

UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
2021-2026

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y ENLACE

ÍNDICE

3	PRESENTACIÓN
4	INTRODUCCIÓN
7	1. CONTEXTUALIZACIÓN
8	a. Filosofía institucional
9	b. Objetivos institucionales
10	c. Marco de referencia
12	2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
14	a. Objetivo general
14	b. Objetivos particulares
15	c. Principios de la comunicación
16	d. Premisas de la comunicación
17	e. Público objetivo de la estrategia de comunicación institucional
18	f. Mensaje
19	2.1. Enfoques de la comunicación institucional
19	I. Gestión de procesos internos de comunicación institucionales
24	II. Posicionamiento institucional y sentido de pertenencia
27	III. Enfoque informativo
29	IV. Enfoque divulgativo
32	V. Enfoque inclusivo
35	2.2. Herramientas e instrumentos para la comunicación institucional
40	2.3. Intereses de los diversos públicos
63	2.4. Esquema de implementación, seguimiento y evaluación
65	3. ENTREGABLES E INDICADORES DE RESULTADOS

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

A nivel institucional, los constantes y rápidos cambios sociales hacen imperante desarrollar procesos más efectivos que permitan satisfacer las necesidades de comunicación de nuestros diversos públicos, al tiempo que garanticen la oportunidad y veracidad de la información.

Asumiendo el reto de adaptar y reformular la comunicación institucional para que, de manera congruente con los objetivos, políticas y estrategias contempladas en el Plan de Desarrollo Institucional 2021-2030 (PLADI-2030), así como lo contenido en el Proyecto de Desarrollo Institucional 2019-2023 para la Universidad de Guanajuato (PDI-2023), se consolide como elemento estratégico que traspone transversalmente y de forma continua la vida universitaria; que afecta o beneficia a los diversos elementos, estructuras y procesos institucionales.

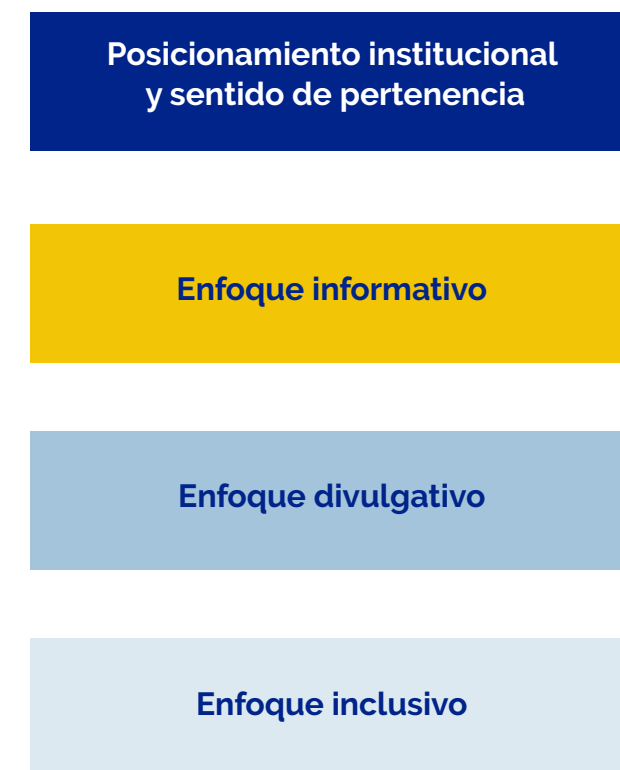
Derivado de ello, la Dirección de Comunicación y Enlace como área responsable de definir y dirigir las estrategias y proyectos de comunicación y difusión de la Universidad, al exterior y al interior de la misma¹, ha desarrollado la presente estrategia de comunicación que permitirá potencializar la colaboración y participación universitaria y social, la construcción colectiva de conocimientos y de la propia institución; asimismo, permitirá producir información e ideas bajo una lógica estratégica que permita destacar y transmitir de forma organizada el valor de saber que se enriquece con las acciones de nuestra comunidad en beneficio de la sociedad.

¹ Acuerdo General que establece la Estructura Administrativa de la Rectoría General de la Universidad, publicado en la Gaceta Universitaria el 08 de mayo de 2018. Cabe mencionar que en el propio acuerdo el Sistema de Radio, Televisión e Hipermedia se constituye como dependencia con autonomía técnica y de gestión, por lo que en el presente instrumento no quedan plasmadas las acciones que éste desarrolla en materia de comunicación.

La Estrategia de Comunicación Institucional dispone de una visión de trabajo para los próximos seis años, y en ésta se desarrollan cinco enfoques de comunicación: uno bajo la perspectiva (transversal) de gestión operacional de los procesos de comunicación y cuatro vinculados a los aspectos sustantivos de la comunicación institucional orientados a posicionar la imagen y sentido de pertenencia de la UG; a transmitir información oportuna y organizada; a divulgar la generación y aplicación de conocimientos; y a promover el respeto y la inclusión social.

Gestión de procesos internos de comunicación institucional: Considera el desarrollo de acciones de planeación, organización y evaluación de los procesos internos de las áreas de comunicación, entre las que se encuentran: la construcción de programas transversales de trabajo; la generación de una política de comunicación institucional y de lineamientos para el funcionamiento de los medios digitales de comunicación (página web UG, portales institucionales y redes sociales); la elaboración del programa de armonización de estructuras de comunicación; el desarrollo de herramientas para eficientar el trabajo. Asimismo, se contempla la realización de acciones para la optimización de los canales de comunicación institucionales administrados por la Dirección de Comunicación y Enlace y las Coordinaciones de los cuatro Campus y del Colegio del Nivel Medio Superior (CNMS), entre otras acciones.

Posicionamiento institucional y sentido de pertenencia: Contempla la generación de productos audiovisuales, promocionales y de difusión con información vinculada a la filosofía institucional, oferta educativa, cultural y artística, logros institucionales y desarrollo profesional. Se incluyen además acciones para la construcción de redes de comunicación mediante el involucramiento y colaboración de la comunidad universitaria y la ampliación de información disponible para el público y medios de comunicación externos.



**Gestión de procesos internos
de Comunicación institucional**

Enfoque informativo: Considera acciones para la adaptación del diseño, lenguaje, formato y contenido de la información acorde a los diversos públicos; así como acciones para la orientación de la información disponible en los medios institucionales y tendientes a mantener informada de manera oportuna a la comunidad sobre los servicios, trámites, normativa, programas académicos, oferta educativa, quehacer institucional, deberes y derechos estudiantiles, ello mediante la actualización, organización y clasificación oportuna de la información.

Enfoque divulgativo: Contempla acciones para dar a conocer al interior y exterior de nuestra institución los conocimientos y avances científicos, humanísticos, tecnológicos y de innovación desarrollados por la comunidad universitaria; así como para facilitar la identificación, localización, transferencia y consulta de los diversos artículos y publicaciones.

Enfoque inclusivo: Considera acciones para formalizar el uso de la comunicación institucional desde una perspectiva de inclusión a través de la generación de un manual de identidad institucional para el uso y aplicación del lenguaje no sexista en la comunicación institucional, el desarrollo de una base documental y material de referencia, así como la implementación de campañas de difusión sobre la normatividad y servicios institucionales para prevenir, atender y denunciar la violencia de género.

1. CONTEXTUALIZACIÓN

La Universidad de Guanajuato es una gran institución que, gracias al constante esfuerzo de su comunidad, se ha convertido en referente estatal, nacional e internacional. Actualmente registra una población de 44 mil 533 estudiantes, tiene presencia en 13 municipios de la entidad a través de 13 divisiones y 53 departamentos distribuidos en 4 Campus universitarios, y 1 Colegio del Nivel Medio Superior (CNMS) con 11 Escuelas.

En el Plan de Desarrollo Institucional 2021-2030 (PLADI-2030) y en el Proyecto de Desarrollo Institucional 2019-2023 (PDI-2023), destaca el compromiso de la Universidad de Guanajuato con la sociedad y el entorno, enmarcado en tres ejes de trabajo: **Rumbo académico, Cohesión institucional y Gestión sustentable**, en aras de consolidar la visión que concentra las aspiraciones de nuestra comunidad y establece las cualidades que habrán de concretarse para que dicha visión se haga realidad.

a. Filosofía institucional

Misión

“En la Universidad, en un ambiente abierto a la libre discusión de las ideas, se procurará la formación integral de las personas y la búsqueda de la verdad, para la construcción de una sociedad libre, justa, democrática, equitativa, con sentido humanista y conciencia social. En ella regirán los principios de libertad de cátedra, libre investigación y compromiso social y prevalecerá el espíritu crítico, pluralista, creativo y participativo”.²

Valores: La verdad, la libertad, el respeto, la responsabilidad y la justicia.

Principios rectores del quehacer universitario³

- **Respeto.** Dentro del respeto que entre sí se deben quienes forman la comunidad universitaria, hay formas específicas que deben permear en la universidad, destacándose el respeto a la naturaleza; a los derechos humanos; a la diversidad humana; a las condiciones de género; a la calidad de migrante.
- **Corresponsabilidad.** La responsabilidad, como valor individual, adquiere nuevos relieves al ejercerse por la participación en comunidad, surgiendo así la corresponsabilidad como una práctica colectiva y solidaria en la que cada cual asume como propios los actos y resultados del grupo en el que colabora.
- **Calidad, equidad, inclusión y pertinencia.** Como elementos que concretan la justicia, en cada iniciativa, o en las perspectivas de cada acción universitaria, se deben preferir las que garantizan o aumentan la calidad en los servicios educativos, la equidad en el acceso a ellos, y la pertinencia en cuanto a su impacto e inserción social.

² Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Guanajuato 2021-2030. La Universidad de Guanajuato en 2030.

³ Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Guanajuato 2021-2030. La Universidad de Guanajuato en 2030.

Visión 2030

“Universidad de Guanajuato, institución modelo de transformación universitaria”. En 2030, la Universidad de Guanajuato, desde la incertidumbre derivada de una pandemia, superó la adversidad, optimizó sus capacidades, innovó en todo su quehacer, y se le reconoce en la comunidad nacional e internacional como una institución modelo de transformación universitaria que contribuye significativamente al desarrollo de la sociedad.

Dicho reconocimiento se encuentra vinculado con seis cualidades: oferta educativa, desarrollo de sus funciones esenciales, talento universitario, cultura de paz, gestión administrativa, finanzas sanas y transparentes e infraestructura.⁴

b. Objetivos institucionales⁵

- **I.** Fomentar la excelencia en el quehacer académico para lograr el reconocimiento de calidad de los programas educativos y situarlos entre las mejores opciones nacionales, y que las aportaciones de la comunidad universitaria cuenten con el reconocimiento de sus pares nacionales e internacionales. (Eje Rumbo académico)
- **II.** Fomentar la integración de la comunidad universitaria en un ambiente seguro, con apego a los derechos humanos y a los valores universitarios, haciendo de las sedes universitarias el espacio ideal para realizar de manera óptima su quehacer. (Eje de cohesión institucional)
- **III.** Construir una base estructural de gestión sólida que permita alcanzar el desarrollo óptimo de la planta académica y los programas educativos en apoyo al cumplimiento de las funciones institucionales. (Eje de gestión sustentable)

⁴ Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Guanajuato 2021-2030. La Universidad de Guanajuato en 2030.

⁵ Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Guanajuato 2021-2030. La Universidad de Guanajuato en 2030.

c. Marco de referencia

Con base en los artículos 5, fracción III y 6, fracción I de la Ley Orgánica de la Universidad de Guanajuato; y en el tercer punto del Acuerdo General que establece la Estructura Administrativa de la Rectoría General de la Universidad de Guanajuato, publicado en la Gaceta Universitaria el 08 de mayo de 2018, así como por lo contenido en el PLADI-2030 y en el PDI-2023, la Dirección de Comunicación y Enlace, en colaboración con las Coordinaciones de Comunicación de los cuatro Campus y Colegio del Nivel Medio Superior (CNMS), desarrolla la Estrategia de Comunicación Institucional 2021-2026 (ECI-2026), como un instrumento técnico en el que se incluyen objetivos y líneas de acción que servirán de base para la ejecución de actividades de las áreas de comunicación de la Universidad de Guanajuato alineadas a los ejes, políticas, estrategias y objetivos institucionales.

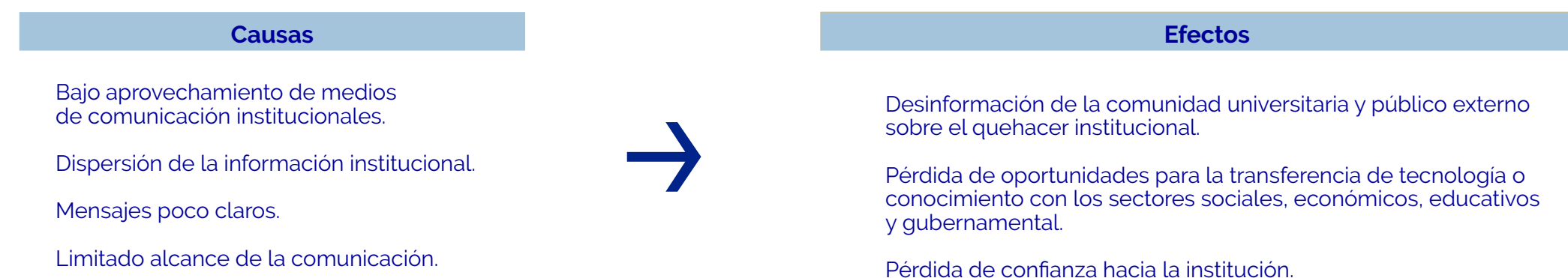
Alineación de la Estrategia de Comunicación Institucional

Estrategia de Comunicación Institucional 2020-2026	Plan de Desarrollo Institucional 2021-2030	Proyecto de Desarrollo Institucional 2019-2023
<p>E.I. Gestión de procesos internos de comunicación Objetivo particular: Dirigir, coordinar, organizar y regular de manera eficiente los procesos de comunicación entre las diversas instancias.</p>	<p>5.6. Eje de cohesión institucional Fomentar la integración de la comunidad universitaria en un ambiente seguro, con apego a los derechos humanos y a los valores universitarios, haciendo de las sedes universitarias el espacio ideal para realizar de manera óptima su quehacer. 1.1.1. Armonización del marco de convivencia institucional</p> <p>Estrategia Comunicación institucional. Será necesario reformular la comunicación interna y externa de la Universidad, con el fin de que la comunidad universitaria, así como la sociedad en general, tengan acceso a la información relevante, publicaciones, noticias, comunicados, boletines y otras modalidades que surgen de la vida institucional. Se deberán aprovechar todos los medios y estrategias posibles para una comunicación pertinente, congruente y proactiva, dirigida por segmentos del público objetivo.</p>	<p>Eje de cohesión institucional: Comunicación institucional. Será necesario reformular la comunicación interna y externa de la Universidad, con el fin de que toda la comunidad universitaria, así como la sociedad en general, puedan tener acceso a la información relevante, publicaciones, noticias, comunicados, boletines y otras modalidades que surgen de la vida institucional</p>
<p>E.II. Posicionamiento institucional y sentido de pertenencia Objetivo particular: Desarrollar e implementar acciones de comunicación que consoliden el sentido de pertenencia e identidad institucional entre la comunidad universitaria y la sociedad en general.</p>	<p>5.5. Eje Rumbo académico Fomentar la excelencia en el quehacer académico para lograr el reconocimiento de calidad de los programas educativos y situarlos entre las mejores opciones nacionales, y que las aportaciones de la comunidad universitaria cuenten con el reconocimiento de sus pares nacionales e internacionales.</p> <p>5.6. Eje de cohesión institucional Fomentar la integración de la comunidad universitaria en un ambiente seguro, con apego a los derechos humanos y a los valores universitarios, haciendo de las sedes universitarias el espacio ideal para realizar de manera óptima su quehacer.</p> <p>5.7. Eje de gestión sustentable Construir una base estructural de gestión sólida que permita alcanzar el desarrollo óptimo de la planta académica y los programas educativos en apoyo al cumplimiento de las funciones institucionales.</p>	<p>Eje Rumbo académico Eje de cohesión institucional Eje de gestión sustentable</p>
<p>E.III. Enfoque informativo Objetivo particular: Ofrecer información útil, accesible, comprensible, oportuna y de calidad a la comunidad universitaria, medios de comunicación y público en general.</p>	<p>5.5. Eje Rumbo académico Fomentar la excelencia en el quehacer académico para lograr el reconocimiento de calidad de los programas educativos y situarlos entre las mejores opciones nacionales, y que las aportaciones de la comunidad universitaria cuenten con el reconocimiento de sus pares nacionales e internacionales.</p> <p>5.6. Eje de cohesión institucional Fomentar la integración de la comunidad universitaria en un ambiente seguro, con apego a los derechos humanos y a los valores universitarios, haciendo de las sedes universitarias el espacio ideal para realizar de manera óptima su quehacer.</p> <p>5.7. Eje de gestión sustentable Construir una base estructural de gestión sólida que permita alcanzar el desarrollo óptimo de la planta académica y los programas educativos en apoyo al cumplimiento de las funciones institucionales.</p>	<p>Eje Rumbo académico Eje de cohesión institucional Comunicación institucional. Será necesario reformular la comunicación interna y externa de la Universidad, con el fin de que toda la comunidad universitaria, así como la sociedad en general, puedan tener acceso a la información relevante, publicaciones, noticias, comunicados, boletines y otras modalidades que surgen de la vida institucional. Eje de gestión sustentable</p>
<p>E.IV. Enfoque divulgativo Objetivo particular: Impulsar la transferencia de tecnología y conocimiento.</p>	<p>5.5. Eje Rumbo académico Fomentar la excelencia en el quehacer académico para lograr el reconocimiento de calidad de los programas educativos y situarlos entre las mejores opciones nacionales, y que las aportaciones de la comunidad universitaria cuenten con el reconocimiento de sus pares nacionales e internacionales .</p> <p>5.6. Eje de cohesión institucional Fomentar la integración de la comunidad universitaria en un ambiente seguro, con apego a los derechos humanos y a los valores universitarios, haciendo de las sedes universitarias el espacio ideal para realizar de manera óptima su quehacer.</p> <p>5.7. Eje de gestión sustentable Construir una base estructural de gestión sólida que permita alcanzar el desarrollo óptimo de la planta académica y los programas educativos en apoyo al cumplimiento de las funciones institucionales.</p>	<p>Eje Rumbo académico Eje de cohesión institucional Eje de gestión sustentable</p>
<p>E.V. Enfoque inclusivo Objetivo particular: Promover el sentido de pertenencia e identidad institucionales.</p>	<p>5.6. Eje de cohesión institucional Fomentar la integración de la comunidad universitaria en un ambiente seguro, con apego a los derechos humanos y a los valores universitarios, haciendo de las sedes universitarias el espacio ideal para realizar de manera óptima su quehacer. Estrategia. Comunicación institucional. Estrategia. Igualdad humana y perspectiva de género Las actividades universitarias se enfocarán en la igualdad humana, con énfasis en los aspectos señalados por la ONU: "los derechos humanos, la igualdad entre los géneros, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural", entre otros.</p>	<p>Eje de cohesión institucional Comunicación institucional Igualdad humana y perspectiva de género</p> <p>Se procurará en las actividades universitarias enfocarse en la igualdad humana, con los énfasis que señala la ONU: "los derechos humanos, la igualdad entre los géneros, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural", entre otros.</p>

2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Tanto en el PLADI-2030, como en el PDI-2023, se contempla la necesidad de una reformulación integral de la comunicación institucional en el ámbito interno como externo con el propósito de que la comunidad universitaria, así como la sociedad en general, tengan acceso a la información relevante, publicaciones, noticias, comunicados, boletines y otras modalidades que surgen de la vida institucional, por lo que se deberán aprovechar todos los medios y estrategias posibles.

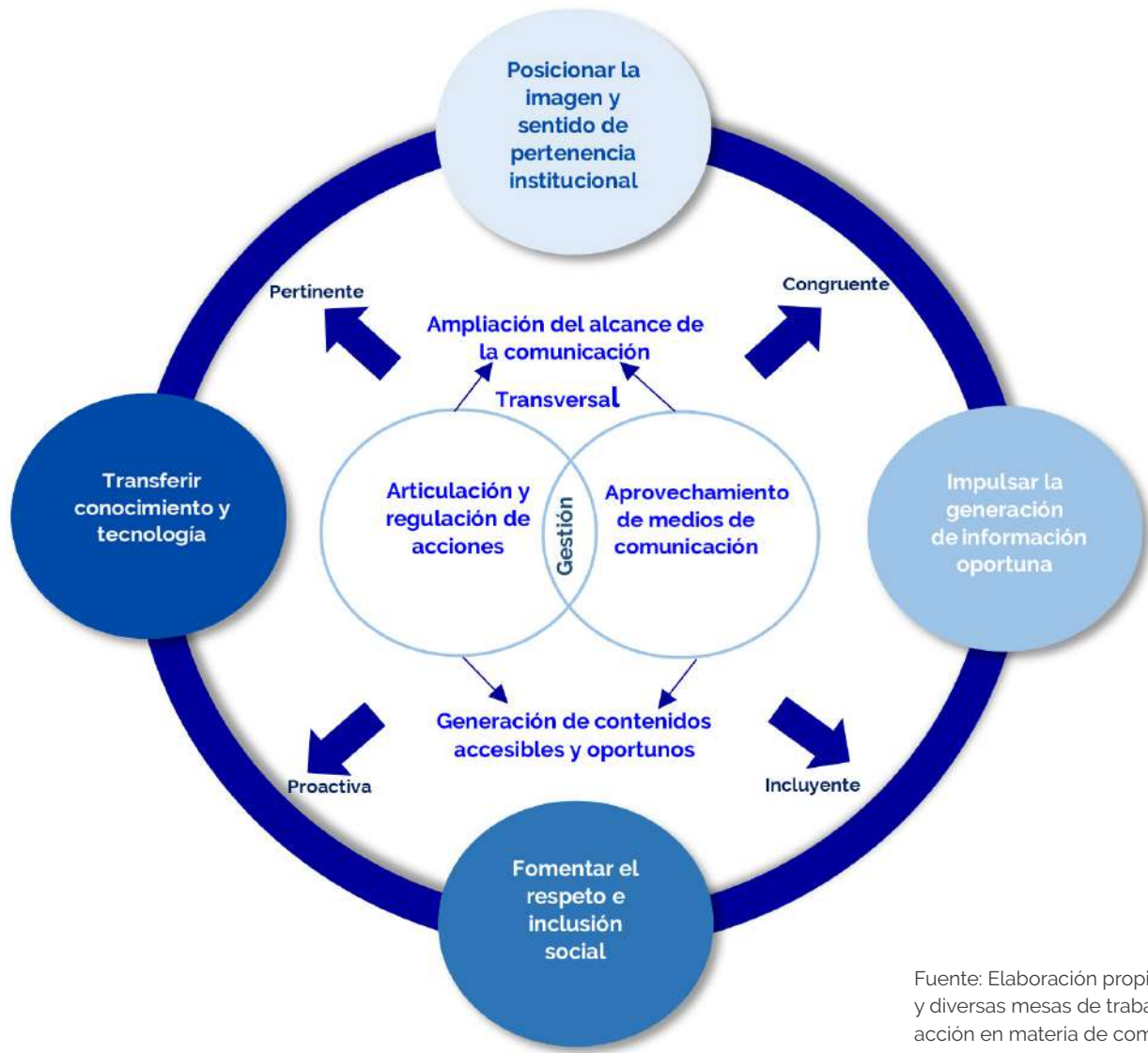
Bajo esta referencia y tomando en consideración los hallazgos arrojados en el Diagnóstico de Comunicación, así como los resultados de dos mesas de trabajo desarrolladas con los integrantes de la Dirección de Comunicación y Enlace (DCE) e integrantes de las Coordinaciones de Comunicación de los Campus y CNMS, se identifican como posibles causas y efectos para atender en materia de comunicación los siguientes:



Derivado de lo anterior, se advierte la necesidad de replantear, optimizar y transformar esquemas de trabajo y resulta imperante gestionar los procesos de comunicación bajo la óptica de la diversidad de públicos a quienes nos dirigimos, que hagan posible la transmisión del conocimiento, se fomente el sentido de pertenencia, inclusión y la responsabilidad social.

En este sentido, la reformulación de la comunicación planteada en la presente estrategia parte de la identificación de ésta como proceso estratégico del quehacer institucional, basada en esquemas de coordinación, regulación y optimización de los canales de comunicación que permitan la generación de mensajes claros, dirigidos, oportunos e inclusivos para mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general, así como garantizar la trascendencia de la información.

ESQUEMA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



Fuente: Elaboración propia, con información PLADI-2030, PDI-2023, del Diagnóstico de Comunicación y diversas mesas de trabajo desarrolladas para la identificación de problemáticas, objetivos y líneas de acción en materia de comunicación.

La Estrategia de Comunicación Institucional 2021-2026 (ECI-2026) se soporta en cinco enfoques de trabajo:

- **I. Gestión de procesos internos de comunicación institucional**
- **II. Posicionamiento institucional y sentido de pertenencia**
- **III. Enfoque informativo**
- **IV. Enfoque divulgativo**
- **V. Enfoque inclusivo**

a. Objetivo general

La ECI-2026 tiene como objetivo general implementar un sistema de comunicación efectivo que atienda los requerimientos de la comunidad universitaria y públicos externos, favoreciendo un estilo eficaz y eficiente de información que propicie el logro de los objetivos institucionales.

b. Objetivos particulares

- **I.** Dirigir, coordinar, organizar y regular de manera eficiente los procesos de comunicación entre las diversas instancias.
- **II.** Desarrollar e implementar acciones de comunicación que consoliden el sentido de pertenencia e identidad institucional entre la comunidad universitaria y la sociedad en general.
- **III.** Ofrecer información útil, accesible, comprensible, oportuna y de calidad a la comunidad universitaria, medios de comunicación y público en general.
- **IV.** Impulsar la transferencia de información relativa a los conocimientos, avances y desarrollos científicos generados por la comunidad universitaria.
- **V.** Fomentar una conciencia de igualdad y no discriminación mediante acciones comunicativas que atiendan los principios de respeto y diversidad, considerando que la búsqueda de la igualdad es un fin y no una responsabilidad.

c. Principios de la comunicación

En un marco de respeto y responsabilidad, la Universidad de Guanajuato difundirá el quehacer institucional de manera igualitaria, plural, no estereotipada. Bajo este contexto, cuatro principios fundamentales definirán el estilo y contenido de la comunicación institucional y serán la base en la ejecución de los programas anuales de trabajo:

- **Pertinente:** La comunicación de la UG debe ser transmitida de manera oportuna para garantizar que resulte útil y adecuada a todo tipo de usuario.
- **Congruente:** La comunicación de la UG preservará los principios, valores y filosofía institucionales como base para promover el sentido de pertenencia e identidad de la comunidad universitaria.
- **Proactiva:** La comunicación institucional, bajo un espíritu de responsabilidad social, deberá anticiparse a satisfacer los intereses de los públicos objetivo para con ello impulsar el aprovechamiento de nuestros productos y servicios.
- **Inclusiva:** La comunicación institucional fungirá como herramienta para promover la igualdad, el respeto y reconocimiento a las diversidades de las personas.

d. Premisas de la comunicación

El esquema de trabajo de la ECI-2026, considera las siguientes premisas:

- **a. Coordinación:** para lograr resultados en el ámbito comunicacional se requiere unificar criterios y acciones, por lo tanto, es de suma importancia lograr la coordinación entre las diferentes instancias de la UG, las Coordinaciones de Comunicación y la Dirección de Comunicación y Enlace.
- **b. Responsabilidad compartida:** la comunicación es responsabilidad de las personas que lideran los procesos y de las y los actores de la Universidad, no responsabilidad exclusiva de la Dirección de Comunicación y Enlace y las coordinaciones de comunicación, por tanto, todo lo que se planifique, organice, realice o se divulgue debe estar en concordancia con lo enmarcado en la filosofía institucional.
- **c. Cultura comunicacional:** la Universidad debe trabajar en el desarrollo de una cultura de comunicación que facilite el entendimiento, la sinergia, la cohesión y la unidad institucional.
- **d. Transparencia en la información:** nuestras acciones de comunicación deben reflejar, con veracidad y transparencia, la realidad de lo que hacemos y de cómo operamos en el entorno universitario, mostrando y reconociendo tanto los avances y éxitos, como las áreas de mejora.

e. Público objetivo de la estrategia de comunicación institucional

Dado que la forma de comunicar debe adaptarse a cada uno de los receptores, la ECI-2026 concibe una intervención segmentando la información a comunicar en dos grandes bloques de públicos: internos y externos.

Interno

- a. Estudiantes
- b. Personal académico
- c. Personal administrativo
- d. Autoridades universitarias

Externo

- a. Personas jubiladas
- b. Padres, madres, tutores o tutoras
- c. Aspirantes
- d. Personas egresadas de la UG
- e. Medios de comunicación
- f. Sectores gubernamentales
- g. Sectores educativos
- h. Sectores económicos
- i. Sectores sociales
- j. Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)
- k. Líderes de opinión
- l. Organismos acreditadores
- m. Comunidad del Sistema Nacional de Investigadores
- n. Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior (COEPES)
- o. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES)
- p. Consejo Mexicano de Estudios de Posgrado (COMEPO)
- q. Asociaciones de profesionistas
- r. Organismos internacionales

f. Posicionamiento institucional

El posicionamiento que se debe transmitir en toda comunicación institucional es que la Universidad de Guanajuato es una institución reconocida nacional e internacionalmente por su calidad educativa y por su contribución significativa al desarrollo de la sociedad, a través de la formación integral de las personas, la búsqueda de la verdad y la generación y aplicación de conocimiento en las diversas ramas del saber, que funge como motor de transformación social, coordinando, consolidando y unificando esfuerzos para el desarrollo sostenible del entorno.

De tal manera, el contenido de los mensajes transmitidos en sus diversos formatos y herramientas de comunicación debe alinearse al referido posicionamiento y de manera congruente con los enfoques sustantivos de la presente estrategia: posicionar la imagen institucional y el sentido de pertenencia; informar oportunamente a los diversos públicos; divulgar de manera precisa la generación de conocimientos; y promover la inclusión y respeto social.

2.1. ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

I. Gestión de procesos internos de comunicación institucional

Un elemento clave de la presente estrategia es la gestión de los procesos de la comunicación institucional, dado que, en ellos se buscará la integración de actividades comunicativas que desarrollan las diversas instancias, partiendo de una efectiva coordinación y la disminución de la improvisación y la aleatoriedad de acciones.

Al tratarse de un proceso de gestión, este debe orientarse por la planeación, organización, regulación, control y evaluación de actividades; en el presente apartado se enlistan una serie de acciones tendientes a la mejora de los procesos adjetivos que nos permitirán desplegar de manera efectiva la comunicación de los procesos sustantivos de la Universidad de Guanajuato.

Objetivo particular: Dirigir, coordinar, organizar y regular de manera eficiente los procesos de comunicación entre las diversas instancias.

Objetivos específicos:

1. Unificar criterios y procesos de comunicación (O.E.1).
2. Optimizar los medios de comunicación institucionales (O.E.2).

O.E. 1. UNIFICAR CRITERIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN

Línea de acción:

1.1.1. Impulsar estrategias de coordinación entre las diversas áreas de comunicación de la UG

Actividades

1.1.1.1. Integrar los objetivos y actividades de las áreas vinculadas con la comunicación, mediante la generación de programas de trabajo con enfoque transversal a fin de alcanzar eficientemente los fines y metas institucionales.

1.1.1.2. Sincronizar las actividades, tareas y el accionar de las áreas vinculadas con la comunicación mediante el desarrollo de un sistema de información oportuno (reuniones, mesas de trabajo, etc.) que permita mejorar los procedimientos establecidos y su impacto.

Línea de acción:

1.1.2. Articulación de acciones en materia de comunicación

Actividades

1.1.2.1. Establecer los grados de participación, coordinación y nivel de responsabilidad de las áreas vinculadas con la comunicación institucional.

1.1.2.2. Definir las funciones, acciones y gestiones de las áreas vinculadas con la comunicación institucional.

1.1.2.3. Generar el Programa de Armonización de las Estructuras de Comunicación (PAEC).

Línea de acción:

1.1.3. Planificar acciones y el uso de medios de comunicación

Actividades

1.1.3.1. Integrar un programa anual de comunicación institucional alineado a los objetivos institucionales y características de los cuatro Campus y CNMS.

1.1.3.2. Desarrollar un plan de medios de comunicación, en el que se determine el público objetivo, uso y objetivos a alcanzar.

1.1.3.3. Actualizar y sincronizar las bases de datos interna con números de teléfono, correos electrónicos, redes sociales de estudiantes, personas egresadas, personal académico, autoridades universitarias y personal administrativo con el propósito de dirigir la información por cada segmento de públicos.

1.1.3.4. Implementar una metodología de seguimiento y evaluación de acciones contenidas en el programa anual de trabajo, proyectos específicos y de la presente estrategia de comunicación para conocer tanto la efectividad de las estrategias, como el alcance de estas.

1.1.3.5. Elaboración de un manual de comunicación en situación de crisis.

Línea de acción:

1.1.4. Regulación y fortalecimiento de procesos de comunicación institucionales.

Actividades

1.1.4.1. Elaboración e implementación de una política de comunicación institucional, en la que se definan directrices, responsables, herramientas, mecanismos y objetivos de las áreas de comunicación.

1.1.4.2. Implementar el Sistema de Gestión y Servicios de Comunicación (SIGESE) en los Campus y CNMS.

1.1.4.3. Instrumentar un sistema de diagnóstico, supervisión y evaluación de la comunicación institucional que permita una evaluación sistémica de los procesos, procedimientos y política de comunicación institucional.

1.1.4.4. Actualización del manual de procesos y procedimientos de las áreas de comunicación de la UG.

1.1.4.5. Integración de un consejo consultivo en materia de comunicación, que funja como apoyo técnico y de asesoría a fin de proponer y definir estrategias pertinentes y líneas de acción que permitan incrementar la eficiencia y la calidad de la comunicación institucional interna y externa de la UG.

1.1.4.6. Diseñar e implementar programas de capacitación sobre comunicación para personal directivo y enlaces que permitan desarrollar habilidades comunicativas.

1.1.4.7. Brindar servicios de asesoría y asistencia a los Campus, CNMS, Rectoría General y dependencias administrativas en torno a la comunicación institucional.

1.1.4.8. Generación e implementación de lineamientos generales para el portal web institucional, sus sitios y plataformas, en los que se contemple los procesos de actualización y publicación.

1.1.4.9. Generación de un manual del uso y funcionamiento de las redes sociales institucionales, en los que se establezca la homologación de imagen, tono de comunicación y contenido de la información.

1.1.4.10. Diseñar un mapa de públicos como herramienta específica para la selección e identificación de las audiencias de la UG.

O.E.2. OPTIMIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES

Línea de acción:

1.2.1. Promover y eficientar el uso de medios de comunicación

Actividades

1.2.1.1. Diseñar campañas de promoción vinculada con los beneficios y utilidades de cada uno de los medios de comunicación institucional identificados.

1.2.1.2. Promover el uso de INTRAUG y correo institucional como espacios de comunicación interna, idóneos para la concentración de trámites, servicios y procesos académicos y administrativos.

1.2.1.3. Desarrollar acciones de capacitación sobre el uso, alcance y contenido de cada uno de los medios de comunicación.

Línea de acción:

1.2.2. Modernización de las páginas y portales institucionales

Actividades

- 1.2.2.1. Rediseño de la página web de la Universidad de Guanajuato, el cual permita una fácil navegación y consultas segmentadas para cada público (comunidad estudiantil, personal académico, administrativo y público en general) de acuerdo con su tema de interés.
- 1.2.2.2. Clasificación de información por rubro de interés de los diferentes públicos.
- 1.2.2.3. Desarrollar la adaptabilidad de la página institucional para diversos dispositivos móviles.
- 1.2.2.4. Revisión, análisis y depuración de portales institucionales, con el propósito de integrar y facilitar la navegación y consulta de la información.
- 1.2.2.5. Homologación del contenido en los portales institucionales de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior.

Línea de acción:

1.2.3. Posicionar el uso de redes sociales

Actividades

- 1.2.3.1. Generación de contenido de manera periódica y oportuna para su difusión en las distintas redes sociales institucionales.
- 1.2.3.2. Conformación de un grupo estratégico y *marketing* digital exclusivo para redes institucionales, con el propósito de posicionar logros institucionales.

II. Posicionamiento institucional y sentido de pertenencia

Objetivo particular: Desarrollar e implementar acciones de comunicación que consoliden el sentido de pertenencia e identidad institucional entre la comunidad universitaria y la sociedad en general, así como su posicionamiento en el entorno social.

Objetivos específicos:

1. Promover el sentido de pertenencia e identidad universitaria (O.E.1)
2. Fortalecer la imagen de la UG en el entorno social (O.E.2)

O.E.1: PROMOVER EL SENTIDO DE PERTENENCIA E IDENTIDAD UNIVERSITARIA

Línea de acción:

2.1.1. Posicionar la filosofía y valores institucionales

Actividades:

- 2.1.1.1. Producción de material audiovisual en el que se proyecte la historia, misión, visión, valores, logros y actividades de investigación de la Universidad de Guanajuato.
- 2.1.1.2. Diseño y difusión de campañas que promuevan información relativa a la misión, visión, valores, logros institucionales, reconocimiento al mérito académico y profesional, así como actividades de investigación de la Universidad de Guanajuato.
- 2.1.1.3. Generación de un manual (kit) de bienvenida y presentación a las y los estudiantes de nuevo ingreso.
- 2.1.1.4. Fomentar entre la comunidad universitaria el sentido de pertenencia al hacerlos partícipes de talleres, capacitaciones, convocatorias, concurso y demás eventos que promuevan el desarrollo profesional.
- 2.1.1.5. Incentivar a la comunidad universitaria a compartir sus historias en plataformas de comunicación institucional.
- 2.1.1.6. Divulgar la contribución de las personas egresadas de la Universidad a la sociedad (local, nacional e internacional).
- 2.1.1.7. Difusión de actividades de liderazgo y emprendimiento estudiantil.
- 2.1.1.8. Integrar un paquete informativo que incluya fotografías, videos y material gráfico que cualquier persona interesada en conocer aspectos relativos al quehacer institucional pueda descargar.

Línea de acción:

2.1.2. Impulsar el diálogo y la comunicación directa

Actividades

- 2.1.2.1. Promover la participación de la comunidad universitaria en las acciones de comunicación institucional.
 - 2.1.2.2. Establecer un canal de comunicación directo y bidireccional que atienda las inquietudes de la comunidad universitaria, así como de cualquier persona externa.
-

Línea de acción:

2.1.3. Impulsar la participación de la comunidad universitaria en actividades que promuevan el arte, la cultura y la conciencia social

Actividades

- 2.1.3.1. Realización de *spots* promocionales sobre la oferta cultural y artística desarrollada por la UG para incentivar la participación de los diversos públicos.
- 2.1.3.2. Integrar un catálogo de la oferta cultural y artística desarrollada por la UG.
- 2.1.3.3. Participar con la cobertura de eventos artísticos y culturales en los que tenga participación la comunidad universitaria.
- 2.1.3.4. Desarrollar una plataforma digital en la que se incorpore el acervo cultural y científico de la UG a través de nuevas herramientas tecnológicas.

O.E.2: FORTALECER LA IMAGEN DE LA UG EN EL ENTORNO SOCIAL

Línea de acción:

2.2.1. Proyectar a la UG en el entorno social

Actividades

2.2.1.1. Desarrollo de un sistema de mercadeo y promoción de la oferta académica de la UG.

2.2.1.2. Poner a disposición de los medios y público externo, noticias y notas de prensa a través de la página web y portales institucionales.

2.2.1.3. Impulsar la presencia de la UG en los medios de comunicación externos, mediante la difusión de noticias y notas periodísticas relativas a los eventos de la comunidad universitaria, propuestas sociales e iniciativas culturales.

2.2.1.4. Mantener un contacto periódico con periodistas, con el propósito de orientar la política de comunicación y atender sus necesidades de información.

2.2.1.5. Organizar ruedas de prensa que posibiliten el encuentro entre medios de comunicación y la comunidad universitaria.

2.2.1.6. Desarrollar un *dossier* de prensa que recoja la actividad informativa generada en los medios de comunicación internos, identificando el alcance e información compartida.

2.2.1.7. Dar seguimiento a los asuntos gubernamentales (del ámbito local y nacional), así como del sector educativo.

2.2.1.8. Integrar una base de datos de medios regionales, nacionales e internacionales que permita generar una expansión de medios masivos regionales, nacionales e internacionales, segmentados por públicos a los que nos interesa llegar.

III. Enfoque informativo

Comunicar conlleva el desarrollo de acciones organizadas para brindar información oportuna y útil para la toma de decisiones e incidir en la percepción que se genera en el entorno universitario y fuera de este. En este sentido, con el propósito de generar mensajes claros y oportunos, es necesario diversificar y transformar el contenido y medios de comunicación sobre los cuales difundimos información, tomando en consideración a cada uno de nuestros públicos.

Objetivo particular: Ofrecer información útil, accesible, comprensible, oportuna y de calidad a la comunidad universitaria, medios de comunicación y público en general.

Objetivos específicos:

1. Captar la atención de nuestros públicos objetivos (O.E.1).
2. Difundir información pertinente y oportuna (O.E.2).

O.E.1: CAPTAR LA ATENCIÓN E INTERÉS DE NUESTROS PÚBLICOS

Línea de acción:

- 3.1.1. Elaborar mensajes con lenguaje dirigido a nuestros públicos objetivo

Actividades

- 3.1.1.1. Capacitación sobre el uso de lenguaje formal e informal a las personas responsables de generar y diseñar los contenidos de la información.
- 3.1.1.2. Diversificar los productos y formatos de acuerdo con la naturaleza y perfiles de cada público (videos, podcasts, infografías, etc.).
- 3.1.1.3. Elaboración de un manual de estilo para la comunicación institucional.

Línea de acción:

3.1.2. Orientar a nuestros públicos sobre información institucional

Actividades

3.1.2.1. Incorporar en la página web y portales institucionales el apartado de contacto, en el que los diversos públicos puedan requerir orientación sobre las actividades institucionales (formulario).

3.1.2.2. Desarrollar e implementar chatbots en la página institucional de la UG y portales institucionales.

3.1.2.3. Desarrollar buscadores en las páginas y portales institucionales.

3.1.2.4. Implementar un esquema de asesoría sobre información disponible, así como orientación del área en la que se puede consultar.

3.1.2.5. Creación de un espacio virtual destinado a los y las estudiantes de primer ingreso, donde se proporcione información de inducción, trámites y servicios.

3.1.2.6. Coordinación con las diversas áreas de la Universidad para atender las solicitudes de información recibidas a través de la página web, portales institucionales y redes sociales, de tal manera que se brinde de manera oportuna la información requerida por aquellas áreas generadoras.

O.E. 2: PONER A DISPOSICIÓN DE LOS DIVERSOS PÚBLICOS INFORMACIÓN PERTINENTE Y OPORTUNA

Línea de acción:

2.2.1. Actualización periódica y oportuna de la información

Actividades

2.2.1.1. Actualizar de manera periódica la información institucional (páginas y portales, directorios, tableros y espacios en sedes).

2.2.1.2. Difundir en la página web, portales electrónicos, redes sociales, correo electrónico y pantallas institucionales eventos futuros, en los que se identifiquen convocatorias, proyectos, becas, concursos y actividades de extensión a realizarse en los diferentes Campus, CNMS y unidades administrativas.

- 2.2.1.3.** Difundir en redes sociales las fechas históricas y/o emblemáticas de nuestra Universidad.
- 2.2.1.4.** Clasificar el apartado de noticias con base en los temas y generadores de la información.
- 2.2.1.5.** Desarrollar una aplicación móvil de noticias.
- 2.2.1.6.** Desarrollar una multiplataforma en la que se integre diverso contenido informativo y de interés para cada uno de nuestros públicos.
- 2.2.1.7.** Desarrollar un catálogo electrónico de trámites y servicios ofertados.
- 2.2.1.8.** Segmentar en la página institucional y portales electrónicos los diversos servicios y trámites disponibles para cada público y en cada espacio educativo.
- 2.2.1.9.** Remitir mediante correo electrónico y redes sociales información novedosa y temas de interés segmentada por público objetivo.
- 2.2.1.10.** Desarrollar campañas informativas sobre la normativa y documentación institucional, programas académicos, oferta educativa, deberes y derechos estudiantiles, e información vinculada a las funciones de las áreas administrativas, trámites y servicios brindados.

IV. Enfoque divulgativo

La divulgación de la ciencia en la actualidad debe ser didáctica y atractiva, con el propósito de estimular el interés y curiosidad de las personas lectoras. En este sentido, las acciones de comunicación deben enfocarse a posicionar la investigación universitaria, expandir el alcance y los medios en los que se comparte información en la materia, al tiempo de diseñar y generar productos que fortalezcan y hagan llamativo los diversos temas científicos.

Objetivo particular: Impulsar la transferencia conocimientos, avances y desarrollos científicos generados por la comunidad universitaria.

Objetivos específicos:

- 1. Posicionar los conocimientos y avances científicos y tecnológicos desarrollados por la comunidad universitaria (O.E.1).**
- 2. Impulsar el intercambio y comunicación de información científica (O.E.2).**

O.E.1: POSICIONAR LOS CONOCIMIENTOS Y AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DESARROLLADOS POR LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA.

Línea de acción:

4.1.1. Visibilizar los conocimientos y avances científicos y tecnológicos

Actividades

4.1.1.1. Difundir información referente al Repositorio Institucional de la Universidad de Guanajuato.

4.1.1.2. Publicar contenido informativo (cápsulas, entrevistas e infografías) sobre la generación de investigaciones científicas y tecnológicas.

4.1.1.3. Integrar agendas de participación para la comunidad científica de la UG en medios de comunicación.

4.1.1.4. Generar una compilación de revistas digitales sobre investigaciones científicas y tecnológicas de la comunidad universitaria.

4.1.1.5. Difundir de manera periódica información relativa a proyectos, convocatorias, periodos y apoyos para la investigación, así como el contenido temático de las investigaciones desarrolladas por la comunidad universitaria.

4.1.1.6. Difundir proyectos de investigación para potenciar su desarrollo entre la comunidad universitaria.

4.1.1.7. Diseñar y desarrollar una revista universitaria con enfoque a estudiantes del Nivel Medio Superior

Línea de acción:

4.1.2. Destacar la generación y aplicación de conocimientos

Actividades

- 4.1.2.1. Elaborar un boletín sobre la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos de la comunidad universitaria para ser difundido en los diversos medios de comunicación.
- 4.1.2.2. Diseñar y difundir campañas sobre logros obtenidos por la comunidad universitaria, así como experiencias sobre la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos.
- 4.1.2.3. Poner a disposición de medios y público externo, noticias relacionadas a la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos.
- 4.1.2.4. Gestionar la actualización de los documentos académicos en la Librería Universitaria y en el catálogo editorial de la UG.
- 4.1.2.5. Desarrollar campañas relacionadas a la oferta de servicios de investigación desarrolladas por la comunidad universitaria.
- 4.1.2.6. Generación y actualización de un directorio de personal dedicado a la investigación y sus líneas de trabajo.

O.E. 2: IMPULSAR EL INTERCAMBIO Y COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA

Línea de acción:

1.2.1. Generación de alianzas estratégicas

Actividades

- 1.2.1.1. Diseñar un mapa de relaciones y vínculos de colaboración que sostiene la UG con el entorno social.
- 1.2.1.2. Publicitar las redes de investigación de la UG bajo un enfoque multidisciplinario.
- 1.2.1.3. Participar con la cobertura de ferias y exposiciones científicas que proyecten a la UG a través de las investigaciones y servicios de investigación.
- 1.2.1.4. Promover las investigaciones, artículos y publicaciones desarrolladas por la comunidad universitaria en los sectores sociales y productivos.
- 1.2.1.5. Impulsar la generación de unidades de divulgación científica especializada.

V. Enfoque inclusivo

Atendiendo el carácter público y la función social de la Universidad, se establece como una responsabilidad que la comunicación institucional se realice atendiendo los principios de respeto, igualdad e inclusión social; al tiempo que promuevan y fomenten la participación de la comunidad universitaria.

Objetivo particular: Fomentar una conciencia de igualdad y no discriminación mediante acciones comunicativas que atiendan los principios de respeto y diversidad, considerando que la búsqueda de la igualdad es un fin y no una responsabilidad.

Objetivos específicos:

1. Desarrollar estrategias de comunicación incluyentes y no sexistas.
2. Promover una comunicación accesible sustentada en los principios de inclusión y diversidad.

O.E. 1: DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INCLUYENTES Y NO SEXISTAS.

Línea de acción:

5.1.1. Generación de herramientas de comunicación para la promoción de una cultura de igualdad, respeto y no discriminación

Actividades

- 5.1.1.1.** Elaborar y difundir un manual institucional para el uso y aplicación del lenguaje incluyente y no sexista en la comunicación universitaria.
- 5.1.1.2.** Proporcionar una guía documental y material de referencia para la elaboración de campañas de comunicación que contribuyan a la erradicación de la violencia de género, la desigualdad y la discriminación a identidades sexogenéricas diversas.

5.1.1.3. Generar material audiovisual para la difusión de información con perspectiva de género e interseccionalidad.

5.1.1.4. Brindar capacitaciones a las y los responsables de comunicación, con el propósito de que cuenten con las herramientas necesarias para el desarrollo de mensajes y campañas de comunicación con perspectiva de género y no discriminación.

Línea de acción:

5.1.2. Coadyuvar a la eliminación de estereotipos de género en los medios de comunicación

Actividades

5.1.2.1. Diseñar campañas para difusión de la normatividad y los servicios institucionales para prevenir, atender y denunciar la violencia de género.

5.1.2.2. Elaborar y difundir campañas que promuevan la participación de las y los integrantes de la comunidad universitaria para erradicar la violencia, los estereotipos y las representaciones discriminatorias, excluyentes y sexistas.

5.1.2.3. Diseñar e implementar guías para identificar publicidad, imágenes o información que promueva aspectos de discriminación.

O.E. 2: PROMOVER UNA COMUNICACIÓN ACCESIBLE SUSTENTADA EN LOS PRINCIPIOS DE INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD.

Línea de acción:

5.2.1. Reducir las barreras en la comunicación institucional para personas con discapacidad

Actividades

5.2.1.1. Implementar tecnologías adaptativas en los medios digitales de comunicación institucional para personas con algún tipo de discapacidad.

5.2.1.2. Incorporar en los programas y eventos institucionales lenguaje de señas y audio descripción para la recepción de información de personas con discapacidades sensoriales.

5.2.1.3. Generar productos de comunicación tendientes a facilitar el acceso de toda comunicación institucional a personas con algún tipo de discapacidad

5.2.1.4. Gestionar talleres y capacitaciones a las áreas responsables de comunicación para el desarrollo de una comunicación inclusiva

2.2. HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La ECI-2026 habrá de ejecutarse a través de las siguientes herramientas e instrumentos, cuyo contenido ha de vincularse a los objetivos y actividades establecidas en la presente estrategia:

2.2.1. Medios de comunicación internos

Página web www.ugto.mx	Páginas institucionales de Campus, Colegio del Nivel Medio Superior, Divisiones y Escuelas del Nivel Medio Superior	Redes sociales @UdeGuanajuato Redes sociales de los Campus, Divisiones, Colegio del Nivel Medio Superior y Escuelas
Portal de noticias UG	Correo UG	Pantallas institucionales
Intra UG https://intraug.ugto.mx/	Revista universitaria Esencia www.revistaesencia.ugto.mx	Gaceta Universitaria www.ugto.mx/gacetauniversitaria/
Mamparas y tableros en sedes		

2.2.2. Medios de comunicación externos

Aunado a los medios de comunicación interna, la DCE tiene convenios con diversos medios externos entre los que se encuentran revistas, periódicos, radiodifusoras, canales de televisión y portales electrónicos, por lo que en la presente estrategia se integran en las herramientas para difundir el quehacer institucional.



2.2.3. Síntesis informativa

Con el propósito de mantener informada a la comunidad universitaria con relación al quehacer institucional, la DCE y las Coordinaciones de Comunicación de los cuatro Campus y CNMS remitirán una síntesis informativa de manera periódica, en la que se incluirá la información vinculada a las acciones planteadas en la presente estrategia (solo autoridades universitarias).

2.2.4. Dossier de prensa

Documento o paquete informativo que contiene información oficial sobre la institución y los servicios que ofrece. Su objetivo es proporcionar información institucional a periodistas y otros actores interesados en conocer más sobre la UG. También contribuye a generar una buena imagen y hacer promoción sobre los programas y las actividades institucionales.

2.2.5. Boletín de prensa

Los boletines de prensa tendrán una estructura de nota informativa en la que se resalte de manera concreta y clara lo que se desea comunicar, considerando las características de una noticia: novedad, actualidad, trascendencia, proximidad, interés público, veracidad, progresos y logros institucionales.

La jerarquización de la información se realizará con base en el impacto de las funciones sustantivas de la Universidad (docencia, investigación y extensión); el alcance local, estatal, nacional e internacional; y las actividades de representación institucional.

2.2.6. Ruedas de prensa

Acto informativo donde se convoca a los medios de comunicación para dar a conocer noticias o eventos de relevancia institucional, el cual es encabezado por la autoridad ejecutiva responsable.

2.2.7. Monitoreo de medios

Monitoreo diario general de los diferentes medios de comunicación para identificar noticias relevantes de la UG y temas de interés, cabe mencionar que dicha herramienta funge como insumo para desarrollar la síntesis informativa para su remisión a los públicos respectivos.

2.2.8. Entrevistas

Medio para obtener información directa de las fuentes institucionales y tiene como objetivo resaltar actividades estudiantiles, de docencia e investigación.

2.2.9. Productos multimedia

Los productos multimedia pueden entenderse como aquellos productos que combinan diversos recursos como la imagen (fotografía, video, animación, ilustración), el audio (música, efectos de sonido, voz) y texto. Los productos multimedia buscan representar de forma dinámica el contenido de libros, revistas, entre otros.

2.2.10. Productos audiovisuales

La comunicación en la actualidad tiende a ser más visual, por lo que se buscará que se incremente el uso de imágenes y videos para transmitir la información a la población objetivo. Como ejemplo de productos audiovisuales se encuentran: Videos Institucionales, Informes de Actividades, producción radiofónica, GIF'S animados, videos de campañas, promocionales en video, cobertura y respaldo de eventos.

2.2.11. Productos de diseño gráfico

Servicio de soporte institucional para la elaboración de productos y aplicaciones gráficas. La emisión o diseño de imágenes, así como sus aplicaciones, deberán sujetarse a las políticas establecidas en la Guía Institucional de Imagen y queda bajo la responsabilidad de la DCE.

Entre los productos de diseño gráfico se encuentran: cartel, folleto (díptico o tríptico), espectaculares, escenografías para eventos, medallones autobús, invitaciones, revista, *flyer*, programas de mano, catálogos, *displays*, mamparas, pendones, reconocimientos y constancias, gafetes, personificadores, señalización, artículos promocionales, recorte de vinil, diseño de plantillas web, *banners* web, portadas de discos compacto y carátulas, calendarios, plana periódico y anuncios de prensa y revista.

2.2.12. Campañas institucionales de comunicación

Servicio de planeación, diseño y coordinación para la ejecución de campañas de difusión, dirigidas a diversos mercados meta e integradas por estrategias de comunicación y planes de medios.

Solo podrán realizarse cuando la instancia solicitante proporcione los insumos necesarios de forma completa (*brief*). Las campañas institucionales deberán considerar las actividades contempladas en la presente estrategia y alinearse al cumplimiento de los objetivos institucionales.

2.2.13. Revistas universitarias (edición)

Medio de comunicación cuyo objetivo es divulgar el quehacer universitario relacionado con el cumplimiento de las funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión; así como de la función adjetiva: la administración y gestión. Se buscará la colaboración universitaria bajo una redacción atractiva, correcta, concisa y clara. Dentro de este rubro, se considera el desarrollo de revistas especializadas.

Actualmente, la DCE edita de manera cuatrimestral la Revista Universitaria Esencia, cuyo propósito es divulgar las actividades universitarias y el posicionamiento de la Universidad en la sociedad.

2.2.14. Instrumentos de formación (guías, lineamientos, políticas, manuales, etc.)

Para el desarrollo de las funciones de comunicación actualmente se identifican como instrumentos de formación: Manual para el funcionamiento de la red de enlaces, Guía Institucional de Imagen, Manual de usuario del SIGESE, instructivos y procedimientos de trabajo.

La ECI-2026 contempla la generación de diversos instrumentos de formación, tales como: política de comunicación institucional, lineamientos para el funcionamiento de los medios digitales de comunicación (página web UG, portales institucionales y redes sociales), manual de comunicación en situación de crisis, mapa de públicos y manual de identidad institucional para el uso y aplicación del lenguaje incluyente y no sexista en la comunicación institucional.

2.3. INTERESES DE LOS DIVERSOS PÚBLICOS

En la siguiente tabla se describen algunos de los intereses para cada público objetivo, así como el medio de comunicación preferente para ser considerados en el despliegue de las actividades de la presente estrategia:

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Estudiantes	<ul style="list-style-type: none"> ● Filosofía y valores institucionales ● Becas, apoyos y estímulos ● Programas educativos ● Procesos y fechas de inscripción ● Derechos estudiantiles ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Movilidad académica ● Noticias relevantes (en el ámbito de adscripción) ● Actividades culturales y de extensión ● Productos y servicios (administrativos y académicos) ● Convocatoria de eventos académicos ● Participación de la comunidad universitaria en eventos nacionales e internacionales ● Logros de la comunidad UG ● Servicio social ● Educación continua ● Prácticas profesionales ● Equidad, inclusión e interculturalidad ● Seguridad y prevención en el entorno universitario ● Organización estudiantil 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Síntesis informativa - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Productos de diseño gráfico - Revistas universitarias
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>WhatsApp, Facebook e Instagram</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos de los Campus y CNMS <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales 2. Revista Universitaria Esencia 3. Mamparas y tableros en sedes

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Personal académico	<ul style="list-style-type: none"> ● Filosofía y valores institucionales ● Logros de la comunidad UG ● Convenios, premios y certificaciones otorgados a la UG y su comunidad ● Convocatorias de congresos y conferencias ● Programas de apoyo y estímulos ● Convocatoria de eventos académicos ● Concursos de oposición ● Productos y servicios (administrativos y académicos) ● Sistema Nacional de Investigadores (SNI) ● Cuerpos académicos y redes de colaboración ● Posicionamiento de la producción académica. ● Educación continua ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Redes de vinculación y colaboración ● Patentes y propiedad intelectual ● Producción académica ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos ● Formación y actualización del cuerpo académico ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes sobre el quehacer institucional 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> – Síntesis informativa – Entrevistas – Campañas institucionales – Productos multimedia – Productos audiovisuales – Productos de diseño gráfico – Revistas universitarias – Instrumentos de formación (guías, lineamientos, políticas, manuales, etc.) <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Correo electrónico 2. IntraUG 3. Redes sociales: <i>WhatsApp, Facebook y YouTube</i> 4. Página web institucional 5. Portales electrónicos de los Campus y CNMS <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales 2. Gaceta Universitaria 3. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Personal administrativo	<ul style="list-style-type: none"> ● Filosofía y valores institucionales ● Logros de la comunidad UG ● Convocatorias de congresos y conferencias ● Proceso de calidad y certificación ● Espacios universitarios ● Reconocimiento al personal administrativo ● Producción académica ● Productos y servicios (sistematización) ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos ● Servicio universitario de carrera ● Transparencia y rendición de cuentas ● Esquemas de evaluación y presupuestación ● Equidad, inclusión e interculturalidad ● Políticas de sustentabilidad ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Noticias relevantes del quehacer institucional 	Instrumento <ul style="list-style-type: none"> – Síntesis informativa – Entrevistas – Monitoreo de medios – Ruedas de prensa – Campañas institucionales – Productos multimedia – Productos audiovisuales – Productos de diseño gráfico – Revistas universitarias – Instrumentos de formación (guías, lineamientos, políticas, manuales, etc.)
		Medio de comunicación Preferente <ol style="list-style-type: none"> 1. IntraUG 2. Redes sociales: <i>WhatsApp, Facebook y YouTube</i> 3. Correo electrónico 4. Página web institucional Explorar <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales 2. Gaceta Universitaria

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Autoridades universitarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos ● Funcionamiento de consejos académicos ● Proceso de elección de autoridades y consejos universitarios ● Logros de la comunidad UG ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Espacios universitarios ● Reconocimientos al personal administrativo y académico ● Producción académica ● Transparencia y rendición de cuentas ● Equidad, inclusión e interculturalidad ● Políticas de sustentabilidad ● Programas educativos ● Noticias relevantes sobre el quehacer institucional 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Síntesis informativa - Entrevistas - Monitoreo de medios - Ruedas de prensa - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias - Instrumentos de formación (guías, lineamientos, políticas, manuales, etc.) <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaceta Universitaria 2. Correo electrónico 3. IntraUG 4. Página web institucional 5. Redes sociales 6. Portales institucionales <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales 2. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Padres, madres, tutoras y tutores	<ul style="list-style-type: none"> ● Becas, apoyos y estímulos ● Programas educativos ● Procesos y fechas de inscripción ● Derechos estudiantiles ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Movilidad académica ● Noticias relevantes ● Actividades culturales y de extensión ● Logros de la comunidad UG ● Becas, apoyo y estímulos ● Derechos estudiantiles ● Seguridad en el entorno universitario ● Trámites y servicios 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página web institucional 2. Portales institucionales de los Campus y CNMS 3. Redes sociales: Facebook <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Personas jubiladas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Logros de la comunidad UG ● Convocatorias de congresos y conferencias ● Productos y servicios para personas jubiladas ● Noticias relevantes del quehacer institucional ● Actividades culturales y de extensión ● Pensiones y jubilaciones ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Redes de vinculación y colaboración ● Producción académica ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Síntesis informativa - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>WhatsApp, Facebook y YouTube</i> 2. Correo electrónico 3. Página institucional <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales 2. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Personas sindicalizadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Logros de la UG y de su comunidad ● Convocatorias de congresos y conferencias ● Prestaciones ● Trámites y servicios ● Noticias relevantes (en el ámbito de adscripción) ● Estatutos generales ● Acuerdos de asamblea ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Redes de vinculación y colaboración ● Producción académica ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos ● Noticias relevantes del quehacer institucional 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Síntesis informativa - Entrevistas - Ruedas de prensa - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>WhatsApp, Facebook y YouTube</i> 2. Correo electrónico 3. Portal institucional <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantallas institucionales 2. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Aspirantes UG	<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta educativa ● Proceso de admisión ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Modalidades de los programas de estudio ● Reconocimientos nacionales e internacionales (prestigio) ● Logros de las personas egresadas ● Métodos de enseñanza ● Becas y estímulos ● Derechos estudiantiles ● Seguridad en el entorno universitario ● Educación continua ● Actividades culturales y de extensión ● Organización estudiantil 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página institucional UG 2. Redes sociales: <i>Facebook</i> y <i>YouTube</i> 3. Portales electrónicos de los Campus y CNMS <p>Explorar</p>

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Personas egresadas de la UG</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta educativa ● Programas y convocatorias para personas egresadas ● Bolsa de trabajo ● Integración de egresados y egresadas ● Modalidades de titulación ● Reconocimientos y experiencias de personas egresadas ● Logros de la comunidad UG ● Actividades culturales y de extensión ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Noticias relevantes sobre el quehacer institucional 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Síntesis informativa - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>WhatsApp, Facebook e Instagram</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos de los Campus y CNMS 4. Correo electrónico <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ● Logros de la comunidad UG ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Producción académica ● Redes de vinculación y colaboración ● Funcionamiento de consejos académicos ● Estilos de vida sustentables (políticas de sustentabilidad) ● Noticias relevantes ● Actividades culturales y de extensión ● Oferta educativa ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Seguridad en el entorno universitario 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias - Dossier de prensa - Boletín de prensa - Ruedas de prensa
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook, WhatsApp y Twitter</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p style="text-align: center;">Sector gubernamental</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Producción académica ● Redes de vinculación y colaboración ● Logros de la comunidad UG ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Oferta educativa ● Eficiencia terminal ● Matrícula de estudiantes ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Centro de investigación ● Modalidades de los programas de estudio ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes ● Seguridad en el entorno universitario ● Actividades culturales y de extensión 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Síntesis informativa - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Productos audiovisuales - Revistas universitarias - <i>Dossier</i> de prensa - Ruedas de prensa
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Sector educativo	<ul style="list-style-type: none"> ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Oferta educativa ● Proceso de admisión ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Modalidades de los programas de estudio ● Reconocimientos nacionales e internacionales (prestigio) ● Logros de la comunidad UG ● Eficiencia terminal ● Matrícula de estudiantes ● Redes de vinculación y colaboración 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Ruedas de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos de los Campus y CNMS <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Sector económico	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Producción académica ● Redes de vinculación y colaboración ● Patentes y propiedad intelectual ● Redes de vinculación y colaboración ● Logros de la comunidad UG ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Oferta educativa ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Centro de investigación ● Modalidades de los programas de estudio ● Reconocimientos nacionales e internacionales (prestigio) ● Eficiencia terminal ● Matrícula de estudiantes 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> – Entrevistas – Campañas institucionales – Productos multimedia – Revistas universitarias – Ruedas de prensa
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos de los Campus y CNMS <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Sector social	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Producción académica ● Redes de vinculación y colaboración ● Patentes y propiedad intelectual ● Redes de vinculación y colaboración ● Logros de la comunidad UG ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Oferta educativa ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Modalidades de los programas de estudio ● Reconocimientos nacionales e internacionales (prestigio) ● Eficiencia terminal ● Matrícula de estudiantes ● Noticias relevantes del quehacer institucional 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> – Entrevistas – Campañas institucionales – Productos multimedia – Revistas universitarias
		<p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Organizaciones de la Sociedad Civil</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Producción académica ● Redes de vinculación y colaboración ● Logros de la comunidad UG ● Oferta educativa ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Modalidades de los programas de estudio ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Eficiencia terminal ● Matrícula de estudiantes ● Noticias relevantes ● Actividades culturales y de extensión 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos de los Campus y CNMS <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas y proyectos de investigación y emprendimiento ● Producción académica ● Redes de vinculación y colaboración ● Logros de la comunidad UG ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Oferta educativa ● Eficiencia terminal ● Matrícula de estudiantes ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Modalidades de los programas de estudio ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes ● Seguridad en el entorno universitario ● Actividades culturales y de extensión 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias <hr/> <p>Medio de comunicación Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Organismos acreditadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Oferta educativa ● Programas de calidad ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Modalidades de los programas de estudio ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Logros institucionales de la comunidad UG ● Producción académica ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes ● Actividades culturales y de extensión 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Comunidad del Sistema Nacional de investigadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas educativos ● Cuerpos académicos y redes de colaboración ● Producción académica ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Logros institucionales de la comunidad UG ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes ● Patentes y propiedad intelectual ● Programas y proyectos de investigación ● Oferta educativa ● Programas de calidad ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior (COEPES)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta educativa ● Programas de calidad ● Producción académica ● Programas y proyectos de investigación ● Sesiones de trabajo ● Comisiones de trabajo ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente ● Acuerdos de las autoridades universitarias y consejos académicos ● Logros de la comunidad UG ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Funcionamiento de consejos académicos ● Noticias relevantes del quehacer institucional 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Portal institucional COEPES 2. Página web institucional 3. Portales electrónicos institucionales <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i>

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES)	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas educativos ● Cuerpos académicos y redes de colaboración ● Producción académica. ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Logros institucionales de la comunidad UG ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes del quehacer institucional ● Patentes y propiedad intelectual ● Programas y proyectos de investigación ● Oferta educativa ● Programas de calidad ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página web institucional 2. Portales electrónicos institucionales <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
<p>Consejo Mexicano de Estudios de Posgrado (COMPEPO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas educativos ● Cuerpos académicos y redes de colaboración ● Producción académica ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Logros institucionales de la comunidad UG ● Noticias relevantes del quehacer institucional ● Patentes y propiedad intelectual ● Programas y proyectos de investigación ● Oferta educativa ● Programas de calidad ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página web institucional 2. Portales electrónicos institucionales <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i>




Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Asociaciones de profesionistas	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuerpos académicos y redes de colaboración ● Producción académica. ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Logros institucionales de la comunidad UG ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes ● Programas y proyectos de investigación ● Centros de investigación ● Oferta educativa ● Programas de calidad 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página web institucional 2. Portales electrónicos institucionales <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i> 2. Revista Universitaria Esencia

Público	Intereses	Instrumento/Medio de comunicación
Organismos internaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Programas educativos ● Cuerpos académicos y redes de colaboración ● Producción académica ● Vinculación con sectores gubernamentales, sociales y empresariales ● Reconocimientos nacionales e internacionales ● Logros institucionales de la comunidad UG ● Centros de investigación ● Políticas de sustentabilidad ● Noticias relevantes ● Patentes y propiedad intelectual ● Programas y proyectos de investigación ● Oferta educativa ● Programas de calidad ● Infraestructura educativa ● Plantilla docente 	<p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Campañas institucionales - Productos multimedia - Revistas universitarias - Boletín de prensa <hr/> <p>Medio de comunicación</p> <p>Preferente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página web institucional 2. Portales electrónicos institucionales <p>Explorar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: <i>Facebook</i>

2.4. ESQUEMA DE IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La ECI-2026 establece el marco de actuación para la comunicación institucional durante el periodo 2021-2026; la estrategia se concretará en los programas anuales de trabajo en los que se detallen las actividades para el logro de objetivos de comunicación, los cuales, serán integrados por la Dirección de Comunicación y Enlace en colaboración con las coordinaciones de los cuatro Campus y CNMS y enlaces de comunicación de las diversas entidades de la UG. Los resultados de los programas anuales de trabajo permitirán la posibilidad de realizar ajustes y mejoras a la estrategia en función de las necesidades específicas de cada público objetivo.

Las líneas de acción, actividades y herramientas contenidos en la ECI-2016 se clasifican en tres grandes grupos:

-  **Acciones ejecutables puntualmente en el tiempo:** Concentran las actividades a llevarse a cabo en un momento determinado.
-  **Acciones periódicas:** concentran las actividades cuya ejecución se produce de manera recurrente durante el periodo de programación.
-  **Acciones continuas:** concentra las actividades que se desarrollan de manera extendida.

En materia de seguimiento y evaluación de la presente estrategia, será la Dirección de Comunicación y Enlace la responsable de desarrollar e implementar las acciones correspondientes: realización de encuestas, verificación del avance y cumplimiento de indicadores de resultados y presentación de informes anuales de ejecución. La primera evaluación relativa al impacto y consecución de los objetivos plasmados en el presente documento se desarrollarán dentro de los tres años de iniciada la ejecución de líneas de acción y actividades.

ESQUEMA DE IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN



3. ENTREGABLES E INDICADORES DE RESULTADOS

I. Gestión de procesos de comunicación institucionales										
Alineación:	PLADI 2030	PDI 2023								
	1.6. Eje de cohesión institucional 1.6.1. Armonización del marco de convivencia institucional Estrategia Comunicación institucional	Eje de cohesión institucional Estrategia Comunicación institucional								
Objetivo general: Dirigir, coordinar, organizar y regular de manera eficiente los procesos de comunicación entre las diversas instancias										
Objetivos específicos: Unificar criterios y procesos de comunicación										
Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Impulsar estrategias de coordinación entre las diversas áreas de comunicación de la UG	<ul style="list-style-type: none"> Integrar los objetivos y actividades de las áreas vinculadas con la comunicación, mediante la generación de programas de trabajo con enfoque transversal a fin de alcanzar eficientemente los fines y metas institucionales. 	Objetivos y actividades de las diversas áreas de la UG integradas al programa anual de trabajo de comunicación.	Porcentaje de objetivos y actividades desarrolladas de manera coordinada entre las áreas responsables de la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Comunicación y Enlace Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior 	Actividad periódica (septiembre-diciembre del ejercicio fiscal respectivo)					
	<ul style="list-style-type: none"> Sincronizar las actividades, tareas y el accionar de las áreas vinculadas con la comunicación mediante el desarrollo de un sistema de información oportuno (reuniones, mesas de trabajo, etc.) que permita mejorar los procedimientos establecidos y su impacto. 	Minutas de reuniones y/o mesas de trabajo para la coordinación de actividades de comunicación generadas.	Porcentaje de minutas y/o mesas de trabajo para la coordinación de actividades de comunicación realizadas.	<ul style="list-style-type: none"> Enlaces de comunicación 	Variable, con relación al programa de trabajo anual elaborado					
Articulación de acciones en materia de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Establecer los grados de participación, coordinación y nivel de responsabilidad de las áreas vinculadas con la comunicación institucional. 	Programa de Armonización de las Estructuras de Comunicación (PAEC).	Porcentaje de avance en la elaboración del Programa de Armonización de las Estructuras de Comunicación (PAEC).	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Comunicación y Enlace 						
	<ul style="list-style-type: none"> Definir las funciones, acciones y gestiones de las áreas vinculadas con la comunicación institucional. 									
	<ul style="list-style-type: none"> Generar el Programa de Armonización de las Estructuras de Comunicación (PAEC). 									
	<ul style="list-style-type: none"> Integrar un programa anual de comunicación institucional alineado a los objetivos institucionales y características de los cuatro Campus y CNMS. 	Programa anual de comunicación institucional integrado.	Porcentaje de avance en la integración del Programa anual de comunicación institucional.		Actividad periódica (septiembre-diciembre del ejercicio fiscal respectivo)					

Planificar acciones y el uso de medios de comunicación	<p>▲ Desarrollar un plan de medios de comunicación, en el que se determine el público objetivo, uso y objetivos a alcanzar</p>	Plan de medios de comunicación elaborado.	Porcentaje de avance en la elaboración del plan de medios.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad periódica (septiembre-diciembre del ejercicio fiscal respectivo)
	<p>● Actualizar y sincronizar las bases de datos interna con números de teléfono, correos electrónicos, redes sociales de alumnos, egresados, profesores, autoridades universitarias y personal administrativo con el propósito de dirigir la información por cada segmento de públicos</p>	Bases de datos vinculada a información de los públicos actualizada y sincronizada.	Porcentaje de avance en la actualización y sincronización de las bases de datos.	⊕ Dirección de comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)
	<p>▲ Implementar una metodología de seguimiento y evaluación de acciones contenidas en el programa anual de trabajo, proyectos específicos y de la presente estrategia de comunicación para conocer tanto la efectividad de las estrategias, como el alcance de estas.</p>	Metodología de seguimiento y evaluación implementada.	Porcentaje de avance en el diseño e implementación de la metodología de seguimiento y evaluación.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad periódica (proceso de evaluación anual)
	<p>■ Elaboración de un manual de comunicación en situación de crisis.</p>	Manual elaborado.	Porcentaje de avance en la elaboración del manual de situación de crisis elaborado.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	
Regulación y fortalecimiento de procesos de comunicación institucionales	<p>■ Elaboración e implementación de una política de comunicación institucional en la que se definan directrices, responsables, herramientas, mecanismos y objetivos de las áreas de comunicación.</p>	Política de comunicación institucional elaborada e implementada.	Porcentaje de avance en el diseño e implementación de la Política de comunicación institucional.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	
	<p>■ Implementar el Sistema de Gestión y Servicios de Comunicación (SIGESE) en los Campus y CNMS.</p>	Sistema de Gestión y Servicios de Comunicación (SIGESE) implementado.	Porcentaje de áreas en las que se ha implementado el SIGESE.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	

Regulación y fortalecimiento de procesos de comunicación institucionales	<p>▲ Instrumentar un sistema de diagnóstico, supervisión y evaluación de comunicación institucional que permita la evaluación sistémica de los procesos, procedimientos y política de comunicación institucional.</p>	Sistema de evaluación de la comunicación institucional instrumentado.	Porcentaje de evaluaciones a la comunicación institucional implementado.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad periódica (anual)						
	<p>■ Actualización del manual de procesos y procedimientos de las áreas de comunicación de la UG.</p>	Manual de procesos y procedimientos actualizado.	Porcentaje de actualización del manual de proceso y procedimiento de las áreas de comunicación.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior							
	<p>■ Integración de un consejo consultivo en materia de comunicación, que funja como apoyo técnico y de asesoría a fin de proponer y definir estrategias pertinentes y líneas de acción que permitan incrementar la eficiencia y la calidad de la comunicación institucional interna y externa de la UG</p>	Consejo consultivo en materia de comunicación integrado.	Porcentaje de integración del Consejo Consultivo de comunicación.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							
	<p>▲ Diseñar e implementar programas de capacitación sobre comunicación para personal directivo y enlaces que permitan desarrollar habilidades comunicativas.</p>	Programas de capacitación sobre comunicación implementados.	Porcentaje de programas de capacitación sobre comunicación realizados.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad periódica considerar en el programa anual de trabajo)						
	<p>● Brindar servicios de asesoría y asistencia a los Campus, CNMS, Rectoría General y dependencias administrativas en torno a la comunicación institucional.</p>	Registros de asesoría y asistencia en materia de comunicación brindadas.	Porcentaje de asesorías y asistencias en materia de comunicación brindadas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)						
	<p>■ Generación e implementación de lineamientos generales para el portal web institucional, sus sitios y plataformas, en los que se contemple los procesos de actualización y publicación.</p>	Lineamientos generales para el portal web institucional, sus sitios y plataformas, generado e implementado.	Porcentaje de avance en la generación de Lineamientos sobre la plataforma institucional y sus sitios y plataformas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							
	<p>■ Generación de un manual del uso y funcionamiento de las redes sociales institucionales, en el que se establezca la homologación de imagen, tono de comunicación y contenido de la información.</p>	Manual del uso y funcionamiento de las redes sociales institucionales generado.	Porcentaje de avance en la generación del manual del uso y funcionamiento de las redes sociales.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							
Regulación y fortalecimiento de procesos de comunicación institucionales	<p>■ Diseñar un mapa de públicos, como herramienta específica para la selección e identificación de las audiencias (públicos) de la UG.</p>	Mapa de público diseñado.	Porcentaje de avance en el diseño de mapa de públicos.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							

Objetivos específicos: Optimizar los medios de comunicación institucionales										
Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Promover y eficientar el uso de medios de comunicación	■ Diseñar campañas de promoción vinculadas con los beneficios y utilidades de cada uno de los medios de comunicación institucional identificados.	Campaña sobre beneficios y usos de medios de comunicación implementada.	Porcentaje de campañas de promoción generadas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior ⊕ Enlaces de comunicación						
	▲ Promover el uso de INTRAUG y correo institucional como espacios de comunicación interna, idóneos para la concentración de trámites, servicios y procesos académicos y administrativos.	Campaña sobre uso de INTRAUG implementada.	Porcentaje de personas informadas.		Actividad periódica (considerar en el programa anual de trabajo)					
	▲ Desarrollar acciones de capacitación sobre el uso, alcance y contenido de cada uno de los medios de comunicación.	Capacitaciones realizadas.	Tasa de capacitación sobre usos de medios de comunicación.		Actividad periódica (considerar en el programa anual de trabajo)					
Modernización de las páginas y portales institucionales	■ Rediseño de la página web de la Universidad de Guanajuato, el cual permita una fácil navegación y consultas segmentadas para cada público (comunidad estudiantil, personal académico, personal administrativo y público en general) según tema de interés.	Página web de la Universidad de Guanajuato rediseñada.	Calificación otorgada al diseño y navegación de la página de la UG y a los portales institucionales. Número de visitas mensuales a la página de la UG y a los portales institucionales.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						
	■ Clasificación de información por rubro de interés de los diferentes públicos.									
	■ Desarrollar la adaptabilidad de la página institucional para diversos dispositivos móviles.	Aplicación móvil de la página institucional desarrollada.	Porcentaje de avance en el desarrollo de la aplicación móvil de la página institucional.		⊕ Dirección de Comunicación y Enlace					
Modernización de las páginas y portales institucionales	■ Revisión, análisis y depuración de portales institucionales, con el propósito de facilitar la navegación y consulta de la información.	Portales institucionales depurados.	Porcentaje portales institucionales.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						
	■ Homologación del contenido en los portales institucionales de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior.	Portales institucionales de los Campus y Colegio de Nivel Medio Superior homologados.	Porcentaje de entidades que homologaron el contenido de sus portales electrónicos.	⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior						
Posicionar el uso de redes sociales	● Generación de contenidos (información) de manera periódica y oportuna para su difusión en las distintas redes sociales institucionales.	Información generada y difundida en redes sociales institucionales.	Número de publicaciones difundidas en redes sociales.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)					
	■ Conformación de un grupo estratégico y <i>marketing</i> digital exclusivo para redes institucionales, con el propósito de posicionar logros institucionales.	Grupo estratégico y <i>marketing</i> digital exclusivo para redes conformado.	Tasa de variación de seguidores en redes sociales Tasa de variación de visitas y comentarios en redes sociales.		⊕ Dirección de Comunicación y Enlace					

II. Posicionamiento institucional y sentido de pertenencia

Alineación:	PLADI 2030	PDI 2023
	5.5. Eje Rumbo académico 5.6. Eje de cohesión institucional 5.7. Eje de gestión sustentable	Rumbo académico Eje de cohesión institucional Eje de gestión sustentable

Objetivo particular: Desarrollar e implementar acciones de comunicación que consoliden el sentido de pertenencia e identidad institucional entre la comunidad universitaria y la sociedad en general, así como su posicionamiento en el entorno social.

Objetivos específicos: Promover el sentido de pertenencia e identidad universitaria

Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma						
					2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Posicionar la filosofía y valores institucionales	● Producción de material audiovisual en el que se proyecte la historia, misión, visión, valores, logros y actividades de investigación de la Universidad de Guanajuato.	Material audiovisual generado.	Número de campañas vinculadas a la misión, visión, logros institucionales y reconocimientos diseñadas y difundidas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior ⊕ Enlaces de comunicación	Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)						
	● Diseño y difusión de campañas que promuevan información relativa a la misión, visión, valores, logros institucionales, reconocimiento al mérito académico y profesional, así como actividades de investigación de la Universidad de Guanajuato.	Campañas relativas a la misión, visión, valores, logros institucionales, reconocimiento al mérito académico y profesional diseñadas y difundidas.				Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)					
	▲ Generación de un manual (kit) de bienvenida y presentación a las y los estudiantes de nuevo ingreso.	Manual (kit) de bienvenida generado.	Porcentaje de estudiantes de nuevo ingreso que recibieron el manual de bienvenida.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad periódica (relación con el ciclo escolar)						
	● Fomentar entre la comunidad universitaria el sentido de pertenencia al hacerlos participes de talleres, capacitaciones, convocatorias, concursos y demás eventos que promuevan el desarrollo profesional.	Talleres, capacitaciones, concursos y eventos para el desarrollo profesional difundidos.	Porcentaje de talleres, capacitaciones, concursos y eventos para el desarrollo profesional difundidos.	⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)						

	<p>▲ Incentivar a la comunidad universitaria a compartir sus historias en plataformas de comunicación institucional.</p>	Historias de la comunidad universitaria compartidas.	Número de historias de la comunidad universitaria compartidas.		Actividad periódica (en relación con el programa anual de trabajo elaborado)
Posicionar la filosofía y valores institucionales	<p>● Divulgar la contribución de las y los egresados de la universidad a la sociedad (local, nacional e internacional).</p>	Notas de prensa sobre la contribución de las y los egresados de la universidad a la sociedad generadas.	Número de notas de prensa relativas a la contribución de las y los egresados de la universidad a la sociedad generadas.	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p> <p>⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior</p>	Actividad constante (en relación con la información generada en los diversos entes, así como en el programa anual de trabajo elaborado)
	<p>● Difusión de actividades de liderazgo y emprendimiento estudiantil.</p>	Notas de prensa sobre actividades de liderazgo y emprendimiento estudiantil generadas.	Número de notas de prensa sobre actividades de liderazgo y emprendimiento estudiantil generadas.		
	<p>■ Integrar un paquete informativo institucional que incluya fotografías, videos y material gráfico que cualquier persona interesada en conocer aspectos relativos al quehacer institucional pueda descargar.</p>	Paquete informativo integrado.	Porcentaje de avance en la integración del paquete con información institucional.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	
Impulsar el diálogo y la comunicación efectiva	<p>▲ Promover la participación de la comunidad universitaria en la comunicación institucional.</p>	Convocatoria dirigida a la comunidad universitaria a participar en las acciones de comunicación generada.	Número de estudiantes interesados en participar en acciones de comunicación institucional.	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p> <p>⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior</p>	Actividad periódica (servicio social y practicas profesionales)
	<p>■ Establecer un canal de comunicación directo y bidireccional que atienda las inquietudes de la comunidad universitaria, así como de cualquier persona externa.</p>				

Impulsar la participación de la comunidad universitaria en actividades que promuevan el arte, la cultura y la conciencia social	<p>▲ Realización de <i>spots</i> promocionales sobre la oferta cultural y artística desarrollada por la UG para incentivar la participación de los diversos públicos.</p>	<p><i>Spots</i> promocionales sobre la oferta cultural de la UG realizados.</p>	<p>Número de <i>spots</i> promocionales sobre la oferta cultural de la UG.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p> <p>⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior</p>	<p>Actividad periódica (en relación con las actividades e información generada)</p>					
	<p>■ Integrar un catálogo de la oferta cultural y artística desarrollada por la UG.</p>	<p>Catálogo de la oferta cultural elaborada.</p>	<p>Número de actividades culturales y de extensión incluidas en el catálogo.</p>	<p>⊕ Dirección de comunicación y Enlace</p>						
	<p>● Participar con la cobertura de eventos artísticos y culturales en los que tenga participación la comunidad universitaria.</p>	<p>Resumen informativo sobre la cobertura de eventos artísticos y culturales.</p>	<p>Porcentaje de eventos a los que se les dio cobertura.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p> <p>⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior</p>	<p>Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)</p>					
	<p>■ Desarrollar una plataforma digital en la que se incorpore el acervo cultural y científico de la UG a través de nuevas herramientas tecnológicas.</p>	<p>Plataforma Colmena Virtual UG desarrollada.</p>	<p>Porcentaje de avance en el desarrollo de la plataforma Colmena Virtual UG.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p>						
Objetivos específicos: Fortalecer la imagen de la UG en el entorno social										
Linea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Fortalecer la imagen de la UG en el entorno social	<p>■ Desarrollo de un sistema de mercadeo y promoción de la oferta académica de la UG.</p>	<p>Sistema de mercadeo y promoción de la oferta académica de la UG elaborado.</p>	<p>Porcentaje de avance en el desarrollo del sistema de mercadeo y promoción de la oferta académica.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p>						
	<p>● Poner a disposición de los medios y público externo, noticias y notas de prensa a través de la página web y portales institucionales.</p>	<p>Notas de prensa incorporadas en la página y portales institucionales.</p>	<p>Número de notas de prensa incorporadas en la página y portales institucionales.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p> <p>⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior</p>	<p>Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)</p>					

	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar la presencia de la UG en los medios de comunicación externos, mediante la difusión de noticias y notas periodísticas relativas a los eventos de la comunidad universitaria, propuestas sociales e iniciativas culturales. 	Notas de prensa generadas.	Número de notas generadas.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior 							Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	<ul style="list-style-type: none"> ● Mantener un contacto con periodistas, con el propósito de orientar la política de comunicación y atender sus necesidades. 	Atención a medios de comunicación.	Número de medios de comunicación atendidos.								
Fortalecer la imagen de la UG en el entorno social	<ul style="list-style-type: none"> ■ Organizar ruedas de prensa que posibiliten el encuentro entre medios de comunicación y la comunidad universitaria. 	Ruedas de prensa organizadas.	Número de ruedas de prensa organizadas.								Actividad variable (en relación con las actividades e información generada)
	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar un <i>dossier</i> de prensa que recoja la actividad informativa generada en los medios de comunicación internos, identificando el alcance e información compartida. 	<i>Dossier</i> elaborado.	Porcentaje de <i>dossier</i> elaborados.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Dirección de Comunicación y Enlace 							Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar seguimiento a los asuntos gubernamentales (local y nacional), así como del sector educativo. 	Informe de seguimiento a medios.	Número de informes de seguimiento a medios elaborados.								
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Integrar una base de datos de medios regionales, nacionales e internacionales que nos permitan generar una expansión de medios segmentados por públicos a los que nos interesa llegar. 	Base de datos sobre medios regionales, nacionales e internacionales integrada.	Porcentaje de integración de la base de datos sobre medios regionales, nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior 							

III. Enfoque informativo											
Alineación:	PLADI 2030 5.5. Eje Rumbo académico 5.6. Eje de cohesión institucional 5.7. Eje de gestión sustentable	PDI 2023 Rumbo académico Eje de cohesión institucional Eje de gestión sustentable									
Objetivo particular: Ofrecer información útil, accesible, comprensible, oportuna y de calidad a la comunidad universitaria, medios de comunicación y público en general											
Objetivos específicos: Captar la atención de nuestros públicos objetivos											
Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma						
					2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Elaborar mensajes con lenguaje dirigido a nuestro público objetivo	▲ Capacitación sobre el uso de lenguaje formal e informal a las y los responsables de generar y diseñar los contenidos de la información.	Capacitación sobre el uso de lenguaje formal e informal realizadas.	Número de capacitaciones sobre uso de lenguaje formal e informal realizadas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior							
	● Diversificar los productos y formatos de acuerdo con la naturaleza y perfiles de cada público (videos, podcasts, infografías, documentales, cortometrajes, etc) utilizando elementos gráficos y audiovisuales que hagan más atractivo el mensaje.	Productos de comunicación generados.	Número de productos de comunicación generados.								
Orientar a nuestros públicos sobre información institucional	■ Incorporar en la página web y portales institucionales el apartado de contacto, en el que los diversos públicos puedan requerir orientación sobre las actividades institucionales (formulario).	Formulario para consulta y asesoría desarrollado e incorporado en la página web y portales institucionales.	Porcentaje de solicitudes de orientación atendidas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinación de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior							
	■ Desarrollar e implementar chatbots en la página institucional de la UG y portales institucionales.	Chatbots implementados en la página institucional de la UG y portales institucionales.	Porcentaje de avance en la implementación de chatbots.								
	■ Desarrollar buscadores en las páginas y portales institucionales.	Buscadores desarrollados en las páginas y portales institucionales.	Porcentaje de buscadores desarrollados en las páginas y portales institucionales.								

Orientar a nuestros públicos sobre información institucional	■ Implementar un esquema de asesoría sobre información disponible, así como orientación del área en la que puede consultarla.	Esquema de asesoría sobre información disponible implementada.	Porcentaje de avance en la implementación del esquema de asesoría sobre información disponible.							
	■ Creación de un espacio virtual destinado a los y las estudiantes de primer ingreso, donde se proporcione toda información de inducción, trámites y servicios.	Espacio virtual de información para estudiantes de primer ingreso.	Porcentaje de avance en la creación del Espacio virtual de información para estudiantes de primer ingreso.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						
	■ Coordinación con las diversas áreas de la universidad para dar atención a las solicitudes de información recibidas a través de la página web, portales institucionales y redes sociales.	Esquema de coordinación implementado para la atención de solicitudes de información recibida a través de la página web, portales institucionales y redes sociales.	Calificación otorgada a la comunicación institucional.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						

Objetivos específicos: Poner a disposición de los diversos públicos información pertinente y oportuna

Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Actualización periódica y oportuna de la información	● Actualizar de manera periódica la información institucional (páginas y portales institucionales de la UG, directorios, tableros y espacios en sedes).	Información institucional actualizada en medios de comunicación.	Calificación otorgada a la página y portales institucionales.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
	● Difundir en la página web institucional, portales electrónicos, redes sociales, correo electrónico y pantallas institucionales eventos futuros en los que se identifiquen convocatorias, proyectos, becas, eventos, concursos y actividades de extensión a realizarse en los diferentes Campus y unidades administrativas.	Apartado de eventos futuros incorporado en medios de comunicación.	Calificación otorgada a la comunicación institucional.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
	● Difundir en redes sociales las fechas históricas y/o emblemáticas de nuestra universidad.	Informe de difusión de contenido en redes sociales.	Calificación otorgada a las redes sociales.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					

Actualización periódica y oportuna de la información	■ Clasificar el apartado de noticias con base en los temas y generadores de la información.	Apartado de noticias clasificado.	Calificación otorgada a la comunicación institucional.	Dirección de Comunicación y Enlace							
	■ Desarrollar una aplicación móvil de noticias institucionales.	Aplicación móvil de noticias desarrollada.	Porcentaje de avance en el desarrollo de la aplicación móvil de noticias institucionales.	⊕ Dirección de comunicación y Enlace							
	■ Desarrollar una multiplataforma en la que se integre diverso contenido informativo y de interés para cada uno de nuestros públicos.	Multiplataforma desarrollada.	Porcentaje de avance en el desarrollo de la Multiplataforma.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							
	■ Desarrollar un catálogo electrónico de trámites y servicios ofertados.	Catálogo electrónico de trámites y servicios desarrollado.	Porcentaje de avance en la integración del catálogo electrónico de trámites y servicios.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							
	■ Segmentar en la página institucional y portales electrónicos los diversos servicios y trámites disponibles para cada público y en cada espacio educativo.	Servicios y trámites disponibles segmentados para cada público y en cada espacio educativo.	Calificación otorgada a la comunicación institucional.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior							
	● Remitir mediante correo electrónico y redes sociales información novedosa y temas de interés por público objetivo.	Síntesis informativa remitida.	Número de síntesis informativas remitidas.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)						
	● Desarrollar campañas informativas sobre la normativa institucional, programas académicos, oferta educativa, deberes y derechos estudiantiles, e información vinculada a las funciones de las áreas administrativas, trámites y servicios brindados.	Campañas informativas desarrolladas.	Número de campañas de difusión sobre normativa, programas académicos, oferta educativa, deberes y derechos estudiantiles desarrolladas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)						

IV. Enfoque Divulgativo

Alineación:	PLADI 2030	PDI 2023
	5.5. Eje Rumbo académico 5.6. Eje de cohesión institucional 5.7. Eje de gestión sustentable	Rumbo académico Eje de cohesión institucional Eje de gestión sustentable

Objetivo particular: Impulsar la transferencia conocimientos, avances y desarrollos científicos generados por la comunidad universitaria

Objetivos específicos: Posicionar los conocimientos y avances científicos y tecnológicos desarrollados

Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Visibilizar los conocimientos y avances científicos y tecnológicos	▲ Difundir información referente al Repositorio Institucional de la Universidad de Guanajuato.	Información relativa al Repositorio institucional difundida.	Número de visitas al Repositorio Institucional de la Universidad de Guanajuato.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior						
	● Publicar contenido informativo (cápsulas, videos, documentales, entrevistas e infografías) sobre la generación de investigaciones científicas y tecnológica.	Contenido informativo sobre la generación de investigaciones científicas y tecnológica publicado.	Número de cápsulas, videos, documentales, entrevistas e infografías sobre la generación de investigaciones publicadas.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
	▲ Integrar agendas de participación para la comunidad científica de la UG en medios de comunicación.	Agendas de participación para la comunidad científica de la UG en medios de comunicación integrada.	Porcentaje de personas de la comunidad científica participes en medios de comunicación.		Actividad periódica (en relación con el programa anual de trabajo elaborado)					
	● Difundir de manera periódica información relativa a proyectos, convocatorias, periodos y apoyos para la investigación, así como el contenido temático de las investigaciones desarrolladas por la comunidad universitaria.	Información sobre proyectos, convocatorias, periodos y apoyos para la investigación difundidos.	Calificación otorgada a la comunicación institucional.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
Visibilizar los conocimientos y avances científicos y tecnológicos	● Difundir jornadas académicas con la comunidad universitaria para potenciar los proyectos de investigación.	Jornadas académicas con la comunidad universitaria difundidas	Número de Jornadas académicas con la comunidad universitaria difundidas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior						
	● Diseñar y desarrollar una revista universitaria con enfoque a estudiantes del Nivel Medio Superior	Ediciones de la revista con enfoque a estudiantes de NMS generadas	Número de ediciones de la revista con enfoque a estudiantes de NMS GENERADAS		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					

Destacar la generación y aplicación de conocimientos	● Elaborar un boletín sobre la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos de la comunidad universitaria para ser difundido mediante correo electrónico y redes sociales.	Boletín generado.	Porcentaje de boletines generados.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	● Diseñar y difundir campañas sobre logros obtenidos de la comunidad universitaria, así como experiencias sobre la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos	Campañas diseñadas	Número de campañas vinculadas a la generación y aplicación de conocimientos difundidas		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	● Poner a disposición de medios y público externo, noticias relacionadas a la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos.	Notas de prensa generadas.	Número de notas de prensa generadas.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	● Gestionar la actualización de los documentos académicos en la Librería Universitaria y en catálogo editorial de la UG.	Documentos académicos actualizados en la Librería Universitaria y editorial UG.	Número de documentos académicos actualizados.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	▲ Desarrollar campañas de difusión, relacionadas a la oferta de servicios de investigación desarrolladas por la comunidad universitaria.	Campaña vinculada a la oferta de servicios de investigación desarrollada.	Número de campañas vinculada a la oferta de servicios de investigación desarrolladas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad periódica (considerar en el programa anual de trabajo)
Destacar la generación y aplicación de conocimientos	■ Generación y actualización de un directorio de personal dedicado a la investigación y sus líneas de trabajo.	Directorio de investigadores e investigadoras generado.	Porcentaje de personal de investigación incluido en el directorio.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace	

Objetivos específicos: Impulsar el intercambio y comunicación de información científica										
Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Generación de alianzas estratégicas	■ Diseñar un mapa de relaciones y vínculos de colaboración que sostiene la UG con el entorno social.	Mapa de relaciones y vínculos de colaboración que sostiene la UG con el entorno social diseñado.	Porcentaje de avance en el diseño del mapa de relaciones y vínculos de colaboración que sostiene la UG.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						
	● Publicitar los centros de investigación de la UG bajo un enfoque multidisciplinario.	Centros de investigación de la UG publicitados.	Porcentaje de centros de investigación de la UG publicitados.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
	● Participar en ferias y exposiciones científicas que proyecten a la UG a través de las investigaciones y servicios de investigación.	Ferias y exposiciones científicas a las que se les dio cobertura.	Número de ferias y exposiciones científicas a las que se les dio cobertura.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
	● Difundir las investigaciones, artículos y publicaciones desarrolladas por la comunidad universitaria a sectores sociales y productivos.	Investigaciones, artículos y publicaciones difundidos a sectores sociales y productivos.	Número de Investigaciones, artículos y publicaciones difundidos.		Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					
	■ Impulsar la generación de unidades de divulgación científica especializada.	Unidades de divulgación científica creadas.	Número de Unidades de divulgación científica creadas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						

V. Enfoque Inclusivo

Alineación:	PLADI 2030 6. Eje de cohesión institucional Estrategia. Comunicación institucional. Estrategia. Igualdad humana y perspectiva de género	PDI 2023 Eje de cohesión institucional Igualdad humana y perspectiva de género
--------------------	---	---

Objetivo particular: Contribuir a una cultura de paz y legalidad a través de la promoción de una conciencia de igualdad y no discriminación, sustentada en el respeto, conocimiento y reconocimiento a las diversidades personales

Objetivos específicos: Instituir una comunicación incluyente, diversa y participativa que promueva la igualdad, el respeto y la no discriminación

Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma					
					2021	2022	2023	2024	2025	2026
Generación de herramientas de comunicación para la promoción de una cultura de igualdad, respeto y no discriminación	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar y difundir un manual institucional para el uso y aplicación del lenguaje incluyente y no sexista en la comunicación institucional. 	Manual institucional para el uso y aplicación del lenguaje no sexista en la comunicación institucional elaborado.	Porcentaje de avance en la elaboración del manual institucional para el uso y aplicación del lenguaje no sexista en la comunicación institucional.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace						
	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar una guía documental y material de referencia para la elaboración de campañas de comunicación que contribuyan a la erradicación de la violencia de género, la desigualdad y la discriminación a identidades sexogénicas diversas. 	Guía documental y material de referencia para la elaboración de campañas que contribuyan a la erradicación de la violencia de género, la desigualdad y la discriminación a identidades sexogénicas diversas.	Porcentaje de avance en la generación de la guía documental y material de referencia para la elaboración de campañas de comunicación.							
	<ul style="list-style-type: none"> Generación de material audiovisual para la difusión de información con perspectiva de género e interseccionalidad. 	Material audiovisual de información con perspectiva de género e interseccionalidad generado.	Número de materiales audiovisuales de información con perspectiva de género e interseccionalidad generados.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior	Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)					

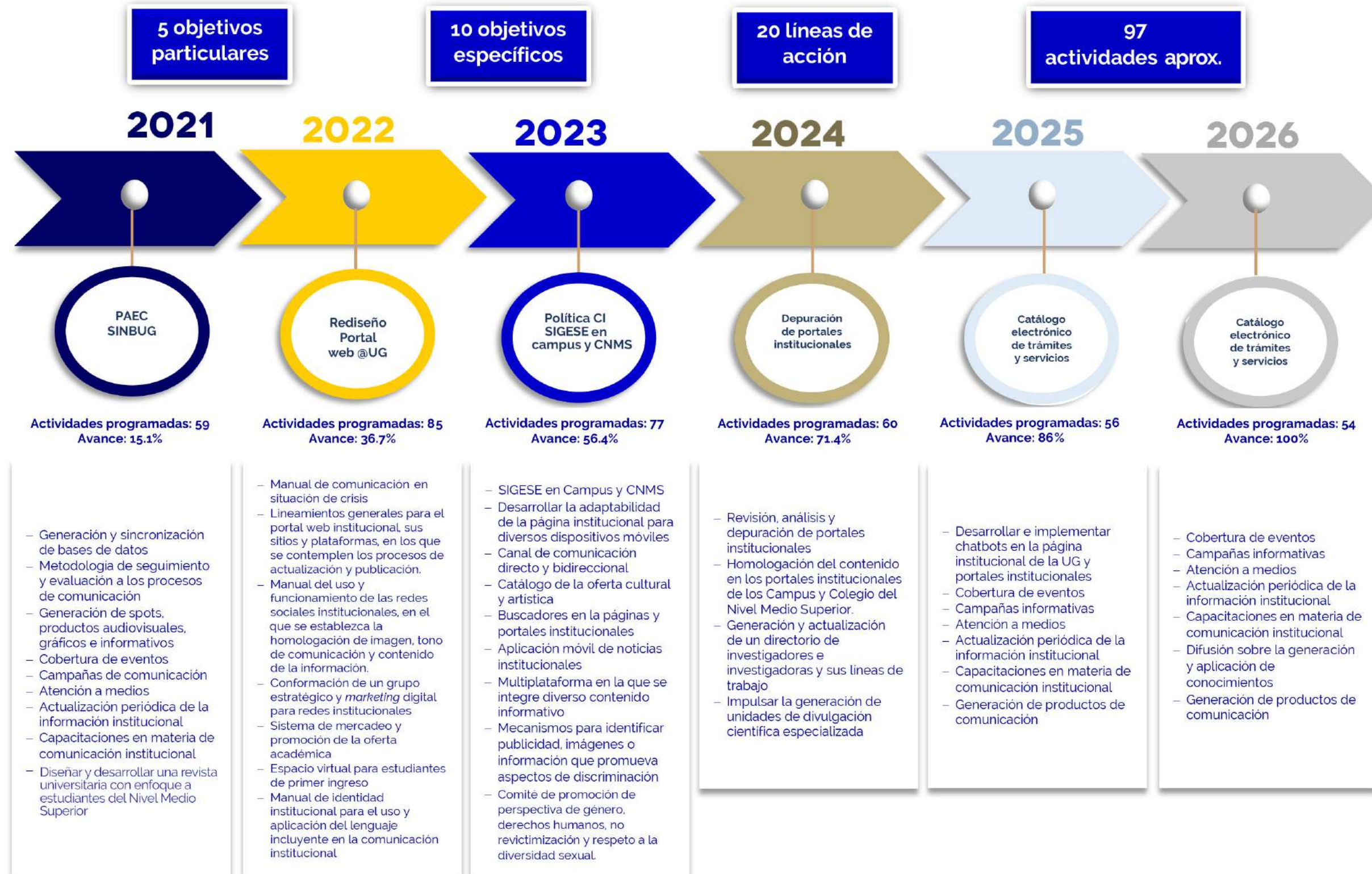
	<p>▲ Brindar capacitaciones a las y los responsables de comunicación para que cuente con las herramientas necesarias para el desarrollo de mensajes y campañas de comunicación con perspectiva de género y no discriminación.</p>	<p>Capacitaciones para la implementación de mensajes y campañas de comunicación con perspectiva de género brindadas.</p>	<p>Número de capacitaciones para la implementación de mensajes con perspectiva de género.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p>	<p>Actividad periódica (considerar en el programa anual de trabajo)</p>
<p>Coadyuvar a la eliminación de estereotipos de género y su reproducción en los medios de comunicación</p>	<p>● Diseñar campañas para difusión de la normatividad y los servicios institucionales para prevenir, atender y denunciar la violencia de género.</p>	<p>Campañas promocionales sobre la normatividad y servicios institucionales para prevenir, atender y denunciar la violencia de género.</p>	<p>Número de campañas informativas diseñadas.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p>	<p>Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)</p>
	<p>▲ Elaborar y difundir campañas que promuevan la participación de las y los integrantes de la comunidad universitaria para erradicar la violencia, los estereotipos y las representaciones discriminatorias, excluyentes y sexistas.</p>	<p>Campañas que promuevan la participación de las y los integrantes de la comunidad universitaria para erradicar la violencia, los estereotipos y las representaciones discriminatorias, excluyentes y sexistas.</p>	<p>Número campañas que promuevan la participación de las y los integrantes de la comunidad universitaria para erradicar la violencia, los estereotipos y las representaciones discriminatorias, excluyentes y sexistas.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace ⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior</p>	<p>Actividad periódica (considerar en el programa anual de trabajo)</p>
	<p>■ Diseñar e implementar guías para identificar publicidad, imágenes o información que promueva aspectos de discriminación.</p>	<p>Guías para identificar publicidad, imágenes o información que promueva aspectos de discriminación diseñados.</p>	<p>Porcentaje de avance en el diseño de guías para identificar información que promueva la discriminación.</p>	<p>⊕ Dirección de Comunicación y Enlace</p>	

Objetivos específicos: Promover una comunicación accesible sustentada en los principios de inclusión y diversidad.

Línea de acción	Actividad	Entregable	Indicadores	Responsable	Cronograma						
					2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Reducir las barreras en la comunicación institucional	● Implementar tecnologías adaptativas en los medios digitales de comunicación institucional para personas con algún tipo de discapacidad.	Tecnologías adaptativas en los medios digitales de comunicación institucional implementadas.	Número de medios de comunicación digital en la que se implementa el uso de tecnologías adaptativas.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	● Incorporar en los programas y eventos institucionales lenguaje de señas y audio descripción para la recepción de información para personas con discapacidades sensoriales.	Programas y eventos institucionales en la que se incorporó lenguaje de señas y audio descripción.	Porcentaje de programas y eventos institucionales en la que se incorporó lenguaje de señas y audio descripción.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	● Generar productos de comunicación tendientes a facilitar el acceso de toda comunicación institucional a personas con algún tipo de discapacidad.	Productos de comunicación tendientes a facilitar el acceso de toda comunicación institucional generados.	Número de productos de comunicación tendientes a facilitar el acceso de toda comunicación institucional generados.	⊕ Coordinaciones de comunicación de los Campus y Colegio del Nivel Medio Superior							Actividad constante (en relación con las actividades e información generada)
	▲ Gestionar talleres y capacitaciones a las áreas responsables de comunicación para el desarrollo de una comunicación inclusiva.	Talleres de comunicación para el desarrollo de una comunicación inclusiva brindados.	Número de talleres de capacitación para el desarrollo de una comunicación inclusiva celebrados.	⊕ Dirección de Comunicación y Enlace							Actividad periódica (considerar en el programa anual de trabajo)

LÍNEA DEL TIEMPO

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2021-2026



RESPONSABLES

Mtro. Jesús Rodrigo Guadalupe Nájera Trujillo

Director de Comunicación y Enlace

Mtra. Rosa María Flores Paredes

Coordinadora de comunicación del Campus Celaya-Salvatierra

Lic. María Guzmán Placita

Coordinadora de comunicación del Campus Guanajuato

Mtra. Irma Leticia Hernández Cervantes

Coordinadora de comunicación del Campus Irapuato-Salamanca

Mtra. Cinthya Ramírez Zúñiga

Coordinadora de comunicación del Campus León

Lic. Daniela Itzel Sandoval Soto

Coordinadora de comunicación del Colegio del Nivel Medio Superior