



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias de la Comunicación,
Turismo y Psicología



**OBJETIVOS DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias de la Comunicación,
Turismo y Psicología

ODS 1: ODS: FIN A LA POBREZA

**Informe sobre actividades realizadas en el año
2025 para contribuir con la Agenda 2030**

Diciembre de 2025

1. Introducción

El Objetivo de Desarrollo Sostenible 1 (ODS1) tiene como meta erradicar la pobreza en todas sus formas para 2030. Este objetivo incluye garantizar que todas las personas, especialmente las más vulnerables, tengan acceso a los recursos necesarios para vivir dignamente, como educación, servicios de salud, empleo decente y protección social. La Universidad de San Martín de Porres (USMP), a través de sus distintas facultades, implementa una serie de programas y actividades orientadas a contribuir a la reducción de la pobreza. Estos esfuerzos incluyen la promoción de voluntariado, la implementación de programas de responsabilidad social, y la creación de oportunidades de empleo y capacitación para comunidades vulnerables. A continuación, se presenta un análisis detallado de cómo las iniciativas desarrolladas en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología (FCCTP) están alineadas con el ODS1, con un enfoque en actividades que generan un impacto positivo en la lucha contra la pobreza.

ODS 1: FIN A LA POBREZA

2. Descripción de actividades realizadas

2.1. Estudiantes que reciben ayuda económica

Los beneficios económicos aplicados a los estudiantes de FCCTP, brindan un apoyo inmediato y directo en cada semestre académico, renovables bajo las condiciones particulares que motivaron su aplicación, este apoyo es fundamental; en muchos casos indispensable para que puedan concluir sus estudios, representan un compromiso hacia la sociedad, y una mayor identificación del alumno hacia su alma mater que lo acompañará el resto de su vida, de igual manera benefician su entorno familiar del estudiante y abren la oportunidad para un mejor futuro.

En el siguiente cuadro se puede observar el número de alumnos beneficiados según el porcentaje de descuento (10%, 20%, 25%, 40%, 50%, 100%), de acuerdo a la normatividad vigente, que se otorgaron en el semestre 2025-1 y 2025-2:

BENEFICIOS EN FCCTP SEGÚN PORCENTAJE DE DESCUENTO – SEMESTRE 2025-1

Escuela	10%	20%	25%	40%	50%	100%	Número de alumnos
Ciencias de la Comunicación	39	1	174	17	5	24	260
Turismo y Hotelería	9	0	43	2	1	6	61
Psicología	48	0	212	32	5	25	322
Total general	96	1	429	51	11	55	643

Fuente: Base de datos OBU-FCCTP

BENEFICIOS EN FCCTP SEGÚN PORCENTAJE DE DESCUENTO – SEMESTRE 2025-2

Escuela	10%	25%	40%	50%	100%	Número de alumnos
Ciencias de la Comunicación	43	162	20	8	19	252
Turismo y Hotelería	7	48	3	2	8	68
Psicología	56	199	39	3	24	321
Total general	106	409	62	13	51	641

Fuente: Base de datos OBU-FCCTP

2.2. Programas universitarios de lucha contra la pobreza

La universidad ha implementado varios programas para apoyar a los estudiantes de bajos ingresos y asegurar su éxito académico. Estos programas incluyen:

- **Beneficios por motivo de situación económica:** Beneficio otorgado a estudiantes que atraviesan situaciones económicas difíciles. En 2025, se otorgaron beneficios a 3 estudiantes en el semestre 2025-1 y a 5 estudiantes en el semestre 2025-2.
- **Beneficios por motivo de rendimiento académico:** Beneficio otorgado a estudiantes que ocuparon los primeros puestos de su promoción. En 2025, se otorgaron beneficios a 3 estudiantes en el semestre 2025-1 y a 3 estudiantes en el semestre 2025-2.
- **Beneficios por motivo de deportistas destacados:** Beneficio otorgado a estudiantes

que representan a la universidad en disciplinas deportivas. En 2025, se otorgaron beneficios a 12 estudiantes en el semestre 2025-1 y a 13 estudiantes en el semestre 2025-2.

BENEFICIOS EN FCCTP SEGÚN POR MOTIVOS – 2025-1

MOTIVO SEGÚN REGLAMENTO	10%	20%	25%	40%	50%	100%	Total, general
CONVENIO PACTO COLECTIVO						8	8
CONVENIO PNP		1		51		1	53
CONVENIO SACO OLIVEROS	3						3
DEPORTISTA CALIFICADO FEDUP					1	10	11
DEPORTISTA CALIFICADO IPD						1	1
FF. AA Y POLICIALES	1					1	2
HIJO DE GRADUADO	92						92
NRO 23585 - ORFANDAD					6	29	35
PRIMER PUESTO						3	3
SEGUNDO PUESTO					3		3
SITUACIÓN ECONÓMICA					1	2	3
TERCER PUESTO			3				3
TERCIO SUPERIOR			426				426
Total general	96	1	429	51	11	55	643

Fuente: Base de datos OBU-FCCTP

BENEFICIOS EN FCCTP SEGÚN POR MOTIVOS – 2025-2

MOTIVO SEGÚN REGLAMENTO	10%	25%	40%	50%	100%	Total, general
CONVENIO PACTO COLECTIVO					9	9
CONVENIO PNP			66		1	67
CONVENIO SACO OLIVEROS	4					4
DEPORTISTA CALIFICADO FEDUP		1			11	12
DEPORTISTA CALIFICADO IPD					1	1
CONVENIO MINDEF	3					3
HIJO DE GRADUADO	103					103
NRO 23585 - ORFANDAD				7	25	32
PRIMER PUESTO					3	3
SEGUNDO PUESTO				3		3
SITUACIÓN ECONÓMICA				3	2	5
TERCER PUESTO		3				3
TERCIO SUPERIOR		419				419
Total general	110	423	66	13	52	664

Fuente: Base de datos OBU-FCCTP

2.3. Recategorizaciones

De acuerdo a la política de escalas de pago de la Universidad de San Martín de Porres, las escalas de pago son asignadas desde su ingreso, considerando el colegio de procedencia y modalidad de ingreso, así mismo se cuenta con un Sistema de Validación de Escalas de Pensiones, que permite conocer la escala de pago de forma anticipada.

Las evaluaciones socio económicas para procesos de Recategorización se dan de acuerdo a la normatividad vigente por situaciones excepcionales de salud y desempleo, en la que el alumno no puede abonar el total de las pensiones de estudio.

Escala asignada	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN		PSICOLOGIA		TURISMO Y HOTELERÍA	
	2025-1	2025-2	2025-1	2025-2	2025-1	2025-2
13			1	1		
14	1	2	3	2	1	1
15	8	6	2	2	4	1
16	26	19	21	15	7	4
17	116	92	88	74	41	29
18	179	180	215	203	41	36
19	748	720	897	883	173	161
20	256	249	357	366	103	96
21	51	47	70	69	6	3
22	58	53	72	55	3	3
Total general	1443	1368	1726	1670	379	334

Fuente: Base de datos OBU-FCCTP

2.4. Asistencia a la comunidad local a través de talleres de formación

- **Talleres y asesorías de voluntariado con alumnos de Ciencias de la Comunicación**

Nombre del proyecto	Tipo de alianza	Institución aliada	Objetivo de la alianza	Modalidad de colaboración
Conexión saludable	Institución educativa	Annie's School	Capacitar a estudiantes de secundaria, para elaborar un programa de televisión.	Talleres presenciales, voluntariado.
Tutoriales nutritivos	Institución pública	Ollas comunes	Elaborar materiales de comunicación para sensibilizar sobre la importancia de la nutrición a mujeres líderes y sus familias.	Talleres presenciales, voluntariado.
EcoAula	Institución educativa	Colegio Saco Oliveros	Fortalecer las competencias comunicacionales y audiovisuales de escolares para la producción de un programa de televisión.	Asesorías personalizadas, voluntariado.
Reduce, Reúsa y Resuena	-	-	Desarrollar las competencias comunicacionales y técnicas mediante la producción de un podcast eco ambiental.	Talleres presenciales, voluntariado.

Nombre del proyecto	Fechas de ejecución	Lugar de ejecución	Población beneficiada	Número de voluntarios	Resultados
Conexión saludable	Abril – mayo 2025	Set de TV 01 – FCCTP	20 escolares de secundaria	12 estudiantes 1 docente	152 horas de voluntariado dedicadas a capacitar en la planificación, producción y presentación de un programa de televisión educativo, fortaleciendo sus competencias de comunicación, creatividad, trabajo en equipo y ciudadanía.
Tutoriales nutritivos	Abril – junio 2025	Cajamarquilla	10 ollas comunes	04 estudiantes 1 docente	34 horas de voluntariado para fortalecer conocimientos sobre alimentación saludable mediante videos cortos difundidos por WhatsApp.
EcoAula	Agosto – diciembre 2025	Set de TV 01 – FCCTP	10 escolares de secundaria	13 estudiantes 1 docente	185 horas de voluntariado dedicadas a fortalecer en competencias comunicacionales y audiovisuales, capaces de producir y presentar un programa de televisión de manera creativa y colaborativa.
Reduce, Reúsa y Resuena	Agosto – diciembre 2025	Set de TV 01 – FCCTP	-	7 estudiantes 1 docente	125 horas de voluntariado dedicadas a brindar competencias comunicacionales y técnicas mediante la creación y producción de un podcast sobre temas ambientales, promoviendo la conciencia y el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Reduce, Reúsa y Resuena



EcoAula



Tutoriales Nutritivos



Conexión Saludable



• **Talleres y asesorías de voluntariado con alumnos de Psicología**

Nombre del proyecto	Tipo de alianza	Institución aliada	Objetivo de la alianza	Modalidad de colaboración
Corazones Dorados	Institución educativa	IE José María Arguedas	Fortalecer las habilidades socioemocionales de los escolares.	Talleres virtuales, voluntariado.
Futuros Brillantes	Institución educativa	Colegio Santo Domingo de Laraos	Brindar herramientas de orientación vocacional y acompañamiento emocional a adolescentes.	Asesorías personalizadas, voluntariado.
Avanzando Juntos	ONG	Casa Ronald McDonald	Fortalecer las capacidades emprendedoras y financieras de las familias, promoviendo la mejora económica, emprendimientos sostenibles y educación financiera infantil.	Asesorías personalizadas, voluntariado.

Nombre del proyecto	Fechas de ejecución	Lugar de ejecución	Población beneficiada	Número de voluntarios	Resultados
Corazones Dorados	Abril – mayo 2025	IE José María Arguedas - San Juan de Miraflores	100 escolares de secundaria	17 estudiantes 1 docente	154 horas de voluntariado dedicadas a promover su desarrollo personal, mejorar su integración social y contribuir a la reducción de desigualdades.
Futuros Brillantes	Agosto – diciembre 2025	Colegio Santo Domingo de Laraos	28 escolares de secundaria	18 estudiantes 1 docente	255 horas de voluntariado dedicadas a fortalecer en los adolescentes sus capacidades para identificar sus intereses, habilidades, emociones y expectativas de futuro, brindándoles herramientas que les permitan tomar decisiones informadas sobre su proyecto de vida y orientación vocacional.
Avanzando Juntos	Agosto – diciembre 2025	Casa Ronald McDonald	15 familias y niños	9 estudiantes 1 docente	136 horas de voluntariado dedicadas a fortalecer capacidades emprendedoras y financieras, con herramientas prácticas para mejorar su economía y desarrollar emprendimientos sostenibles, mientras los niños adquieren conocimientos financieros básicos mediante actividades lúdicas.

Corazones Dorados



Futuros Brillantes



Avanzando Juntos



2.5. Asistencia social a la comunidad con campañas publicitarias

Campaña publicitaria para la **casa hogar Ciudad de los Niños de la Inmaculada** con el principal objetivo es sensibilizar a la población sobre las condiciones de vulnerabilidad económica y social de los niños y adolescentes de la casa hogar, fomentando la solidaridad y la participación comunitaria.

Ciudad de los Niños de la Inmaculada, es una casa hogar perteneciente a la Iglesia Católica, que acoge a varones menores con padres de bajos recursos los cuales no pueden solventar las necesidades básicas de sus hijos. Su objetivo es ayudar a estos niños y brindarles una mejor calidad de vida, cubriendo sus necesidades básicas como alimentación, educación, servicios básicos de salud, atención psicológica, recreación y acompañamiento espiritual.

TEMA QUE SE DESPRENDE

Desconfianza ciudadana en las instituciones sociales.

PÚBLICO OBJETIVO

A personas naturales (25 a 30 años, NSE B) interesados en causas sociales, voluntariado y experiencias que generen impacto real.

PUNTO DE DOLOR DEL PÚBLICO OBJETIVO

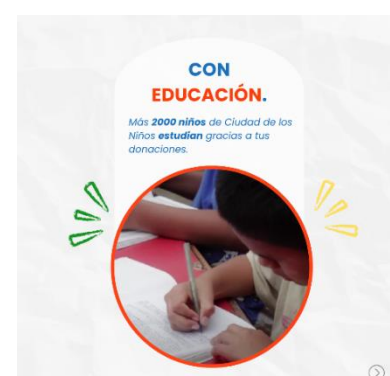
Quieren ayudar, pero no encuentran instituciones sociales que les inspiren confianza y transparencia. Temen que su tiempo o aporte no genere un cambio verdadero.

MARCA QUE PODRÍA SOLUCIONAR

La Asociación Ciudad de los Niños.

MANERA DE SOLUCIONAR

Ciudad de los Niños ofrece donadores transformadores, productos solidarios y contenido transparente que muestra el impacto real de cada ayuda. Además, utiliza voceros confiables como el Hno. Juan Ricardo y testimonios de los propios niños, lo que fortalece la credibilidad y conexión emocional con el público joven.





3. Logros de la actividad

Como se evidencia en el informe, la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología ha implementado diversos programas y estrategias para apoyar a los estudiantes de bajos ingresos y contribuir a la lucha contra la pobreza. Estos esfuerzos incluyen la provisión de beneficios, programas de apoyo socioeconómico y la participación en iniciativas comunitarias que benefician tanto a los estudiantes como a las comunidades locales.