

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE  
COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y  
DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**



Universidad Tecnológica de  
Xicotepec de Juárez

**"TECNOLOGÍA Y CALIDAD, BASE DEL DESARROLLO"**

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**

**ÍNDICE**

<b>CONSIDERANDO</b> .....	3
<b>TÍTULO PRIMERO. DE LAS DISPOSICIONES GENERALES</b> .....	4
<b>CAPÍTULO ÚNICO. DISPOSICIONES GENERALES</b> .....	4
<b>TÍTULO SEGUNDO. DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN</b> .....	6
<b>CAPÍTULO I. DE LAS CAMPAÑAS</b> .....	6
<b>CAPÍTULO II. DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b> .....	7
<b>CAPÍTULO III. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN</b> .....	7
<b>TÍTULO TERCERO. DE LOS RESPONSABLES</b> .....	8
<b>CAPÍTULO ÚNICO. RESPONSABLES</b> .....	8
<b>TÍTULO CUARTO. DE LAS PROHIBICIONES Y MEDIDAS DISCIPLINARIAS</b> .....	9
<b>CAPÍTULO I. PROHIBICIONES</b> .....	9
<b>CAPÍTULO II. MEDIDAS DISCIPLINARIAS</b> .....	10
<b>TRANSITORIOS</b> .....	11

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**

**CONSIDERANDO**

Que, en las fracciones I y V del artículo 3 del Decreto que crea a la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez, publicado en el Periódico Oficial del Estado el 07 de agosto de 2002, así como sus reformas publicadas el 28 de agosto de 2009 y 11 de agosto de 2016 en el Periódico Oficial del Estado, la Universidad es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Puebla, que tiene como objetivo ofrecer educación superior tecnológica, que forme técnicos superiores universitarios con un sentido innovador que, incorporados a los avances científicos y tecnológicos, estén aptos para aplicar sus conocimientos a la solución creativa de los problemas que se presentan en su región; contribuir a ampliar la cobertura de servicios educativos de tipo superior, en el área de la ciencia y la tecnología.

Que, el 27 de junio de 2018 en el Periódico Oficial del Estado, se publica el Reglamento Interior de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez, que establece la facultad del Consejo Directivo para expedir los reglamentos que se requieran para el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Que, con fecha quince de octubre del año dos mil tres, en la Segunda Sesión Ordinaria del Consejo Directivo, se aprobó por unanimidad de votos el Reglamento de las Campañas de Difusión y Captación de Alumnos de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez.

Que, se abroga el Reglamento de las Campañas de Difusión y Captación de Alumnos de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez, en virtud de que para la consecución de los objetivos de esta Institución, es menester actualizar y reestructurar la citada normatividad, para regular las actividades que tengan como objetivo promover y difundir los servicios y apoyos que ofrece la Universidad en el ámbito educativo; que regule de manera eficaz las funciones que competen a la Dirección de Extensión y Vinculación y al Departamento de Prensa, Difusión y Actividades Culturales; así como adaptarlo al Lenguaje Incluyente No Sexista y Accesible, que estipula la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y no Discriminación NMX-R-025-SCFI-2015.

Que, por las razones expuestas, el Honorable Consejo Directivo de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez, tiene a bien expedir el siguiente:

REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ

REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y  
DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ

**TÍTULO PRIMERO  
DE LAS DISPOSICIONES GENERALES**

**CAPÍTULO ÚNICO  
DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 1.-** El presente ordenamiento reglamenta y estipula las facultades, organización y funcionamiento del Departamento de Prensa, Difusión y Actividades Culturales de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez, en materia de comunicación social, promoción y difusión, en el marco de la normatividad vigente aplicable a esta Entidad Paraestatal.

**Artículo 2.-** El presente Reglamento tiene por objeto establecer los lineamientos que deberán seguirse, para coadyuvar en la captación de la comunidad estudiantil presente y futura, así como fortalecer la comunicación e interrelación entre las diferentes unidades administrativas que conforman a la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez.

**Artículo 3.-** Para efectos del presente Reglamento se entenderán por:

- I. **Universidad:** A la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez;
- II. **Consejo Directivo:** Al Órgano de Gobierno y máxima autoridad de la “UNIVERSIDAD”;
- III. **Rector:** Al Director General de la “UNIVERSIDAD”;
- IV. **Unidades Administrativas:** Secretaría Académica, Direcciones, Subdirecciones, Jefaturas de Departamento y Coordinaciones, que integran a la “UNIVERSIDAD”;
- V. **Dirección:** A la Dirección de Extensión y Vinculación de la “UNIVERSIDAD”;
- VI. **Jefatura:** Al Departamento de Prensa, Difusión y Actividades Culturales la “UNIVERSIDAD”;
- VII. **Las IEMS:** Instituciones de Educación Media Superior que se encuentran dentro de la zona de influencia de la “UNIVERSIDAD”;
- VIII. **Aspirantes:** Son los estudiantes que están por concluir o han concluido sus estudios de nivel medio superior o que pueden continuar sus estudios superiores en la “UNIVERSIDAD”;
- IX. **Estudiante:** Toda persona que habiendo cubierto los requisitos de admisión se encuentre inscrito en cualquiera de los programas educativos vigentes en la “UNIVERSIDAD”;

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**

- X. **Campaña:** Planeación, producción y difusión de un conjunto de mensajes derivados de la estrategia anual de comunicación social y/o de promoción y publicidad dirigida a una población objetivo a través de medios de comunicación, con una vigencia determinada;
- XI. **Campaña de Comunicación Social:** Aquéllas que difunden el quehacer de la “UNIVERSIDAD”, acciones o logros que estimulan a la ciudadanía para acceder a los beneficios o servicios educativos que brinda esta Institución de Educación Superior;
- XII. **Campaña de Promoción y Difusión:** Aquéllas que dan a conocer o motivan la imagen de la “UNIVERSIDAD”, así como los servicios que esta ofrece a la población en general;
- XIII. **Medios complementarios:** Son métodos de difusión alternativos a los electrónicos, impresos, digitales y públicos que impactan a segmentos específicos de la población, tales como mobiliario urbano, publicidad exterior, espectaculares, u otros similares;
- XIV. **Medios digitales:** Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria;
- XV. **Medios auditivos y visuales:** Tales como la Radio y Televisión, que difunden los mensajes a través de impulsos radioeléctricos;
- XVI. **Medios impresos:** Tipo de publicación escrita o ilustrada masiva que contiene texto o imágenes fijas y que está impresa bajo el mismo nombre, con una periodicidad de edición determinada y una numeración secuenciada;
- XVII. **Medios públicos:** Estaciones oficiales de radio y canales de televisión que forman parte de la Administración Pública Federal o Estatal;
- XVIII. **Población objetivo:** Conjunto específico de individuos con características psicográficas (gustos, hábitos, costumbres, idiosincrasia o comportamiento de las personas) y sociodemográficas (edad, sexo, lugar de residencia y nivel socioeconómico) a quienes están dirigidas las campañas;
- XIX. **Programa.** - Aquel que contiene las estrategias anuales de comunicación social, promoción y difusión para alcanzar los objetivos y metas establecidas en la Campaña. Los medios deben seleccionarse de acuerdo a los objetivos de alcance geográfico, frecuencia, capacidad, establecidos bajo los criterios de equidad y transparencia;
- XX. **Signos Distintivos.** - El nombre de la “UNIVERSIDAD” o sus abreviaciones, así como el logotipo u otra representación gráfica del mismo, constituyen signos distintivos que son propiedad exclusiva o sus subsidiarias; y
- XXI. **Zona de Influencia:** Delimitación geográfica establecida donde la “UNIVERSIDAD” impacta o trata de impactar con sus servicios.

**TÍTULO SEGUNDO**  
**DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL,**  
**PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**

**CAPÍTULO I**  
**DE LAS CAMPAÑAS**

**Artículo 4.-** En los eventos o campañas organizadas por la “UNIVERSIDAD” con el objetivo de promocionar o difundir la imagen institucional, donde participen estudiantes o personal adscrito a la “UNIVERSIDAD”, estos tienen la obligación de sujetarse a las disposiciones previstas en el presente Reglamento y observar lo siguiente:

- I. Participar dentro de un estricto marco de ética, moralidad y buenas costumbres, evitando dar imágenes de vulgaridad, falta de higiene y limpieza, violencia y agresividad en contra de sus compañeros o público en general; y
- II. Colaborar con la mayor calidad posible y utilizando los mejores recursos disponibles.

**Artículo 5.-** La planeación, coordinación y ejecución de las campañas o eventos es responsabilidad de la Dirección a través de la Jefatura, con base en el programa que para tal efecto elabore.

**Artículo 6.-** Para la realización de las campañas, la Jefatura se apoyará en el uso de los medios digitales, electrónicos, impresos, masivos, públicos, herramientas de hipersegmentación e inclusión de medios complementarios, es decir, en todo aquel instrumento de comunicación auditiva, visual, impresa o el resultado de la combinación de las anteriores, que se utilice para la transmisión de los mensajes.

**Artículo 7.-** Las campañas se llevarán a cabo permanentemente durante el ciclo escolar, atendiendo los siguientes periodos:

- I. La captación de estudiantes, durante el periodo comprendido entre enero y agosto de cada año; y
- II. La difusión y promoción, durante el periodo comprendido entre agosto y diciembre de cada año.

Estos periodos pueden ser modificados de acuerdo a la conveniencia de la “UNIVERSIDAD”.

**Artículo 8.-** La zona de influencia que corresponde a la “UNIVERSIDAD” es: Francisco Z. Mena, Huauchinango; Jalpan; Jopala; Juan Galindo; Naupan; Pantepec; Tlacuilotepec; Tlaola; Venustiano Carranza; Xicotepec y Zihuateutla.

REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ

**Artículo 9.-** Las campañas, se podrán catalogar de la siguiente forma:

- I. Campaña de Comunicación Social; y
- II. Campaña de Promoción y Difusión.

La Jefatura deberá verificar que exista suficiencia presupuestal para realizar las campañas, mismas que se podrán efectuar a través de los medios masivos de comunicación, que comprenden medios electrónicos, impresos, complementarios, digitales y públicos.

**Artículo 10.-** En ningún caso estas campañas incluirán nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

## CAPÍTULO II DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Artículo 11.-** Tiene como finalidad difundir el quehacer de la “UNIVERSIDAD”, para ello, la Jefatura solicitará la cooperación y apoyo de las unidades administrativas, las cuales están obligadas a colaborar otorgando la información que les compete de acuerdo a las atribuciones que les confiere la normatividad vigente.

**Artículo 12.-** Esta campaña fortalecerá la imagen institucional, mediante la difusión del quehacer y los logros institucionales, tales como: Información anual de actividades, inauguración de infraestructura, entrega de premios y reconocimientos, graduaciones, congresos, encuentros y diversos eventos de temas educativos, de salud, científicos, tecnológicos, culturales, deportivos y de vinculación, así como de apoyo a instituciones de asistencia social.

**Artículo 13.-** La Dirección debe cuidar y supervisar el adecuado uso de la imagen institucional, los recursos de difusión, información y comunicación con que cuenta la “UNIVERSIDAD”, y que es emitida y difundida hacia el exterior de la misma, así como observar los lineamientos que emitan en materia de comunicación social, las instancias competentes.

## CAPÍTULO III DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

**Artículo 14.-** Tiene como objetivo fortalecer el modelo educativo y su posicionamiento en el sector productivo y social; captar el mayor número de aspirantes y ofertar los productos y servicios que ofrece la “UNIVERSIDAD”.

**Artículo 15.-** Esta campaña se efectuará mediante:

- I. Visitas guiadas de aspirantes a la “UNIVERSIDAD”;

REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ

- II. Visita de personal de la **"UNIVERSIDAD"** a **"LAS IEMS"**;
- III. Logros del modelo educativo;
- IV. Realización de ferias profesiográficas;
- V. Divulgación de proyectos académicos y actividades de vinculación;
- VI. Difusión de valores culturales;
- VII. Promoción de programas culturales y de movilidad;
- VIII. Impulso de la formación integral; y
- IX. Las demás que establezca la Jefatura en el programa respectivo.

**TÍTULO TERCERO  
DE LOS RESPONSABLES**

**CAPÍTULO ÚNICO  
RESPONSABLES**

**Artículo 16.-** La Dirección, además de las funciones inherentes a su cargo, previstas en la normatividad que rige a la **"UNIVERSIDAD"**, realizará lo siguiente:

- I. Observar la normatividad aplicable al Subsistema de Universidades Tecnológicas y Politécnicas en materia de comunicación social, promoción y difusión;
- II. Establecer las estrategias de imagen y posicionamiento institucionales, para el cumplimiento de los objetivos de la **"UNIVERSIDAD"**;
- III. Definir la participación de las unidades administrativas en la realización de campañas y eventos;
- IV. Validar el programa de actividades y la información que deberá difundirse;
- V. Determinar el uso de los medios de comunicación pertinentes para cada actividad a desempeñar;
- VI. Instituir la cobertura que deberá otorgarse;
- VII. Vigilar que se respete la imagen institucional en todas las formas de comunicación que realicen las unidades administrativas que integran a la **"UNIVERSIDAD"**;
- VIII. Supervisar que todos los elementos que integran las actividades de difusión atiendan las políticas de comunicación establecidas por las instancias pertinentes; y
- IX. Las demás que establezca en el programa respectivo.

**Artículo 17.-** La Jefatura, además de las funciones inherentes a su cargo, previstas en la normatividad que rige a la **"UNIVERSIDAD"**, realizará lo siguiente:

- I. Observar la normatividad aplicable al Subsistema de Universidades Tecnológicas y Politécnicas en materia de comunicación social, promoción y difusión;

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**

- II. Actualizar el Manual de Identidad Institucional, para establecer los lineamientos que fundamenten los materiales impresos, electrónicos y tridimensionales que utilizará la **“UNIVERSIDAD”**;
- III. Manejar la tipografía propuesta por la Coordinación General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas, para unificar el nombre de las carreras que oferta la **“UNIVERSIDAD”**;
- IV. Elaborar el programa de actividades;
- V. El diseño de las imágenes o voces a utilizar;
- VI. Producir y emitir la información que se dé a conocer de forma interna y externa;
- VII. Organizar en colaboración con las unidades administrativas de la **“UNIVERSIDAD”** las campañas y eventos;
- VIII. Realizar las gestiones administrativas para la obtención de espacios físicos y de comunicación, disponibles para efectuar y difundir los eventos y campañas de la **“UNIVERSIDAD”**;
- IX. Diligenciar los trámites administrativos para la obtención de recursos humanos, financieros y materiales con los que cuente la **“UNIVERSIDAD”**;
- X. Convocar a los medios de comunicación para la difusión de campañas y eventos;
- XI. Invitar a la Comunidad Universitaria a participar; y
- XII. Las demás que establezca en el programa respectivo.

**Artículo 18.-** La Dirección a través de la Jefatura, es la única instancia facultada para establecer contacto con los medios de comunicación masivos: prensa, radio, televisión e Internet, además de aquellas que cuenten con la autorización de la Rectoría. Así como mantener una relación de cordialidad y respeto con los medios de comunicación masivos.

**Artículo 19.-** Los titulares y personal adscrito a las unidades administrativas de la **“UNIVERSIDAD”** tienen la obligación de proveer permanentemente a la Jefatura de información que sustente la labor de difusión, así como coadyuvar en el proceso de captación de estudiantes (nuevo ingreso y reingreso) e incentivarlos a continuar sus estudios superiores en esta institución educativa.

**TÍTULO CUARTO  
DE LAS PROHIBICIONES Y MEDIDAS DISCIPLINARIAS**

**CAPÍTULO I  
PROHIBICIONES**

**Artículo 20.-** Queda estrictamente prohibido:

- I. Hacer otras composiciones del logotipo, así como variar o distorsionar el escudo y la tipografía empleada en su elaboración;

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**

- II. Difundir o publicar cualquier otra forma de comunicación electrónica, escrita o verbal en nombre de la “**UNIVERSIDAD**”, sin la autorización y supervisión de la Dirección;
- III. Utilizar los espacios arrendados o propiedad de la “**UNIVERSIDAD**”, para fines distintos a los previstos por esta Institución o sin el permiso y supervisión de la Jefatura;
- IV. El mal uso, deterioro, desvío, abandono, daño, perjuicio, pérdida, venta, concesión, arrendamiento de los recursos materiales y de comunicación involucrados en los procesos de promoción, difusión y captación de estudiantes, por parte de los encargados de dichos procesos, así como de personas externas que pudieran ocuparlos en un momento determinado para similares o diferentes fines; y
- V. El plagio, utilización y apropiación de información digital, electrónica, gráfica o escrita emitida y difundida por la “**UNIVERSIDAD**” o cualquiera de sus miembros.

**Artículo 21.-** En caso de existir duda respecto a la facultad o posibilidad legal para utilizar los signos distintivos de la “**UNIVERSIDAD**” o alguna duda en relación con la forma y manera de utilizarlos, se deberán abstener de su uso y comunicarlo a la Dirección.

**Artículo 22.-** La imagen de la “**UNIVERSIDAD**” sólo se podrá utilizar en sellos oficiales, hoja membretada, memorándum, playeras, carteles, portadas, etcétera, y apegándose a los colores oficiales autorizados.

**Artículo 23.-** La “**UNIVERSIDAD**” se reserva el derecho de determinar y cambiar la disposición, forma, tamaño, modos, circunstancias, especificaciones técnicas y características tipográficas, bajo las cuales los signos distintivos de esta, deban ser utilizados.

**Artículo 24.-** Se prohíbe por completo el uso de los signos distintivos de la “**UNIVERSIDAD**”, salvo que:

- I. Sean utilizados en una comunicación oficial y en el ejercicio de las funciones de una autoridad universitaria, conforme a las disposiciones contenidas en la normatividad universitaria aplicable; y
- II. Sean utilizados para fines comerciales o por particulares, y se cuente previamente con la autorización correspondiente por escrito.

**CAPÍTULO II  
MEDIDAS DISCIPLINARIAS**

**Artículo 25.-** Se considera falta o infracción a toda aquella actividad que estando prohibida en el presente Reglamento se lleve a cabo, sin el consentimiento escrito y fundado de Rectoría.

**REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**

**Artículo 26.-** Las medidas disciplinarias por faltas al presente Reglamento serán impuestas por la Comisión de Honor y Justicia de la “UNIVERSIDAD”.

**Artículo 27.-** La “UNIVERSIDAD” se reserva el derecho de ejercer acción legal contra toda persona, ya sea física o moral, u organismo público que utilice los signos distintivos de ésta, sin la autorización correspondiente o más allá de sus atribuciones oficiales.

**Artículo 28.-** La usurpación, apropiamiento o utilización de los signos distintivos de la “UNIVERSIDAD” sin la autorización correspondiente o más allá de las atribuciones oficiales, puede conllevar sanciones administrativas, civiles e incluso penales.

**Artículo 29.-** La utilización indebida de espacios arrendados o propiedad de la “UNIVERSIDAD”, se considerará invasión y daño en propiedad ajena, resultando en sanciones administrativas, civiles e incluso penales.

**TRANSITORIOS**

**PRIMERO.** - El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo Directivo de la “UNIVERSIDAD”.

**SEGUNDO.** - Los casos no previstos en el presente Reglamento, será resuelto por las instancias correspondientes.

**TERCERO.** - Se abroga el Reglamento de las Campañas de Difusión y Captación de alumnos de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez el cual fue aprobado por el H. Consejo Directivo el 15 de octubre de dos mil tres.

**CUARTO.** - El presente Reglamento es aprobado en la II Sesión Ordinaria del Consejo Directivo, a los diez días del mes de junio de dos mil diecinueve.

ACUERDO No. UTXJ-SO-II-07/10-06-2019

**ACTA DE AUTORIZACIÓN Y EXPEDICIÓN**

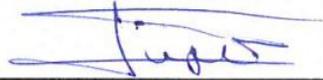
Con fundamento en los artículos 15 de la Ley de Entidades Paraestatales del Estado de Puebla, 10 fracciones III y XIX del Decreto de Creación de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez y sus respectivas reformas, **POR UNANIMIDAD DE VOTOS**, los abajo firmantes que integran el Consejo Directivo de la Universidad Tecnológica de Xicotepec de Juárez, **AUTORIZAN Y EXPIDEN**, el día diez de junio de dos mil diecinueve, el **REGLAMENTO DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE XICOTEPEC DE JUÁREZ**.

**CONSEJO DIRECTIVO**

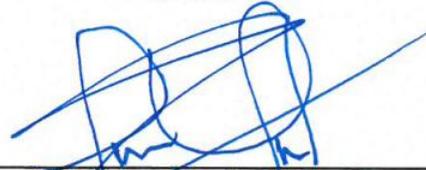
**MTRA. AMÉRICA ROSAS TAPIA**  
Presidente Ejecutiva Suplente



**ACT. SONIA TAPIA GARCÍA**  
Vocal.- Suplente del Coordinador General  
de Universidades Tecnológicas y  
Politécnicas



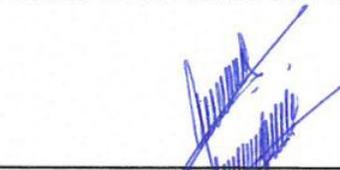
**ACT. SONIA TAPIA GARCÍA**  
Vocal.- Suplente del Coordinador  
Académico y de Desarrollo de la  
CGUTyP



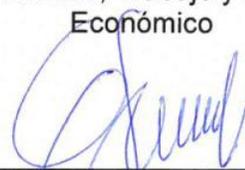
**EDUARDO YAÑEZ TAPIA**  
Vocal. - Representante de la Delegación  
Federal de la Secretaría de Educación  
Pública en el Estado de Puebla



**ABOG. MARÍA CRISTINA VALDEPEÑA  
LÓPEZ**  
Vocal.- Suplente del Secretario de  
Competitividad, Trabajo y Desarrollo  
Económico



**LIC. JERSON JAIR EUFRACIO  
RODRÍGUEZ**  
Vocal. - Suplente del Secretario de  
Finanzas y Administración del Gobierno  
del Estado



**LIC. LAURA GUADALUPE VARGAS  
VARGAS**  
Vocal. - Presidente Municipal de  
Xicotepec, Puebla



**PUEBLA**



**ARQ. POMPEYO SANTAMARÍA  
GARCÍA**  
Vocal. - Representante del Sector Social

**C.P. GERARDO VARGAS ORTIZ**  
Rector

**LIC. LUIS ALVAREZ CUATETA**  
Representante del Titular del Órgano  
Interno de Control y Comisario Público en  
la Universidad Tecnológica de Xicotepec  
de Juárez

**C.P. GEMA FRANCISCA MELO  
HERNÁNDEZ**  
Secretaria de Acuerdos