



SABGOB
SECRETARÍA
ANTICORRUPCIÓN
Y BUEN GOBIERNO

Asistencia al Congreso Internacional de Marketing Educativo

Datos Generales

Instancia Gubernamental

Universidad Autónoma de Quintana Roo

Tipo de servidor publico

Titular

Tipo de responsable del gasto

Comisión sin gasto para el sujeto obligado

Ejercicio

2025

Periodo que se reporta

noviembre

Tipo de viaje

Nacional

Número de personas acompañantes

0

Importe ejercido por el total de acompañantes

0.00

Datos de la comisión

País de origen

México

Estado de origen

Quintana Roo

Ciudad de origen

Chetumal

Municipio de origen

Othón P. Blanco

País de destino

México

Estado de destino

Estado de México

Ciudad de destino

Estado de México

Motivo del encargo o comisión

Asistencia al Congreso Internacional de Marketing Educativo

Fecha de salida

11/05/2025 - 09:23

Fecha de regreso

11/09/2025 - 09:23

Datos de la partida

Importe ejercido por partida de pasaje terrestre

700.00

Importe ejercido por partida de pasaje aéreo

5656.00

Gasto total en pasaje (aéreo + terrestre)

6356.00

Hospedaje

6692.00

Viáticos ministrados

9500.00

Viáticos comprobados

5335.98

Viáticos no comprobables

4164.02

Importe ejercido por partida de viáticos

3835.98

Viáticos en el país

En caso de que se haya seleccionado la partida 3751 VIÁTICOS EN EL PAÍS, proporcione los siguientes datos:

Alimentación

3180.97

Recurso económico

Federal

Importe total erogado con motivo del encargo o comisión

5380.97

Importe total no erogado

4119.03

Reportes

Actividades realizadas

El miércoles 5 de noviembre viajé por la tarde a la CDMX. para asistir al congreso Internacional de Marketing Educativo que se llevó a cabo en la Universidad Anáhuac Norte en el Centro Cultural Mexiquense los días 6,7 y 8 de noviembre del presente año, regresando a la Ciudad de Chetumal el domingo 9 ya que el congreso finalizó el sábado 8 a las 7 pm.

Resultados obtenidos

Capacitarme y actualizarme en todas las estrategias de marketing educativo, Rutas de conversión inteligentes: Cómo la IA está redefiniendo el marketing educativo, del touchpoint al trustpoint: Cada interacción es una oportunidad para generar confianza o perderla, Escuchar, actuar, transformar: El poder del Customer Experience en la educación, Inscripciones con contenido... viral, Transformando la educación a través de la inclusión, Tu institución no necesita más likes, necesita tu estrategia, De la Neurodidáctica al Neuromarketing: Un viaje hacia la reconexión sentipensante, Los 4 ingredientes que nadie te dijo para triunfar en redes sociales, entre otros.

Contribuciones

El mantenerme actualizada y capacitada en Mercadotecnia educativa me permite trabajar en la mejora continua e implementar estrategias que nos permiten incrementar la matrícula y posicionar la marca.

Conclusiones

La capacitación y actualización en las herramientas y estrategias de marketing, nos permite innovar en la promoción de la oferta educativa, mantenernos a la vanguardia y ser competitivos para posicionar a nuestra institución

Datos de la información

Periodo de actualización

octubre - diciembre

Fecha de validación de la información

2025-11-13

Área(s) o unidad(es) administrativas que genera(n) o posee(n) la información

Dirección General de Administración y Finanzas

Importe total de la comisión

9500.00

Nombre completo

Faride Karin Aguilar Cheluja

Cargo

Directora General de Imagen Institucional y Comunicación

COMISIONADO
(Nombre y firma)

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR LA VERDAD QUE LOS DATOS ASENTADOS EN ESTE INFORME SON VERDADEROS, ASÍ COMO LA DOCUMENTACIÓN ANEXA QUE REÚNE LOS REQUISITOS FISCALES EFECTIVAMENTE EXPEDIDA POR LOS PRESTADORES DE SERVICIO Y QUE ESTOS CORRESPONDEN A LOS CONCEPTOS DE GASTOS AUTORIZADOS EN LOS LINEAMIENTOS PARA REGULAR EL OTORGAMIENTO DE VIÁTICOS Y PASAJES EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA CENTRAL Y PARAESTATAL DEL ESTADO DE QUINTANA ROO.