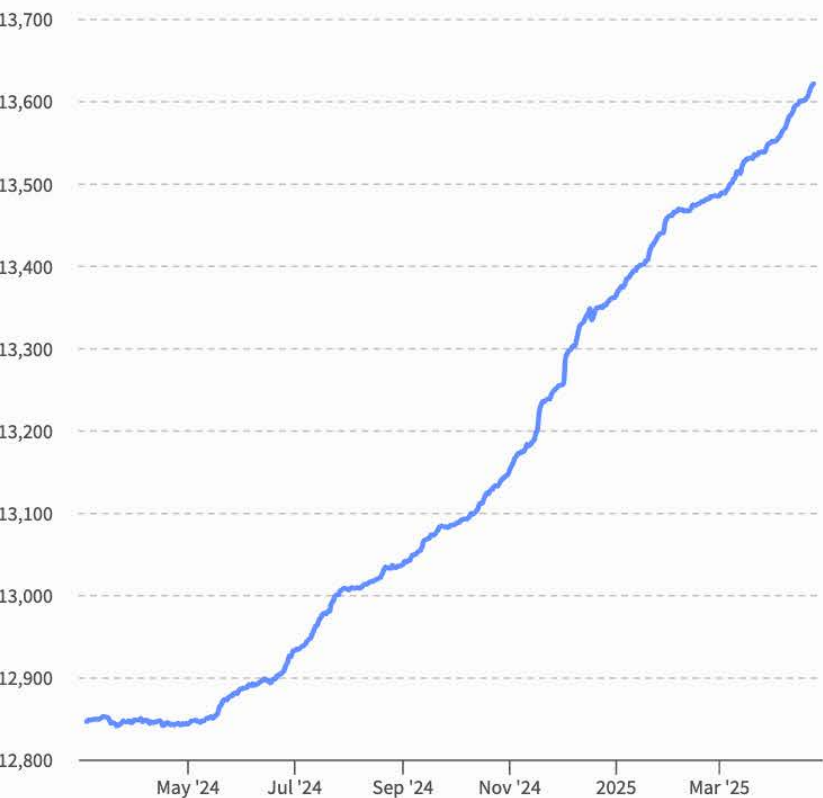
Seguidores de la página



Fanes de páginas

13.622  
fans

Fanes de páginas



# AHORA 2025

DE MARZO 2024 A ABRIL 2025

Nuevos seguidores de la página > Página

Universidad Politécnica... 1,696

La página perdió seguidores > Página

Universidad Politécnica ... 375

Nuevos fans de páginas > Página

Universidad Politécnica... 1,091

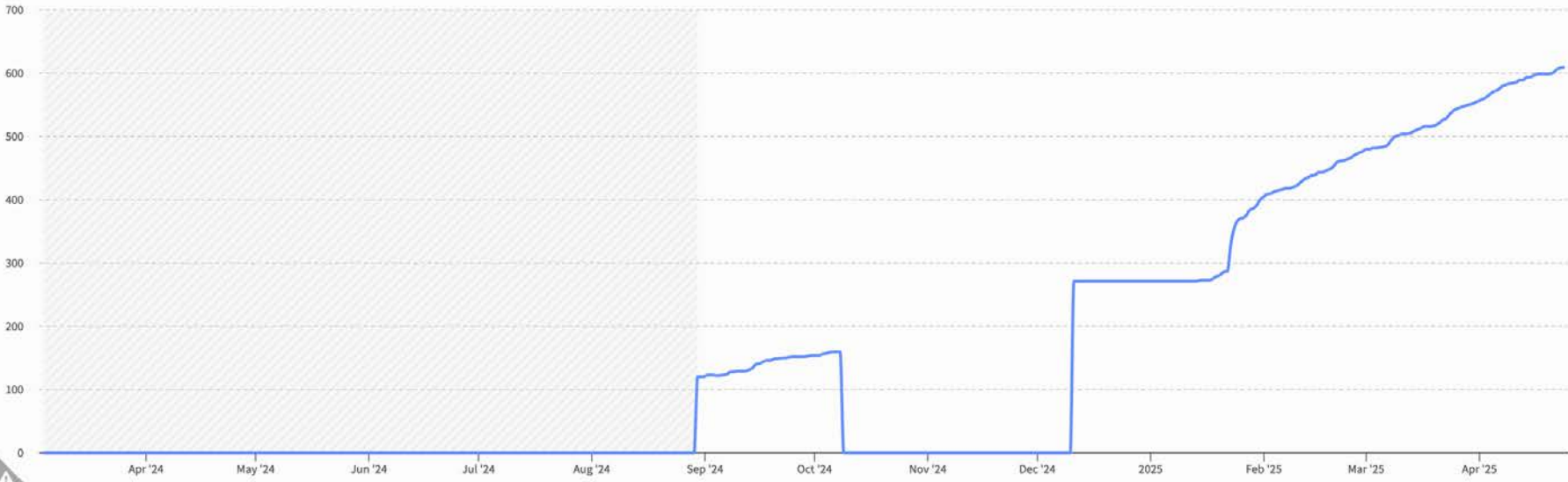
Fanes perdidos de páginas > Página

Universidad Politécnica ... 189

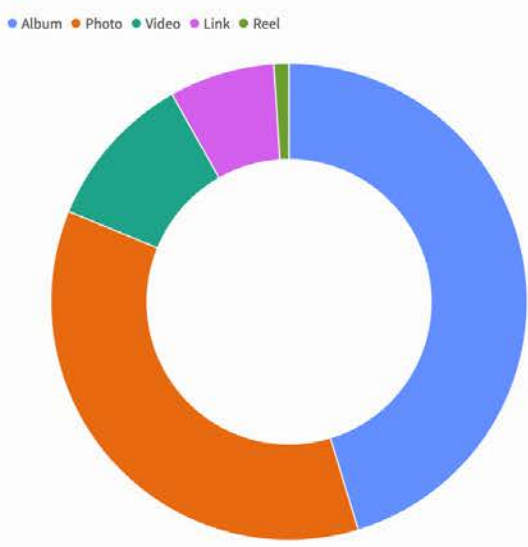
Nuevos seguidores netos > Cuenta

politecnica.sv 879

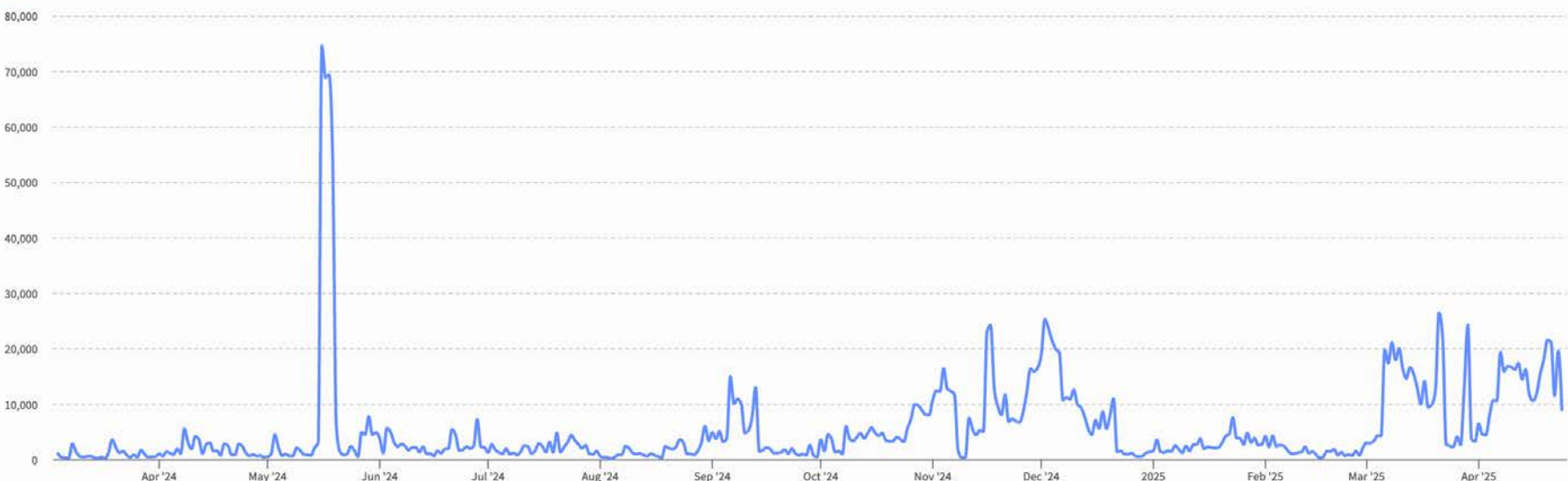
Seguidores



Alcance de publicaciones > Tipos de medios



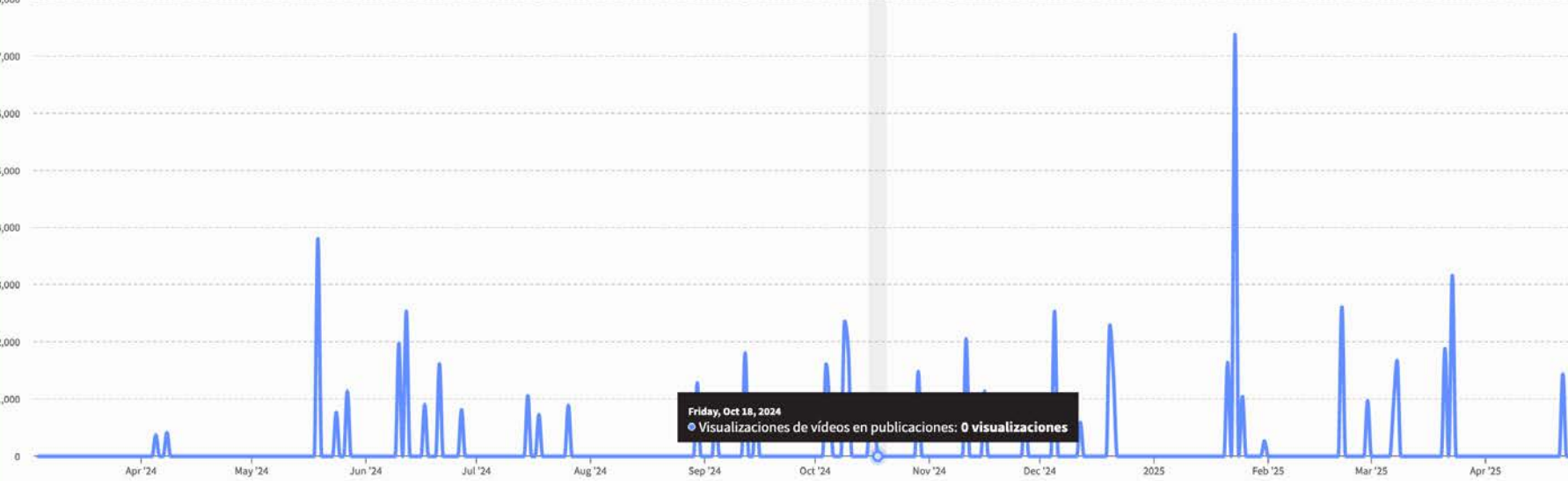
Impresiones de página



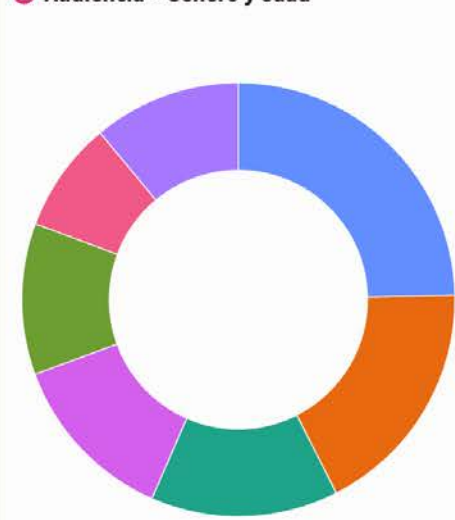
Audiencia alcanzada en publicaciones

53.045  
usuarios

Visualizaciones de videos en publicaciones



Audiencia > Género y edad



|      |               |     |
|------|---------------|-----|
| 25 % | Male: 25-34   | 503 |
| 18 % | Female: 25-34 | 364 |
| 14 % | Female: 18-24 | 285 |
| 13 % | Male: 18-24   | 262 |
| 11 % | Male: 35-44   | 229 |
| 8 %  | Female: 35-44 | 168 |
| 11 % | Other         | 224 |

Audiencia que interactúa > País

El Salvador 442

India 0

United States 0

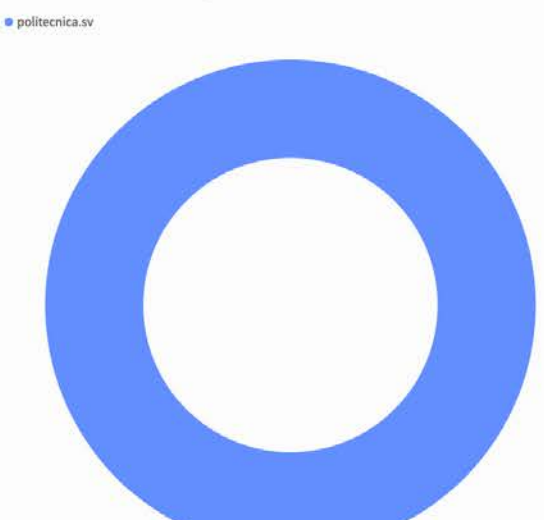
Venezuela, Bolivarian Repu... 0

Audiencia alcanzada > Género

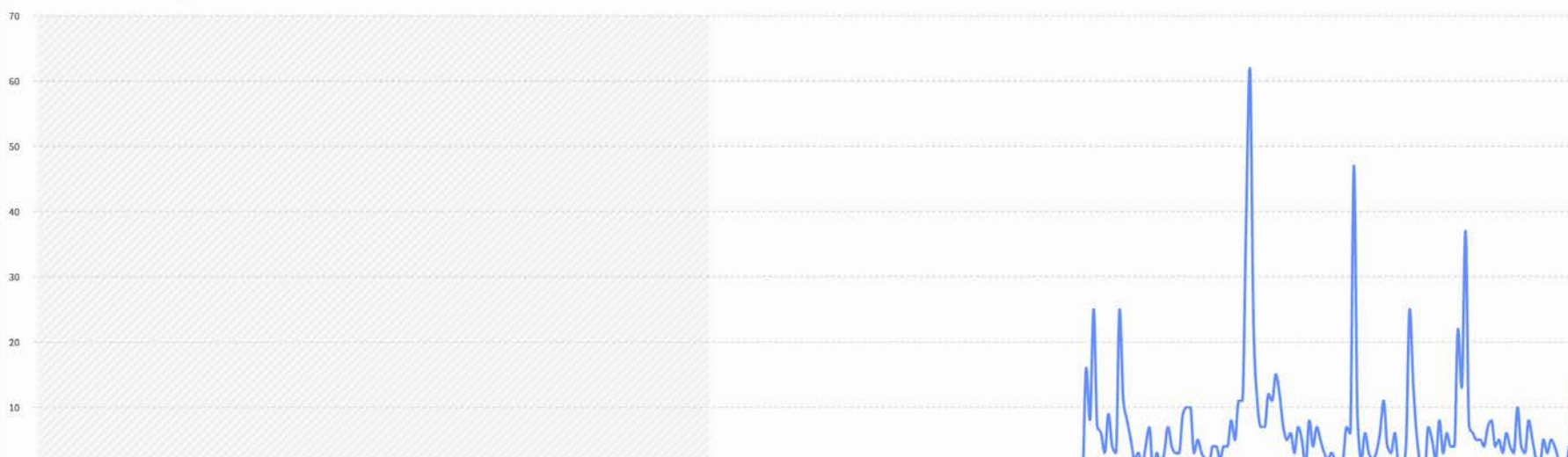
Male 10,307

Female 7,781

Visualizaciones de perfil > Cuenta



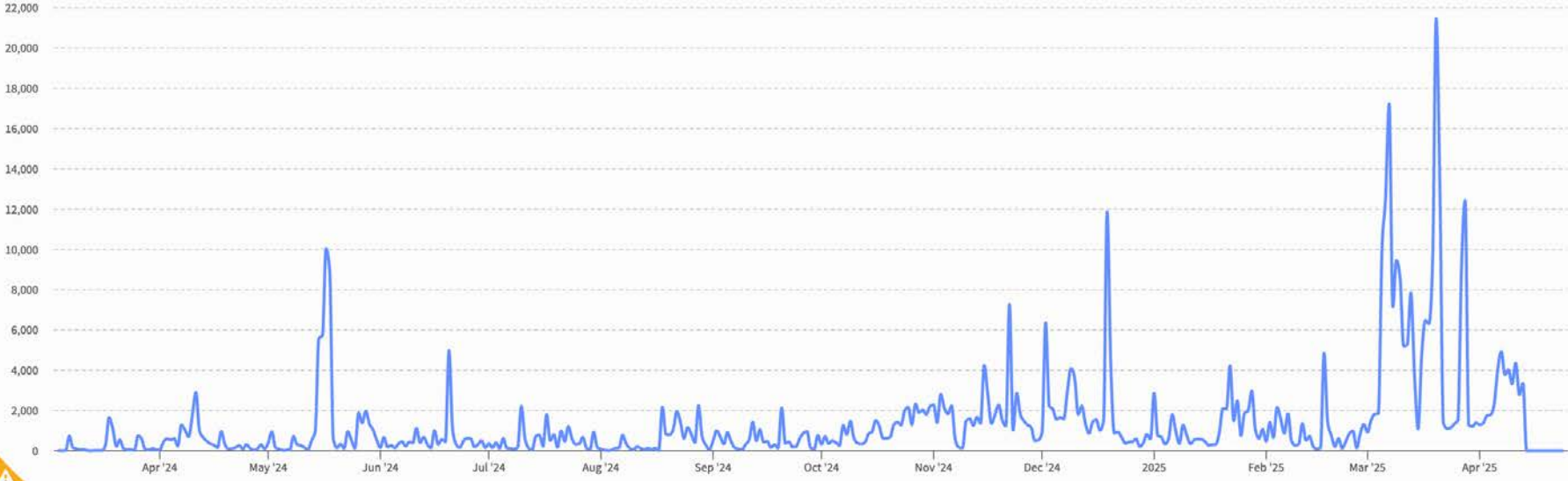
Visualizaciones de perfil



Alcance del perfil > Cuenta

politecnica.sv 297,138

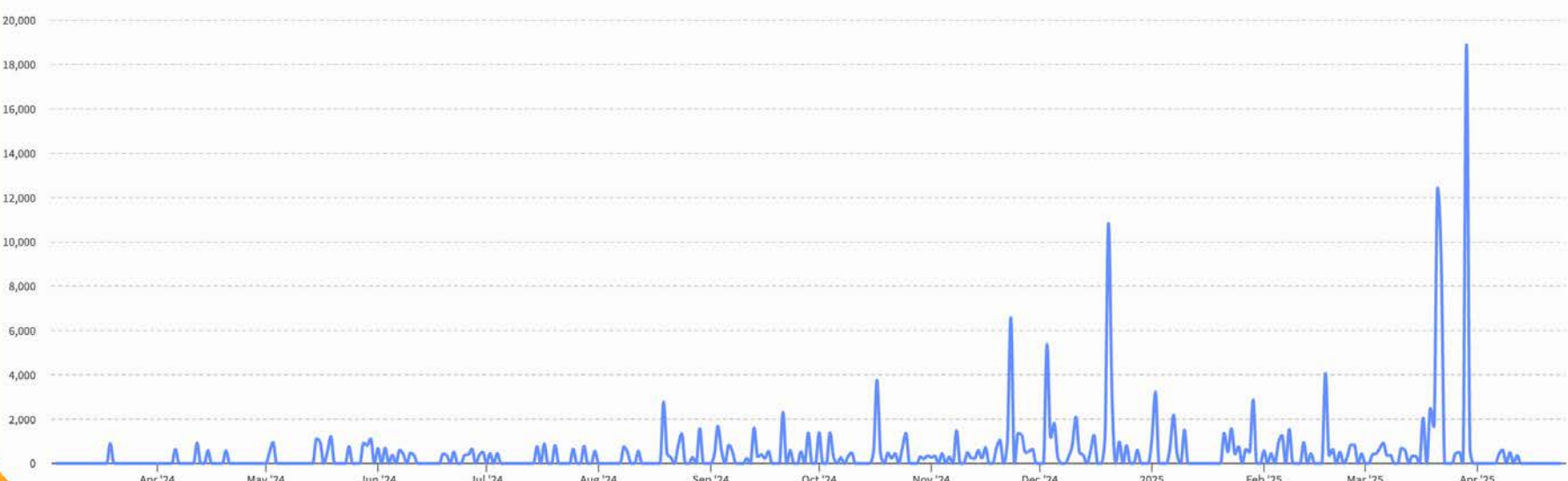
Impresiones de perfil



Alcance de publicaciones > Tipo de publica...

| TIPO DE PUBLICACIÓN | # RECUE... |
|---------------------|------------|
| Story               | 125.458    |
| Carousel album      | 34.095     |
| Reel                | 28.549     |
| Photo post          | 16.164     |

Impresiones de publicaciones





**EL FUTURO**   
DE UPES ES EL REFLEJO  
de nuestro compromiso diario



**DIRECCIÓN  
DE COMUNICACIONES  
& MERCADEO**