



EDUCACIÓN CON
RESPONSABILIDAD
SOCIAL



Informe de labores 2013

Coordinación General de Comunicación Social





Directorio

José Eduardo Hernández Nava
Rector

Christian Jorge Torres-Ortiz Zermeño
Secretario General

Celso Armando Ávalos Amador
Delegado Regional No. 3

María Guadalupe Carrillo Cárdenas
Coordinadora General de Comunicación Social

Juan Diego Gaytán Rodríguez
Secretario Técnico

Carlos Enrique Tene Pérez
Director General de Planeación y Desarrollo Institucional





Yaret Nohemí Ramos Vallett: Responsable Editorial.

Carmen Anahí Escamilla Díaz: Responsable de Vinculación y Promoción.

Adriana Coello Aguilar: Responsable de Análisis de Medios y Seguimiento de Proyectos.

Aniela Carolina Cruz Sevilla: Responsable de Diseño Gráfico.

Alma Cecilia Sánchez Pulido: Responsable de Redes Sociales.

Ana Elizabeth Valdez Reyes: Responsable de Asuntos Contables y Financieros.

Hugo Alejandro Ramírez Rodríguez: Responsable de Tecnologías.

Eduardo Urzúa Magaña: Responsable de Conducción Radiofónica.

Alejandra Rojas Carrillo: Secretaria.

Kaori Esmeralda Avalos Araujo: Secretaria.



Índice

	Pág.
Presentación	5
Capítulo I. Programas y actividades de la dependencia	6
I.I Programas y actividades realizadas	6
I.II Contribución al cumplimiento de los objetivos estratégicos del PIDE 2010-2013	29
Capítulo II. Personal	31
II.I Personal adscrito a la dependencia	31
II.II Capacitación y actualización	33
II.III Movilidad del personal	35
Capítulo III. Convenios y redes de colaboración	36
Capítulo IV. Gestión académica	39
IV.I Actividades colegiadas	39
IV.III Mejora de la capacidad física instalada y equipamiento	42
Capítulo VII. Informe financiero	43
Capítulo VIII. Avances del Programa Operativo Anual 2013	45
Conclusiones	49





Misión

La Universidad de Colima como organismo social, público y autónomo tiene como misión: contribuir a la transformación de la sociedad a través de la formación integral de bachilleres, profesionales, científicos y creadores de excelencia, y el impulso decidido a la creación, la aplicación, la preservación y la difusión del conocimiento científico; el desarrollo tecnológico y las manifestaciones del arte y la cultura, en un marco institucional de transparencia y oportuna rendición de cuentas.

Visión al 2030

La Universidad de Colima en el 2030 es una institución reconocida mundialmente como una de las mejores universidades del país por su calidad y pertinencia, que asume su responsabilidad social **contribuyendo sistémica y creativamente al desarrollo equitativo, democrático y sustentable de la entidad, la nación y el mundo**, y se distingue por:

- La formación orientada al desarrollo integral de ciudadanos creativos, altamente competentes en su ámbito laboral, socialmente solidarios y comprometidos; formados con programas educativos de calidad, desde una perspectiva humanista, flexible, innovadora, centrada en el aprendizaje.
- El reconocimiento de la calidad de sus programas de investigación científica – básica y aplicada– como resultado de sus contribuciones al conocimiento, el desarrollo de la entidad y el país y la formación de una cultura científica y tecnológica localmente relevante.
- El éxito en sus relaciones de cooperación académica y cultural con individuos, instituciones y organizaciones nacionales y extranjeras, basadas en la reciprocidad y estructuras flexibles.
- Liderar el análisis crítico de la sociedad, para contribuir al desarrollo sustentable, responder y anticiparse a las necesidades del entorno transfiriendo arte, ciencia, tecnología e innovación, en un esquema de corresponsabilidad y compromiso social.
- Soportar su gobernabilidad en un sistema de gestión ágil, transparente, flexible y con procesos certificados, haciendo de su autonomía un ejercicio responsable.





Presentación

En 1985, por acuerdo No. 31, se aprobó la creación de la Coordinación General de Comunicación Social. Sin embargo, en 1987, por acuerdo No. 12, fue fusionada con la Coordinación de Extensión Cultural y se crea así la Coordinación General de Extensión Universitaria, misma que permaneció de esa manera hasta abril de 2008, cuando, por acuerdo No. 2 y a propuesta del rector, M. en C. Miguel Ángel Aguayo López, el Consejo Universitario aprueba nuevamente la creación de la Coordinación General de Comunicación Social.

Actualmente la Coordinación General de Comunicación Social se integra por las direcciones generales de Información, Publicaciones, Radio Universitaria, Televisión Universitaria, y el Centro de Periodismo Universitario (El Comentario).

La Coordinación General de Comunicación Social posee una amplia estructura orgánica táctica y operativa, constituida por el liderazgo de sus profesionales, el capital humano y la infraestructura técnica requerida para consolidar una visión integrada de la comunicación que responde eficazmente a las necesidades institucionales y al entorno.

A partir del arranque de esta administración rectoral, la Coordinación General de Comunicación Social ha asumido como principal reto la articulación eficaz de sus funciones al interior de la dependencia, así como de las direcciones generales que la componen, y con ello impactar en los procesos de comunicación de toda la institución. En el año que se informa nos hemos enfocado a impulsar el proyecto rectoral, buscando como principal objetivo el posicionamiento de la agenda de trabajo institucional para el periodo 2013-2017 sustentada en 4 ejes rectores de la educación con responsabilidad social, haciendo énfasis en el compromiso social, en las buenas prácticas y en la gestión responsable

Al interior de la Coordinación General de Comunicación Social se ha reconocido el trabajo sistémico como principio básico para el establecimiento de nuevas dinámicas en modelo de comunicación institucional, y como estrategia de acercamiento con las dependencias y actores clave para la consecución de las metas fijadas en el proyecto rectoral.



Capítulo I. Programas y actividades de la dependencia

I.I Programas y actividades realizadas

Sitio Web Universitario

Una de las primeras encomiendas de la actual administración rectoral fue la revisión y actualización del sitio web institucional, proyecto encomendado a las coordinaciones generales de Comunicación Social y de Tecnologías de la Información como las responsables del seguimiento y respuesta a tal encargo.

El primer paso fue establecer encuentros, en varias ocasiones se reunieron titulares y personal de ambas coordinaciones para intercambiar puntos de vista y sugerir rutas de trabajo. Una vez que se intercambiaron puntos de vista en torno al portal y de lo que se esperaba de él, las titulares, Dra. Lourdes Galeana de la O de Tecnologías de Información y Licda. Ma. Guadalupe Carrillo Cárdenas de Comunicación Social se reunieron para comenzar a definir la metodología de trabajo. Así, convinieron crear un comité operativo que diera seguimiento a esta intención, conformado por titulares de dependencias y personal de ambas coordinaciones generales.

Este comité inició un trabajo intenso con el objetivo de crear un proyecto que respondiera a las expectativas de la Rectoría. Los integrantes comenzaron a identificar las áreas de oportunidad, posibles estrategias, los insumos y proyectos desarrollados a la fecha que permitieran realizar una revisión diagnóstica del actual sitio web institucional y establecieron lineamientos conjuntos generados desde el grupo de trabajo inicial.

Una vez que el comité responsable unificó criterios y estableció una visión conjunta, se vio la necesidad de integrar equipos de alto desempeño e institucionalidad que inicialmente tendrían la encomienda de desarrollar tres vertientes en las que se dividió el proyecto: imagen, contenidos y normativa, y para ello invitaron a participar a expertos de nuestras dependencias y a especialistas de otras áreas para abordar estas temáticas desde diferentes perspectivas. Se privilegió la pluralidad y apertura entremezclando experiencia y juventud





para desarrollar lo que será el perfil de nuestra institución en la web. De esta manera comenzaron a trabajar los subcomités.

El **subcomité de imagen** tiene la encomienda de unificar los criterios con todo aquello relacionado con la imagen institucional para su uso digital y editorial, mientras que el **subcomité de contenidos** tiene como misión generar los referentes en los que se construirá la arquitectura de la información que dará sustento a todo lo que aloje nuestra página, definiendo parámetros, estructuras y estándares básicos que permitan darle al portal una nueva significación y diseño. Finalmente, el **subcomité de normativa** tiene la tarea de generar marcos de referencia sobre los cuáles se garantizará el óptimo funcionamiento y mantenimiento del sitio web.

A partir de los resultados de estos equipos de trabajo, se tuvo la iniciativa de crear el **subcomité de programación**, responsable de construir la plataforma con base en los acuerdos de los subcomités anteriores y en conjunto con las diversas dependencias universitarias; la idea es responder a las necesidades específicas de cada área, pero bajo un marco regulativo integral.

Es así como se han llevado a cabo muchas y diversas reuniones al interior de cada subcomité, entre todos los subcomités y entre los responsables de los mismos. Además, a partir de agosto nos hemos reunido los responsables de los subcomités y los respectivos equipos de trabajo con los coordinadores generales de Extensión, Administrativa y Financiera, Investigación Científica y Docencia, con quienes se están dando los primeros pasos para la atención a las necesidades específicas de cada área.

Además, se ha desarrollado una relación de colaboración con la Unidad de Transparencia y Enlace Institucional y el Programa de Propiedad Intelectual de nuestra institución, con los que se trabaja estrechamente para la revisión y supervisión del portal en la materia.

Bajo esta dinámica de trabajo, se estableció un nuevo paradigma en el quehacer universitario al generar un modelo de gestión, que servirá de referente dentro del ámbito de las universidades mexicanas, según lo expresó la Dra. Lourdes Galeana de la O,





responsable del Sistema Nacional de Educación a Distancia (SINED), que han establecido la SEP y la ANUIES, y Coordinadora General de Tecnologías de Información de la Universidad de Colima. Con ello se determina que el portal web será caracterizado como la herramienta principal de todo el accionar universitario al generar dos ámbitos de la información: uno de uso y consulta pública (internet) y otro de uso interno (intranet). Asimismo, tendrá énfasis en el nuevo modelo de gestión rectoral, enfocado a potenciar el trabajo de los diversos actores de la comunidad universitaria, con el fin de aportar al sentido de pertenencia e institucionalidad y particularmente a las acciones universitarias que favorezcan el desarrollo social.

Esta etapa ha sido vital para el proyecto, al permitirnos conocer un cúmulo de información que tiene relevancia e impacto para el proyecto (estudios, encuestas, propuestas de diseño, normativas, trabajos de investigación, metodologías de evaluación, estudios de comparativos, plataformas, aplicaciones, entre muchos otros); conocer los argumentos y dinámicas de trabajo, los actores que han participado de ello, sus proyectos y el estado que guardan muchos de ellos, así como descubrir y reconocer el valor y capacidad de los involucrados, para sumar sus talentos al proyecto, permitiendo conocer actores claves para las etapas posteriores.

Es por ello que auguramos que la renovación del portal institucional, que se dará a conocer en las próximas semanas, será bien recibida tanto por la comunidad universitaria como por la sociedad en general.



Actividades realizadas			
Nombre: Proyecto Modelo de Gestión del Portal Web Institucional.			
Objetivo: Reestructurar la plataforma de servicios web de la Universidad de Colima			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Desarrollar un modelo normativo para la implementación, uso y evaluación del portal web universitario	70%	No requiere recursos financieros.	
Definir la arquitectura de la información que contendrá el nuevo modelo	35%	No requiere recursos financieros.	
Definir el modelo de aplicaciones gráficas que el portal web seguirá, alineando los criterios del manual de imagen institucional para versiones editoriales y digitales	50%	No requiere recursos financieros.	
Implementar la plataforma en su primera etapa el internet (acceso público)	45%	No requiere recursos financieros.	



Sitio Web en enciclopedia didáctica leecolima

Con el objetivo de difundir el quehacer universitario y contribuir a la formación integral de la comunidad estudiantil, la Coordinación General de Comunicación Social continuó este año insertando en la enciclopedia didáctica *leecolima* notas, boletines y eventos en los que la Universidad de Colima ha sido partícipe y donde cada vez más se destaca el quehacer universitario con responsabilidad social, actividades guiadas por la Agenda Universitaria, la cual contiene cuatro ejes rectores y seis programas, como es Calidad de Vida y Cuidado del Patrimonio, entre otros.

Hasta la fecha se han publicado en esta plataforma **2,173 notas**, mismas que se clasifican en los siguientes rubros: **1,491 boletines universitarios, 123 notas deportivas, 36 cursos universitarios, 151 eventos culturales y 18 diplomados.**

Actividades realizadas			
Nombre: Enciclopedia Leecolima			
Objetivo: Difundir el quehacer universitario y contribuir a la formación integral de la comunidad estudiantil.			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Incrementar en 2013 la información universitaria difundida a través del sitio web institucional, con especial énfasis en los temas de la agenda rectoral.	100%	No requiere recursos financieros.	



Coordinación de Comunicación Social

Universidad de Colima

[Inicio](#) [Contacto](#) [Universidad de Colima](#) [RSS](#) [Inicio PaD](#) [Inicio Windows Mobile](#)

Buscar



Publicado el 13 septiembre, 2013 por CGCS

— Anterior Siguinte —

Firman memorándum de entendimiento universidades de Corea y Colima



"Para nosotros, la ventana de oportunidad está en la política de internacionalización de nuestras instituciones"; Rector Hernández Nava.



En visita a la Universidad de Corea, el rector de la Universidad de Colima, José Eduardo Hernández Nava firmó un memorándum de entendimiento con el Instituto de Estudios Hispánicos de aquella institución, localizada en la capital de ese país, Seúl, para desarrollar investigaciones conjuntas y para que profesores-investigadores puedan realizar visitas allá y dictar conferencias.



La contraparte del instituto coreano será el Centro Universitario de Estudios e Investigaciones en la Cuenca del Pacífico (CUEICP). Hernández Nava ofreció también un espacio para que estudiantes de la U de Corea realicen prácticas profesionales, bien dentro de la UdeC o fuera de ella, en empresas coreanas.



Tanto el instituto coreano como el CUEICP ofrecieron sus respectivas revistas para iniciar publicaciones conjuntas. Pronto viajará la profesora Kim Soonsung a la Universidad de Colima para adelantar el proceso de colaboración reafirmado con la visita de Hernández Nava a la Universidad de Corea.



En lo que fue la cuarta jornada de trabajo, el rector colimense fue recibido por su homólogo de la U de Corea, Byoung-Chul

Entrevistas en medios externos locales y universitarios

En 2013 se gestionaron 120 entrevistas en las siguientes radiodifusoras y televisoras locales: Once TV Conexión, Meganoticias, Radio Acir, La Mejor FM, Radiorama, Televisión Universitaria y Universo 94.9 con el fin de facilitar el encuentro y participación de la comunidad universitaria y la sociedad, a fin de reforzar la identidad institucional, la difusión y divulgación de la creatividad, el conocimiento y las buenas prácticas.

Con estas entrevistas se logró incrementar la difusión del quehacer universitario y los ejes de desarrollo de la Agenda Rectoral 2013-2017, como es el eje responsabilidad social en la difusión del conocimiento.

Se impulsó el programa Calidad de Vida a través de un sistema de comunicación eficiente y eficaz en la comunidad universitaria y en la sociedad, a través de medios institucionales y externos. Como ejemplo, se contactó a una estación de radio, La Mejor FM, para que realice entrevistas cada 15 días, aproximadamente, a especialistas del Programa de Liderazgo con Desarrollo Humano, donde aborde temáticas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas.

Con estas entrevistas, también, unificamos el sistema de información institucional, permitiendo la interacción entre los distintos programas y así difundir la información necesaria para incrementar el potencial académico de la comunidad universitaria: cursos, talleres, diplomados, servicios y actividades deportivas, culturales y recreativas.

Actividades realizadas			
Nombre: Entrevistas con medios externos			
Objetivo: Impulsar la difusión a través de un sistema de comunicación eficiente y eficaz a través de los medios de comunicación locales y universitarios.			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Incrementar la difusión institucional y potencial académico de la comunidad universitaria.	100%	No requiere recursos financieros.	



Ejemplo de calendario para entrevistas con medios externos

FECHA	ENTREVISTA	MEDIO
LUNES 4 FEBRERO 1:00 PM	Entrevista al rector Eduardo Hernández	Con David Campos Programa: Meganoticias, Diez Televisión. Se transmitió el mismo día por la noche. Duración: 1 hora
MARTES 5 DE FEBRERO 7:45 a.m.	Exposición de José Antonio Enciso Núñez en Museo de Artes Populares el jueves 7 febrero	Con Max Cortés, La Mejor FM En cabina, 15min.
MARTES 5 FEBRERO 7:50	Entrevista al rector Eduardo Hernández	Con Edison Solís, Radiorama En cabina, duración: media hora
MÉRCOLES 13 DE FEBRERO 11:15 A.M.	Dra. Nancy Molina 11:15 a.m. en la Fac. de Psicología de la UdeC	Con Alejandra Aréchiga (Televisa) Programa: CN Noticias de la tarde. 5 min.
Miércoles 10 de abril de 2013 7:45 a.m.	XXX Aniversario de la Facultad de Arquitectura Dr. Luis Gabriel Gómez Azpeitia. Director de la Fac. de Arquitectura de la UdeC	Con Max Cortés, La Mejor FM En cabina, 15min.
Lunes 20 de mayo de 2013 8:45 p.m.	Campaña donación de órganos	Con David Campos Programa: Meganoticias, Diez Televisión. Duración: 10 minutos
Lunes 12 de agosto de 2013 8:00 a.m.	Programa "Calidad de Vida" de la UdeC Mtro. Francisco Javier Venegas González , está al frente la Dirección General de Orientación Vocacional de la U de C	Con Max Cortés, La Mejor FM En café de la plaza del Hotel Ceballos Duración: 15 minutos



El Comentario.... de la Prensa a la Radio

Este programa surgió como una iniciativa de la Coordinación General de Comunicación Social, en el año 2010, con el objetivo de dar a conocer a la sociedad colimense las noticias internacionales, nacionales, locales y universitarias que se publican en los medios de comunicación institucionales.

Este noticiero, hasta marzo del presente año, tenía una duración de 30 minutos, y a partir del 15 de abril se modificó la estructura del programa y aumentó su duración a 45 minutos. Se transmite en vivo de lunes a viernes en horario de 8:15 a 9:00 de la mañana. En este espacio se leen notas informativas que se publican al día en el periódico “El Comentario”. En 2013 se transmitieron **190 emisiones** e igual número de **entrevistas**.

Actividades realizadas			
Nombre: Noticiero “El Comentario... de la prensa a la radio”			
Objetivo: Posicionar de manera atractiva los productos comunicacionales, en particular el periódico El Comentario y las actividades universitarias así como eventos y temas de interés académico.			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Incrementar el horario de transmisión	100%	No requiere recursos financieros.	

Equipo de Producción “El Comentario.... de la Prensa a la Radio”

Rocío Cárdenas Zamora	Productora
Eduardo Urzúa Magaña	Conductor titular
Karina Ortiz Bonales	Conductora titular
Diana Selene Peña Vélez	Conductora Suplente
Alejandro González	Operador
Vanessa Medina	Guionista





Los reporteros del periódico el Comentario que colaboran en el programa son:

Yensuni López Aldape	Corresponsal Tecomán
Francis Bravo Chacón	Colima
Carlos Arévalos	Colima



El programa se encuentra estructurado como sigue:

El Comentario de la Prensa a la Radio				
Guía de Continuidad				
INICIO: 08:15 horas				
No.	ACTIVIDAD	SOPORTE	T.P.	T.T.
BLOQUE 1				
1	RÚBRICA DE ENTRADA	MÚSICA INSTRUMENTAL	38"	38"
2	BIENVENIDA	EN VIVO	50"	1'28"
3	Mención de los bloques	EN VIVO	1"	2'28"
4	Entrevista	EN VIVO	7'12"	8'40"
5	Lunes entra "Al Vuelo" de Rogelio Guedea Martes a viernes reporte informativo de AF medios	GRABACIÓN	4'10"	12'50"
6	SALIDA A CORTE	MÚSICA INSTRUMENTAL	10"	13'00"
7	PROMOCIONALES	PC	2'00"	15'00"
BLOQUE 2				
1	RÚBRICA DE ENTRADA	MÚSICA INSTRUMENTAL	38"	38"
2	Notas Internacionales	EN VIVO	2'20"	2'58"
3	Notas Nacionales	EN VIVO	2'20"	5'18"
4	Notas Locales	EN VIVO	2'00'	7'18"
	Notas Universitarias	EN VIVO	1'	8'18"
	Enlace con reportero de El Comentario	EN VIVO	4'32"	12'50"
6	SALIDA A CORTE	MÚSICA INSTRUMENTAL	10"	13'00"
7	PROMOCIONALES	PC	2'00"	15'00"
BLOQUE 3				
1	RÚBRICA DE ENTRADA	ADAS	38"	38"
2	Editorial	EN VIVO	2'28"	3'
3	Opinión del comentarista	EN VIVO	9'30"	12'30"
	Despedida y agradecimientos	EN VIVO	0'20"	12'50"
6	SALIDA A CORTE	MÚSICA INSTRUMENTAL	10"	13'00"
7	PROMOCIONALES	PC	2'00"	15'00"

Red de Comunicación

Al diversificarse el actuar de la Coordinación General de Comunicación Social, se hizo palpable la necesidad de crear una red de comunicación cuyos objetivos son establecer vínculos a través de un encargado, para atender las necesidades de difusión, divulgación y comunicación de las dependencias y facultades de la Universidad de Colima. El fin principal es fortalecer la imagen de la institución, entre la misma comunidad universitaria y la sociedad en general, y ser el enlace entre las dependencias universitarias y los medios de comunicación propios y externos.

La CGCS asumió la responsabilidad de crear esta red, y para lograrlo se han tenido reuniones con la delegación Manzanillo y con los coordinadores generales para darles a conocer la intención de crear esta red con su colaboración.

Actividades realizadas			
Nombre: Red de Comunicación			
Objetivo: Establecer vínculos para atender las necesidades de difusión, divulgación y comunicación de las dependencias y facultades de la Universidad de Colima, con el fin de fortalecer la imagen de la institución dentro y fuera de la misma.			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Dar a conocer la intención de crear la Red entre los delegados y coordinadores de la Universidad de Colima	60 %	Ordinario	\$880.00



Banner del sitio web institucional

Después de mejorar su imagen y el cambio en la plataforma para su gestión, este servicio de difusión digital sigue trabajando de acuerdo a los lineamientos establecidos en marzo de 2012. En el presente año difundió **143 eventos universitarios**.

Este año el sitio institucional tendrá una renovación desde el contenido hasta la parte gráfica, por lo que el banner institucional en el que se difundían la mayoría de los eventos universitarios será transformado en una **agenda**, en la cual se verán los eventos organizados por los planteles y las dependencias de la institución. De esta manera se presentará la información más organizada a los universitarios y al público en general.



El banner difunde diversas actividades académicas, culturales, deportivas, científicas y sociales, principalmente, de la institución. Contiene la información necesaria para la presentación, y una vez que se entra a la liga se amplían los datos, de acuerdo al tipo de actividad o evento que se dé a conocer. Por ejemplo, cuando se trata de grandes eventos, como congresos o cursos, la liga nos lleva a los micro sitios, donde se informa de la fecha, lugar, programa, invitados, currículum, entre otra información. En cambio, cuando se trata de una conferencia o presentación de libro, por ejemplo, la liga nos lleva a un PDF con el diseño e información que se maneja en el original de prensa.

El tiempo que permanece un aviso en el banner es de acuerdo a su vigencia, pero puede durar desde días hasta semanas. En el banner pueden subirse hasta 13 eventos, una situación que mejorará cuando se abra el portal y se diseñe la agenda.

Actividades realizadas			
Nombre: Banner del sitio web institucional			
Objetivo: Difundir información institucional a través del banner del sitio web Ucol			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Difundir en el banner el cien por ciento de las solicitudes generadas.	100 %	No requiere recursos	



Aplicaciones gráficas

Para complementar la labor de la Coordinación General de Comunicación Social se requería una persona encargada de diseño gráfico, así que en abril del presente año se incorporó Aniela Carolina Sevilla Cruz, egresada de la carrera de Diseño Gráfico, quien es la responsable de elaborar o trabajar los diseños que se utilizan en las redes sociales oficiales, así como para las campañas institucionales. Todo esto en coordinación con la Dirección General de Información.

En la fecha que se informa se han realizado **35 aplicaciones**, entre ellas invitaciones, avisos, portadas para Facebook, inserciones para El Comentario, lonas y banner universitario.

Se pretende que las aplicaciones gráficas aumenten para el próximo año y sirvan de apoyo a las publicaciones en medios electrónicos y redes sociales, además de crear campañas más visuales acordes con los requisitos informativos de la institución.

Actividades realizadas			
Nombre: Aplicaciones gráficas			
Objetivo: Difundir información institucional a través de medios impresos, electrónicos y redes sociales de la Ucol			
Metas planteadas para 2013	Avance en % logrado en 2013	Fuentes de financiamiento	Monto invertido
Crear opciones más visuales para presentar eventos, avisos y actividades de la Universidad de Colima	100%	No requiere recursos	



Redes sociales

Desde su creación, la CGCS ha desarrollado como parte de sus funciones el impulsar nuevas formas de comunicación sustentadas en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), por lo que a partir de noviembre de 2010 decidió incursionar en las redes sociales con el objetivo de impulsar, mediante el Social Media, estrategias que refuercen la identidad institucional, fortalezcan la comunicación y faciliten o propicien el diálogo entre la comunidad universitaria y la sociedad.

Este proyecto ha permitido que la Universidad de Colima difunda el quehacer institucional en un medio en el que converge la mayoría de los jóvenes y en el cual la información y retroalimentación se llevan a cabo en tiempo real; por lo que deja de ser un medio más de difusión, para convertirse en una ventana de atención hacia la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Facebook: Universidad de Colima Oficial

El perfil oficial de la UdeC en Facebook, se encuentra registrado bajo el nombre de *Universidad de Colima Oficial*, y a pesar de que existen otras páginas registradas con el nombre de la institución, ésta ha logrado establecer un crecimiento constante año tras año. En 2012 contaba con 13,763 fans, es decir, perfiles que dan seguimiento a nuestra página o nos tienen como contacto. Actualmente cuenta con **20,605 fans**, es decir, se agregaron 6 mil 851 seguidores, lo que representa un **33.2 por ciento de incremento en un año**.



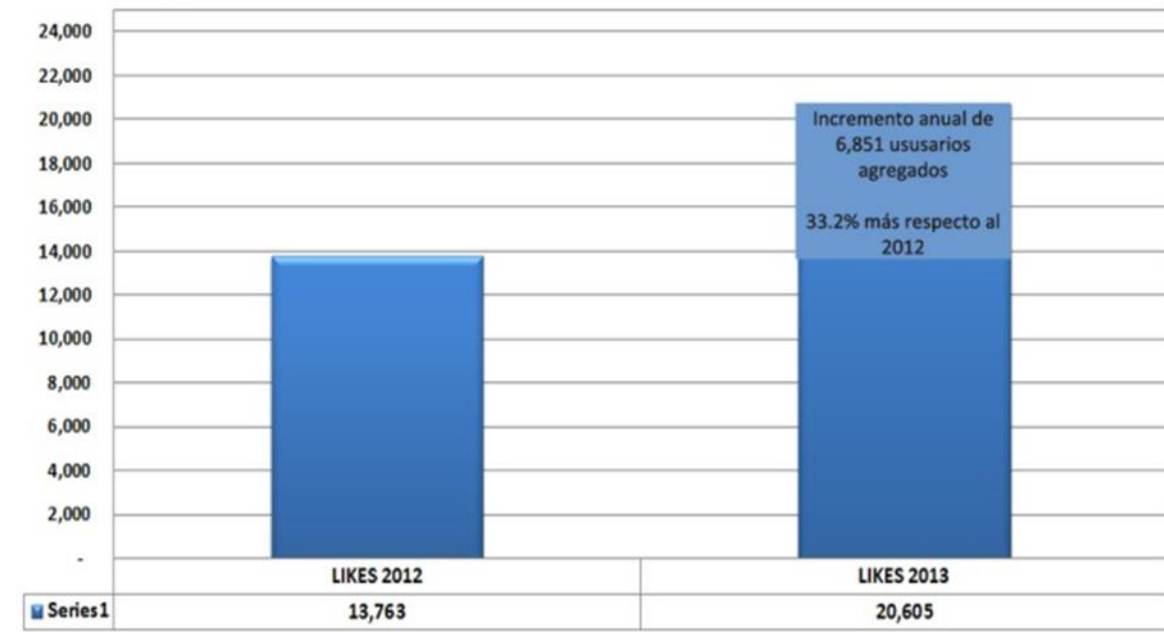


En el presente año se publicaron **1,130 notas o boletines**, **111 eventos culturales**, **90 convocatorias, avisos, cursos y talleres**, **18 videos** y **3,009 fotografías**.





Tabla comparativa anual Facebook





La página de Facebook de la Universidad de Colima tiene fans en **44 países**.

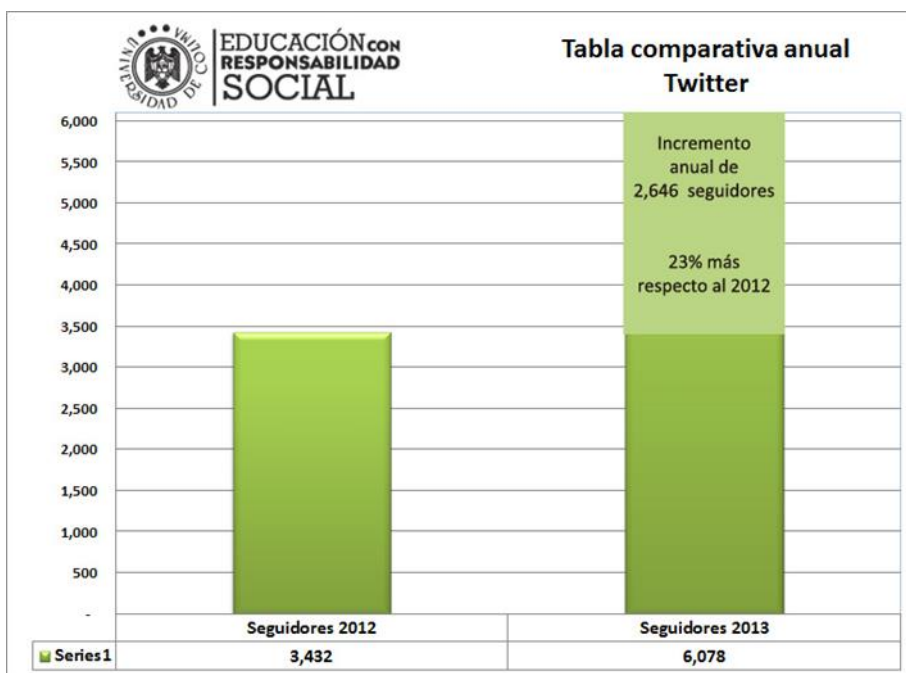
País	No. de personas
México	19,708
Estados Unidos de América	562
Colombia	43
España	37
Perú	35
Argentina	33
Francia	28
Reino Unido	22
Brasil	17
Corea del Sur	16
Canadá	15
Italia	11
Chile	9
Alemania	9
Japón	6
Cuba	6
India	4
China	4
Hong Kong	4
Países Bajos	3
Emiratos Árabes Unidos	3
Australia	2
Costa Rica	2
Tailandia	2
Portugal	2
República Democrática del Congo	2
Sudáfrica	2
Venezuela	2
Polonia	1
Jamaica	1
Maldivas	1
Kazajistán	1
Bélgica	1
Bolivia	1
Euador	1
Irlanda	1
Rumania	1
Filipinas	1
Nueva Zelanda	1
Túnez	1
Taiwán	1
Honduras	1
Haití	1
Suecia	1
TOTAL	20,605





Twitter

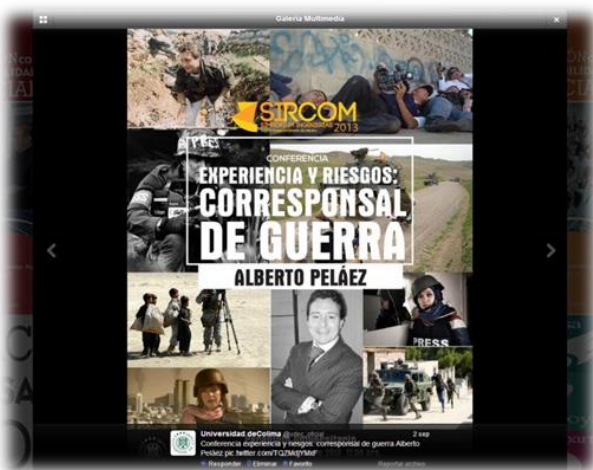
El perfil oficial de la UdeC en Twitter, se encuentra registrado bajo el nombre de @udec_oficial. Actualmente, nuestro Twitter cuenta con **6,078 seguidores, 56,5 por ciento más que el 2012.**





En Twitter, la publicación de contenidos es la misma que en Facebook. Sin embargo, por las características del Twitter, no se suben los boletines acompañados de la imagen, sino sólo el encabezado más el link que redirecciona a la página de la UdeC. Las publicidad sí es acompañada por una imagen.

En 2013 se subieron **1,130 notas**, **111 imágenes de eventos culturales**, **90 imágenes de convocatorias**, invitaciones, avisos, entre otros y **1,002 fotografías**.



Cobertura informativa

Reporte de impactos mediáticos				
Dependencia	No. de Notas universitarias difundidas	No. de Entrevistas y reportajes en radio y televisión	No. de Entrevistas a universitarios solicitadas por medios de información externos	No. de Actividades difundidas en las redes sociales de la dependencia
CGCS	2,173	-----	120 periodistas de medios locales y 4 de la Agencia ID	1,331
Dirección Gral. de Información	1,542	-----	63	487
Dirección Gral. de Televisión	1,061	134 entrevistas y 92 reportajes	4	117
Dirección Gral. de Radio	780 (en Universo 94.9) 52 (en CUMEX-Radio para todo el país)	3,521 entrevistas (en 8,760 horas de transmisión anuales tanto en Frecuencia Modulada como por Internet)	33 (En virtud de que las institucionales las administra exclusivamente Dir. de Información, contabilizamos las entrevistas solicitadas a nosotros por parte medios de comunicación externos en el marco del Festival Colimajazz.)	-Twitter: 534 -Facebook UNIVERSO XHUDC: 1692 acciones de difusión propias (no contamos las de nuestros usuarios, que son 3269) -Facebook Festival Colimajazz: 47 actividades -You Tube: 8 -Sound Cloud: 3188 -Instagram: 7
Total	5,608	3,747	220	7411



I.II Contribución al cumplimiento de los objetivos estratégicos del PIDE 2010-2013

Las funciones de la Coordinación General de Comunicación Social (CGCS) impactan de manera transversal en toda la institución, y siempre estamos pendientes de los planes y programas de cada una de las coordinaciones generales y delegaciones, así como de las dependencias que las conforman para dar a conocer a la sociedad sus impactos. Sin embargo, el énfasis de nuestras funciones se da en el proyecto estratégico “Relaciones de la universidad y la sociedad” y nos hemos centrado a informar al respecto.

Existe una clara vocación de nuestras dependencias de la CGCS hacia la extensión, pues durante más de veinte años las direcciones generales de Publicaciones, Radio y Televisión Universitarias pertenecieron a la Coordinación de Extensión. De hecho, los medios institucionales son laboratorio para cientos de estudiantes, que se enfocan en gran medida a labores de extensión.

Objetivos/Metas PIDE 2010-2013		Principal actividad y su contribución al logro de los objetivos del proyecto estratégico: Relaciones entre la universidad y la sociedad.
Objetivo 1: Establecer nuevos esquemas de cooperación institucional para las relaciones con el entorno		
Meta 1.1	Implementar esquemas de extensión que contribuyan a la formación integral de los estudiantes.	Diseño, junto con la Coordinación de Tecnologías de Información, de la estructura básica del nuevo portal de la UCOL, que será la ventana para dar a conocer el ser y quehacer de la institución a la comunidad universitaria y a la sociedad en general. El énfasis se dará en los servicios que ofrece la máxima casa de estudios colimense, sobre todo pensando en los estudiantes, que poco utilizan este medio.
Meta 1.2	Implementar nuevos esquemas de extensión que contribuyan a la transferencia del conocimiento.	Difundimos proyectos de investigación realizados en nuestra casa de estudios en diversos medios electrónicos. De esta manera promovemos un acercamiento o vinculación de la institución con diversos sectores, a raíz del cual pueden surgir acciones de transferencia.





Meta 1.3	Contar con un esquema de difusión y divulgación del conocimiento.	La Coordinación implementó, desde su nuevo acuerdo de 2008, estrategias para divulgar el conocimiento que aquí se genera, como la creación de un suplemento y programas de radio, así como la presencia en organismos nacionales relacionados a este tema como la Red Nacional de Actividades Juveniles en Ciencia y Tecnología y la Agencia ID (Investigación y Desarrollo).
Objetivo 2: Fortalecer la participación universitaria en el desarrollo sustentable de la Región.		
Meta 2.1	Incrementar la participación de los universitarios en proyectos aplicados a las necesidades del entorno.	Al fortalecer nuestros medios institucionales: portal, redes sociales institucionales, estación de radio Universo 94.9 y el periódico El Comentario, eficientamos la comunicación al interior de nuestra casa de estudios y motivamos una mayor interacción entre alumnos, docentes e investigadores, que motivan a la generación de proyectos.
Meta 2.3	Articular la oferta de productos y servicios universitarios.	Precisamente el enfoque del nuevo portal UCOL que ya se diseña, es la promoción de los servicios y productos universitarios.



Capítulo II. Personal

II.I Personal adscrito a la dependencia

Actualmente, el equipo humano que labora en la Coordinación General de Comunicación Social se integra por las siguientes personas: 7 de apoyo técnico, 1 de apoyo administrativo, 2 secretarías, 1 becario, así como 4 estudiantes de servicio social y práctica profesional.

Personal de la dependencia por función, género y tiempo de dedicación. 2013								
Personal	Tiempo completo		Medio tiempo		Por horas		Totales	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directivo		1						1
Personal de apoyo técnico	2	5					2	5
Docentes								-
Personal de apoyo administrativo		1						1
Personal secretarial		2						2
Intendencia y mantenimiento							1	
Prestadores de SSC y PP*	2	2					2	2
Becarios					1		1	
Participantes Proyectos "EVUC"								-
Otros (especifique):								-
Total	4	11			1		6	11

Directivo es aquel, que realiza las funciones del responsable de la dependencia, independientemente de su tipo de contratación

Personal de apoyo técnico, es aquel que realiza las funciones propias de la dependencia, tales como asesoría, evaluación, seguimiento, diseño de propuestas, etc.

Docentes, hace referencia al personal que desempeña estas funciones en la dependencia.

El personal de apoyo administrativo" incluye a los que realizan funciones relacionadas con los aspectos contables y financieros

Prestadores de SSC y PP se refiere a los prestadores de servicio social constitucional o universitario y a los de Práctica Profesional.

Becarios, son aquellos que sin ser prestadores de SSC o PP, apoyan en la realización de las funciones de la dependencia y reciben una compensación (beca) por ello.

Participantes de proyectos "EVUC", hace referencia a aquellos que forman parte de los proyectos del Programa de Estudiantes Voluntarios de la Universidad de Colima.

NOTA: La definición utilizada para el personal es diferente a la empleada en la Dirección de Recursos Humanos, pues lo que importa destacar en el Informe es el tipo de actividades que se realizan.

Con la nueva administración rectoral y nueva titularidad de la Coordinación General de Comunicación Social, y al tornarse en una dependencia gestora y articuladora, fue necesario incorporar a nuevo personal, con el fin de hacer frente a los nuevos desafíos de la CGCS. Dicho personal se ha comprometido a continuar con la función y el objetivo primordial de la coordinación, que es mantener informada, interna y externamente, a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.

Además de replantear nuestro papel en la nueva administración rectoral, como dependencia albergamos el proyecto de las redes sociales institucionales, por lo que fueron



contratadas, por ahora, dos personas para este programa: Alma Cecilia Sánchez Pulido y Aniela Carolina Cruz Sevilla. El objetivo, a mediano plazo, es crear un departamento de redes sociales institucionales que dependa de nuestra coordinación y, a largo plazo y si así conviene a la institución, crear una Dirección General de Redes Sociales.

Asimismo como parte de las funciones de la CGCS de establecer redes de colaboración con las dependencias universitarias Yaret Nohemí Ramos Vallett fue comisionada, a partir de octubre, para trabajar en la Dirección General de Divulgación Científica para apoyar en las actividades de difusión del quehacer científico de la Universidad de Colima.

Personal de la dependencia por grado de estudios. 2013									
Personal	Grado máximo de estudios								Total
	Otro	Secundaria	Bachillerato	Profesional Asociado	Licenciatura	Especialidad	Maestría	Doctorado	
Directivo					1				
Personal de apoyo técnico					7				
Docentes									
Personal de apoyo administrativo					1				
Personal secretarial			2						
Intendencia y mantenimiento									
Prestadores de SSC y PP*	3 estudiantes de licenciatura								
Becarios					1				
Participantes Proyectos "EVUC"									
Otros (especifique):									
Total	3		2		10				

Actualmente, la responsable de Asuntos Contables y Financieros, Ana Elizabeth Valdez Reyes, se encuentra en proceso de titulación de la maestría en Ciencias Administrativas, por la Universidad de Colima.



II.II Capacitación y actualización

La Coordinación General de Comunicación Social promueve, como una de sus políticas generales, la capacitación especializada y la actualización de su personal, con el objetivo de fortalecer sus competencias y así poder responder de manera eficaz a las múltiples necesidades del entorno. Por ello estimula a sus trabajadores a participar en cursos y talleres de formación que ofertan las diversas dependencias universitarias y organismos externos.

Asistencia a cursos. 2013		
Nombre del curso o taller	Número de asistentes	Lugar
Manejo de conflictos y negociación efectiva	2	Universidad de Colima-Secretaría General
Conocimiento del Sistema de Gestión	1	Universidad de Colima-Secretaría General
El arte de la entrevista cultural, política y artística	2	Universidad de Colima-Dirección General de Radio Universitaria-Radio Nederland
Taller de locución e interpretación dramática	1	Universidad de Colima-Dirección General de Radio Universitaria
Los 12 factores OX para la mejora continua de la calidad de una web institucional de nivel internacional	2	Seminario OX Guadalajara, Jalisco
Curso-taller de fotografía, técnicas para un manejo de tu equipo fotográfico	3	Universidad de Colima-Dirección General de Difusión Cultural

Los cursos a los que asistió el personal de la CGCS, han impactado sin duda alguna en el mejor desempeño de las funciones, por ejemplo el seminario *Los 12 factores OX para la mejora continua de la calidad de una web institucional de nivel internacional*, permitió validar el trabajo realizado al interior, se conoció una metodología de trabajo para el diseño, implementación y evaluación de páginas web institucionales, además generó referentes en el trabajo desarrollado al interior de los subcomités que participan en el desarrollo del modelo de gestión del portal web.





Con el *Diplomado de Manejo de Conflictos*, se han adquirido las herramientas necesarias para analizar y gestionar conflictos que pudieran estar presentes en sus respectivas áreas de trabajo e implementar estrategias apropiadas de prevención, tratamiento y seguimiento con la finalidad de generar las condiciones para el buen desempeño de sus funciones directivas, asimismo, permitió desde cada actividad y encomienda apoyar en el fortalecimiento de la gestión institucional con responsabilidad social, además de contar con habilidades para afrontarlos constructivamente y transformarlos en cooperación y tener un análisis retrospectivo de cómo se han abordado diversos acontecimientos y de qué manera podría haberse aplicado los modelos metodológicos.



II.III Movilidad del personal

Para fortalecer el área de Comunicación Social, la coordinadora general realizó una estancia de un día en la Universidad Nacional Autónoma de México, con el fin de intercambiar experiencias y afianzar relaciones con la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM.

De igual manera, para consolidar el área de redes sociales oficiales, la responsable de redes sociales de nuestra dependencia Alma Cecilia Sánchez Pulido y la coordinadora general acudieron a la **Tercera Reunión Nacional de Redes de Comunicación de la ANUIES en Tlaxcala**, donde se lograron crear vínculos con otras universidades y se compartieron experiencias sobre la dificultad de regular lo publicado a través de Facebook o Twitter. En sí, se abordaron temáticas relacionadas con el manejo, contenidos, control y aprovechamiento de las redes sociales.

Personal en movilidad o estancias relacionadas con las actividades – 2013									
Estancia / movilidad	Enero – Julio 2013			Monto financiero	Agosto 2013 – Enero 2014			Monto financiero	Fuente de Financiamiento
	H	M	Total		H	M	Total		
Nacional		2		\$15,000.00					Ordinario y Extraordinario
Extranjero									
Total									



Capítulo III. Convenios y redes de colaboración

Las redes de colaboración que se han creado como Coordinación General de Comunicación Social han rendido grandes frutos no sólo para el mejor funcionamiento de la dependencia, sino para que la institución logre sus grandes objetivos. Así, desde hace siete años participamos en el **CCPNP (Consejo Ciudadano del Premio Nacional de Periodismo)** y a partir de esa fecha hemos logrado traer a dos conferencistas: Miguel Ángel Granados Chapa, el 14 de noviembre de 2007, y este año, a René Avilés Fabila, el 12 de junio.

Otra relación que hemos establecido desde hace lustros es con el área de **Comunicación de la ANUIES**, por lo que hemos participado en reuniones o cursos y talleres a los que nos convocan. Este año fue a través de ellos que asistimos, una servidora y Alma Cecilia Sánchez Pulido, a la Tercera Reunión Nacional de Redes de Comunicación de la ANUIES en Tlaxcala.

Se ha consolidado el convenio informal que tiene la Coordinación General de Comunicación Social con la **Agencia ID (Investigación y Desarrollo)** de la ciudad de México para elaborar y promover información científica generada en la Universidad de Colima que es enviada a diversos medios de comunicación de la república mexicana.

En el periodo que se informa la agencia solicitó 2 entrevistas:

- 1.- Con el investigador Christian Daniel Ortega, de la Facultad de Ciencias Marinas, acerca de su trabajo: “Tráfico marítimo: potencial agente de disturbios sobre el comportamiento de las ballenas jorobadas”. Esta entrevista se publicó en 16 medios impresos y electrónicos de todo el país.
- 2.- La siguiente entrevista fue con el doctorante Rodrigo Razo quien trabaja con el doctor Zeferino Gómez, de la Facultad de Ciencias Químicas sobre la investigación “Diseño en silico de inhibidores de las proteínas JNK’s para el tratamiento de enfermedades crónico degenerativas”, la cual fue publicada en 16 medios digitales e impresos.





	ANUIES	Coordinación de Comunicación de la ANUIES.
	UNAM	Este año que se informa, la coordinadora general asistió a una estancia de un día a las diversas áreas y direcciones que la conforman, por lo que pudimos afianzar alianzas y mantener una estrecha relación para trabajar juntas cuando así se requiera.
	Agencia ID	Promover la información científica que se genera en la Universidad de Colima, la cual es enviada a diversos medios de comunicación de la república mexicana.
Total	6	



Capítulo IV. Gestión académica

IV.1 Actividades colegiadas

En cumplimiento a las funciones asignadas a esta coordinación general, se han venido desarrollando reuniones de trabajo involucrando a nuestro personal y a los titulares de las dependencias que la conforman, con el fin de generar una eficaz articulación de todos los esfuerzos en la materia, con dependencias universitarias y externas.

Vinculación con dependencias universitarias 2013				
No.	Nombre del proyecto o actividad	Nombre de la dependencia	No. de reuniones	Principal impacto de la actividad realizada
1	Reestructura del portal universitario	Coordinaciones de Tecnologías de la Información, Extensión, Administrativa y Financiera e Investigación Científica, Propiedad Intelectual, Unidad de Enlace y Transparencia, Rectoría, Recursos Humanos y Mercadotecnia, principalmente.	35	Delinear los alcances de dicha propuesta, así como a identificar todas aquellas áreas de oportunidad, así como posibles estrategias, insumos y proyectos desarrollados a la fecha que permitieran realizar una revisión diagnóstica del actual sitio web institucional.
2	Campañas institucionales: Posicionamiento del nuevo proyecto rectoral, Educación con responsabilidad social, Calidad de vida, Orgullo universitario, Cultura universitaria para la igualdad de género, implementación de la tecnología Google, nuevo correo universitario y Seguridad de la información.	Direcciones generales de Información, Radio, Televisión y Publicaciones. Secretaría General	28	Generar un sistema de trabajo para el diseño, implementación y seguimiento de las campañas de difusión y divulgación del quehacer institucional, la diversificación de los canales, así como, incrementar y evaluar el impacto que generen las mismas, alineándolas al cometido institucional establecido para este periodo rectoral, y con ello generar una mejora continua en el posicionamiento y valoración de los esfuerzos universitarios.
3	Cobertura del I Encuentro Regional Parlamentario	Secretaría Técnica de Rectoría, direcciones generales de la CGCS y la Facultad de Letras y Comunicación.	5	Difundir esta actividad en todos los medios de comunicación universitarios y en casi todos los locales.



Vinculación con dependencias externas 2013				
No.	Nombre del proyecto o actividad	Nombre de la dependencia	No. de reuniones	Principal impacto de la actividad realizada
1	Visita de René Avilés	CCPNP	3	Difusión del quehacer universitario en el periódico nacional La Crónica de Hoy, días después de su visita a nuestra casa de estudios.
2	Campaña donación de órganos	Congreso y Secretaria de Salud	5	
3	Visita de Jorge Medina Viedas	CCPNP	2	El periodista ofreció la conferencia "Autonomía universitaria", en el Archivo Histórico de la institución.
4	Visita de Alberto Peláez	Instituto Mexicano de la Juventud	2	Crear alianzas con un periodista europeo para colaboraciones futuras



IV.III Mejora de la capacidad física instalada y equipamiento

Proyecto de ampliación del edificio de CGCS

En el mes de marzo del presente año se realizó la gestión por parte de la coordinadora general de Comunicación Social, para que de acuerdo a los nuevos referentes de trabajo en el modelo de comunicación institucional, pueda ser ampliado el edificio que alberga actualmente a la Coordinación General, para ello, con recursos del Fondo de Aportaciones Múltiples, y el apoyo de la Dirección General de Recursos Materiales y la Delegación Regional Número 3, se desarrolló el proyecto arquitectónico y ejecutivo de la nueva sala de juntas, así como el área de trabajo para los responsables de atender las redes sociales universitarias y la readecuación del área administrativa, secretaría técnica y despacho de la coordinadora general, con una inversión superior a los 300 mil pesos.

Concepto	2013
	Número
Número de computadoras de escritorio	8
Número de computadores portátiles	2
Número de servidores	-
Impresoras	2
Total de equipos de cómputo	12



Capítulo VII. Informe financiero

En este rubro, como Coordinación General de Comunicación Social celebramos los recién creados lineamientos para solicitar el presupuesto de las dependencias, pues nos permite una mejor organización de los gastos. No obstante, al principio que se implementó el sistema tuvimos desajustes en los pagos, durante el proceso de adaptación.

En este 2013, como ha ocurrido todos los años en esta área, el mayor presupuesto autorizado fue para pago de publicidad, a los medios a quienes contratamos spots radiofónicos y televisivos, y originales de prensa, principalmente, además de las aplicaciones en los portales electrónicos.

Si bien contamos con nuestros propios medios, como son el periódico El Comentario, la estación de radio Universo 94.9 y el portal web UCOL, para comunicar a la Universidad consigo misma, es necesario que contratemos espacios en medios externos para cumplir nuestro propósito de comunicar a la institución con la sociedad.

La oportunidad que tenemos con los medios externos, al contratar publicidad, es mantener una relación cordial con ellos, pues la comunicación es constante y aprovechamos los espacios para las necesidades de difusión permanente de la institución.

Tenemos claro que nunca alcanzará el presupuesto para contratar todos los espacios publicitarios donde quisiéramos tener presencia, sin embargo buscamos ser creativos y mantener una sana relación con todos los medios, para coordinarnos muy bien en la difusión de nuestras actividades.





Informe financiero. 2013	
Ingresos	Ingresos*
Presupuesto ordinario regularizable (anualizado)	44,386.00
Presupuesto ordinario no regularizable (clasificado por su origen)	4,348,114.97
▪ Aportaciones de Rectoría	
Presupuesto por proyectos específicos.	
• Ingresos por proyectos del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI)	
▪ Ingresos por proyectos del Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF)	
▪ Fondo Ramón Álvarez Buylla de Aldana (FRABA)	
▪ Ingresos PROADU	
▪ Ingresos por convenios	
Otros ingresos clasificados por su origen	
▪ Ingresos por cuotas de recuperación	
▪ Intereses por cuentas bancarias	
▪ Donativos	
▪ Otros	
Subtotal: ingresos hasta 30 de septiembre de 2013	4,392,500.97
Egresos	Monto
▪ Materiales y suministros	
▪ Servicios generales	
▪ Becas	
▪ Bienes muebles e inmuebles	
▪ Otros	
Total de egresos hasta 30 de septiembre de 2013	3,851,593.19
Saldo al 30 de septiembre de 2013	540,907.78

* Monto (en pesos)



Capítulo VIII. Avances del Programa Operativo Anual 2013

Aun cuando se diseñó el Programa Operativo Anual 2013 en la anterior administración rectoral, de alguna manera visualizamos la función de la comunicación institucional. Sin embargo, al darse a conocer la actual Agenda Rectoral 2013 – 2017, muchos de nuestros planes se ajustaron y tuvieron otra dimensión. Una experiencia que realmente impacta en nuestro Plan, es el diseño y desarrollo del nuevo Portal UCOL, el cual trabajamos de manera articulada con la Coordinación General de Tecnologías de Información, alineados a los planes y programas de todas las dependencias de la institución. El nuevo portal, impacta en la mayoría de nuestros objetivos estratégicos como Coordinación.

Somos un área que debe permanecer siempre abierta, en su dinámica de trabajo, al desarrollo institucional, como sucede ahora con la Agenda Universitaria y las acciones que de ella se deriven, como sucede con el modelo educativo que comenzará a trabajarse en la institución en el ciclo escolar 2014-2015, dirigido desde la Coordinación General de Docencia.

Proy.1.- Posicionamiento de la comunicación institucional entre la comunidad universitaria y el entorno.					
O.P.1.- Consolidar la estructura organizacional de la comunicación en nuestra casa de estudios					
E. Metas (M)	Valor programado	Valor semestral	Valor alcanzado	% alcanzado	Explicación de las diferencias
1.1.- Estructura orgánica de comunicación institucional definida	1	0.5	1	100%	
1.1.- Proceso de Comunicación Institucional definido	1	0.3	0.8	80%	La meta no se ha cumplido al cien por ciento debido a que algunos de los programas de nuestra dependencia se encuentran en etapa de estructuración, como el Portal UCOL, mismo que su diseño depende de lo que establezca el PIDE 2014 - 2017. También,



					trabajamos de manera coordinada con otras áreas, como la Dirección General de Divulgación Científica, donde apenas se está elaborando su plan de trabajo para que arranque.
1.1.- Protocolo para el manejo adecuado de crisis mediática en la Universidad de Colima realizado	1	1	1	100%	La Coordinación trabajó de manera independiente una estrategia para manejar la comunicación en casos de crisis, sin embargo, comenzaremos a trabajar de manera coordinada con las personas responsables del sistema de seguridad institucional para elaborar un documento más completo.
O.P.2.- Consolidar los esquemas de difusión del ser y quehacer universitario.					
E. Metas (M)	Valor programado	Valor semestral	Valor alcanzado	% alcanzado	Explicación de las diferencias
2.1.- Agencia de noticias UdeC medios Consolidada	1	0.4	0.6	60%	De conformidad con la actual administración rectoral el proyecto de comunicación institucional se articula en el desarrollo del portal web, por lo que el proyecto de agencia UdeC medios terminó su ciclo. Actualmente se lleva a cabo una redefinición del uso de la imagen y presencia institucional en





					medios impresos y electrónicos. Proyecto encomendado por Rectoría para la revisión, desarrollo y operación del portal web de la Universidad de Colima junto con CGSTI.
2.1.- Aplicaciones web 2.0 fortalecidas	1	0	0.4	40%	Si bien existen aplicaciones, como las redes institucionales, en nuestro caso, y las que manejan otras dependencias como el Sistema de Control Escolar (SICEUC); las plataformas de registro de las actividades culturales y deportivas, se podrán articular en el diseño del Portal UCOL, pero forma parte de la segunda etapa de este proyecto.
2.1.- Productos comunicacionales realizados y difundidos	1	0.5	1	100%	
O.P.3.- Fortalecer el trabajo colegiado entre las dependencias que integramos la CGCS y los medios externos.					
E. Metas (M)	Valor programado	Valor semestral	Valor alcanzado	% alcanzado	Explicación de las diferencias
3.1.- Crear productos de divulgación de la ciencia para promover una cultura científica entre la comunidad universitaria y la sociedad en general	12	0	0	0%	Se creó en la nueva estructura organizacional dentro de la CGIC una dependencia enfocada a la divulgación científica, con la cual la CGCS establece nuevas pautas de





					colaboración.
3.1.- Campañas de comunicación institucional atendidas.	4	2	4	100%	
3.1.- Congresos, foros y seminarios colegiadamente organizados	12	8	12	100%	
3.1.- Convenios de colaboración para la difusión del quehacer universitario fortalecidos	1	0.6	1	100%	
O.P.4.- Fortalecer las competencias laborales del personal así como la gestión de los recursos materiales y técnicos para su mejor desempeño.					
E. Metas (M)	Valor programado	Valor semestral	Valor alcanzado	% alcanzado	Explicación de las diferencias
4.1.- Acciones de formación y capacitación para las áreas de comunicación implementadas	9	7	7	77.78%	Si bien no se cumplió la meta de capacitación del 100 por ciento del personal, algunos colaboradores asistieron a dos o más actividades como cursos y talleres o diplomados. La meta es involucrar a todo el personal en por lo menos una acción de comunicación al año.
4.1.- Recursos materiales disponibles y optimizados	12	7	12	100%	



Conclusiones

En el año que se informa, el principal reto de la Coordinación General de Comunicación Social fue acompañar el proceso de cierre de un periodo rectoral y el de bienvenida a la nueva administración del Mtro. José Eduardo Hernández Nava, a través del manejo de una comunicación efectiva al interior y exterior de nuestra casa de estudios.

El primer paso que dimos como equipo de trabajo en la Coordinación, junto con los directores de las cinco dependencias que la conforman (Información, Publicaciones, Radio, Televisión y periódico *El Comentario*), fue apropiarnos de la Agenda Universitaria 2013 – 2017, con el fin de que la comunidad universitaria y la sociedad en general entendiera la filosofía del proyecto institucional basado en una Educación con responsabilidad social.

De esta manera fue como diseñamos una campaña permanente titulada *Educación con responsabilidad social* con diversos objetivos: posicionamiento de la imagen del rector José Eduardo Hernández Nava, comprensión de lo que significa la responsabilidad social universitaria, reconocimiento del orgullo de ser universitario y posicionamiento del programa Calidad de Vida, por ahora.

Al mismo tiempo que nos integramos al ritmo de trabajo de la nueva administración rectoral, en su ser y quehacer, para difundir todas las actividades a través de los medios de comunicación institucionales y los externos, al interior de la CGCS repensamos nuestros propios procesos y revisamos nuestra misión y visión. Así, surgieron proyectos propios y otros impulsados por la propia Rectoría.

El primer gran proyecto surgido en la actual administración rectoral fue el de **Modelo de gestión del portal web institucional**, junto con la Coordinación General de Tecnologías de Información, con el fin de reestructurar la plataforma del servicio web de la UCOL. Para ello diseñamos conjuntamente una metodología de trabajo, vigente, con el fin de desarrollar el modelo normativo para la implementación, uso y evaluación del portal, así como para definir la arquitectura de la información y el modelo de aplicaciones gráficas.

Al trabajar en este propósito, de manera operativa, en un comité y cuatro subcomités, la experiencia ha enriquecido tanto a cada uno de los siete participantes de nuestra dependencia como a la dinámica de trabajo del equipo, por la oportunidad de expresar lo que





se piensa basado en la experiencia propia y por tener resultados concretos que nos permitirán hacer más eficiente y eficaz la comunicación institucional.

La primera etapa propuesta para este año ha sido exitosa: la del diseño de la estructura básica de lo que será la renovación del portal UCOL, pero vendrán otras etapas en las que se involucrará a toda la comunidad universitaria, por lo que nuestro reto será que todos se apropien y respalden este proyecto.

Paralelo al **Modelo de Gestión del portal web institucional**, a través de nuestra dependencia se trabaja en la **Red de Comunicación** que permitirá una mayor y mejor difusión del quehacer universitario de todos los campus de la institución y en el proyecto (especialmente la normativa) del **uso de las redes sociales** de la institución. En el proceso de fortalecimiento del uso de estas herramientas se ha incrementado significativamente el número de seguidores con respecto al año pasado, en un 33.2 por ciento en el caso del Facebook y en un 56.5 por ciento en el caso del Twitter. Tenemos claro que debemos valernos de estos medios para hacer llegar nuestros mensajes especialmente a la comunidad universitaria y más aún a los alumnos, identificados con estos recursos.

Tanto el portal web como la red de comunicación y las redes sociales institucionales, una vez robustecidos, nos permitirán facilitar los procesos de comunicación, de una manera más rápida y eficiente, acorde con los nuevos tiempos. Es por ello que comenzamos a conformar un equipo base que se encargará del diseño y operación del proyecto de expansión de las redes sociales institucionales, conformado por cuatro personas de nuestra dependencia y como asesor externo José Ferruzca, profesor de la facultad de Letras y Comunicación y subdirector del periódico El Comentario.

Otro gran proyecto de nuestra dependencia fue **consolidar las relaciones** con los medios de comunicación de la localidad, e incrementar nuestra presencia en medios de comunicación nacionales, sin que esto impactara en el presupuesto que nos asignan cada año para la contratación de publicidad. Esta tarea implica invertir el tiempo necesario a la atención de medios, desde reporteros hasta directivos, todos los días, incluidos los fines de semana y con frecuencia en los periodos vacacionales.





El propósito se ha logrado con éxito, pues junto con la Dirección General de Información les facilitamos a los medios la información institucional que ellos requieren, de manera oportuna y en los mejores términos. Así, cuando requerimos de su apoyo para difundir nuestras actividades, a través de información o entrevistas, contamos siempre con su apoyo. Esta tarea nunca culmina, es permanente y enriquecedora.

Un proyecto más que nos ha permitido fortalecer el trabajo colaborativo entre las dependencias de la Coordinación es el noticiero ***El Comentario... de la Prensa a la Radio***, surgido por iniciativa de nuestra Coordinación en 2010. Actualmente participan de manera directa las direcciones generales de Radio, Televisión e Información, y el periódico *El Comentario*. Hasta marzo del presente año nuestra Coordinación se encargaba de la producción; sin embargo, con el fin de trascender a las funciones normativas y no operativas, dejamos esta función a personal de Televisión y Radio.

Este año nuestra Coordinación se vio fortalecida al habersele asignado a una **diseñadora** para incorporarse al proyecto del portal y manejo de redes sociales institucionales. Egresada de la carrera de Diseño Gráfico, Aniela Carolina Cruz Sevilla ha facilitado el proceso de comunicación en Facebook y Twitter, en el banner del portal UCOL, así como en otras aplicaciones que se requieren trabajar para apoyar las necesidades de difusión de los planteles y dependencias de la institución.

La **capacitación** del personal es una fortaleza en nuestra dependencia; sin embargo, la participación se dio a partir de la oferta externa, por lo que en el siguiente año pretendemos preparar un programa de cursos y talleres que se ofrezca desde la propia Coordinación a los colaboradores de las seis dependencias, incluida la nuestra, para disminuir costos y tener un mayor impacto.

A través de los años, hemos fortalecido la red de trabajo colaborativo con medios y organismos relacionados con nuestra actividad, como la Coordinación de Comunicación de la ANUIES, el Consejo Ciudadano del Premio Nacional de Periodismo (CCPNP), la Fundación René Avilés Fabila, la Agencia ID y la Dirección de Comunicación Social de la UNAM. Precisamente la máxima casa de estudios del país ha abierto sus puertas para compartirnos sus estrategias de trabajo y mantenemos una cordial comunicación con ellos. La idea es





tener siempre las puertas abiertas para el trabajo colaborativo al interior y exterior de nuestra institución.

El próximo año, 2014, pretendemos consolidar nuestros programas vigentes y actualizar nuestros manuales administrativos y de procedimientos, de acuerdo a la actual estructura de nuestra Coordinación y de la dinámica que hemos establecido para agilizar nuestro trabajo y lograr nuestros objetivos, alineados a los objetivos que establezca el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2014 – 2017.

Existen muchas razones para estar optimistas en el rumbo que lleva nuestra Coordinación, puesto que nos hemos propuesto como política la colaboración con dependencias de la propia Universidad y externas, porque creemos que el trabajo en equipo y no aislado rinde más frutos. Nuestra guía es la Agenda Universitaria 2013 – 2017, pero también nos motivan tres principios básicos de la comunicación institucional: promover y cumplir los mandatos de transparencia y rendición de cuentas; consolidar las relaciones con la sociedad y que los universitarios se conozcan mejor entre sí.

Diez principales acciones realizadas	
Acciones	Impacto
Inicio de la reestructuración del nuevo portal UCOL.	Una más eficiente comunicación entre la universidad de Colima con su propia comunidad y con la sociedad. La experiencia de trabajar de manera interinstitucional con otras áreas como la Coordinación General de Tecnologías de Información, para futuras experiencias en nuevos proyectos.
Fortalecimiento de nuestra presencia en el Consejo Ciudadano del Premio Nacional de Periodismo.	Nos permitió fortalecer los lazos profesionales con intelectuales, periodistas e instituciones, como con René Avilés Fabila y la UNAM, tanto con su rector como con la Dirección General de Comunicación Social de esta institución.
Visita del periodista, académico y escritor René Avilés Fabila a nuestra casa de estudios.	- Acercamos del Mtro. René con periodistas locales, lo que nos permite una mejor relación con ellos. - Luego de recibir un reconocimiento de la institución por sus 50 años de trayectoria como escritor, Avilés Fabila elogió a nuestra institución en su columna del periódico La





	<p>Crónica de Hoy, a través del artículo que tituló: "Colima, ¿estado o inmensa universidad?"</p> <p>A partir de esta experiencia, hemos mantenido una relación de amistad entre la institución con el autor.</p>
Fortalecimiento del uso de las redes sociales de la institución, a través de una mejor planeación y planes a corto, mediano y largo plazo.	Hemos hecho más eficiente la comunicación en nuestra casa de estudios, tanto al interior como al exterior, por lo que ha crecido en un 33.2 por ciento el porcentaje de seguidores en Facebook y en un 56.5 por ciento en el Twitter, con respeto al año pasado. El costo que esto nos representa para la institución es simbólico, pues se dedica a la logística para organizarnos mejor y tener la información a tiempo para el envío.
Se creó una nueva plaza en la oficina, para un diseñador o diseñadora.	Nos ha permitido ser más eficientes en el momento de ofrecer nuestros servicios de difusión, sobre todo en los medios electrónicos, pues ella trabaja los diseños para las diferentes aplicaciones, de acuerdo a las necesidades, como son las redes sociales, el banner del portal, pendones, publicidad para periódicos o revistas, entre otros.
Permanente y eficiente comunicación con el Rector y la estructura principal de la institución con nuestra coordinación.	Es importante tener la información institucional siempre a la mano para poder manejar oportuna y eficazmente la información institucional y las relaciones públicas en beneficio de la imagen de nuestra Universidad.
Sana relación con medios locales.	Siempre será mejor para la institución que mantengamos una relación sana con los medios locales, y para lograrlo es necesario invertir tiempo suficiente, todos los días, para atender a reporteros, jefes de información o directivos de periódicos, televisoras, estaciones de radio, portales electrónicos o revistas, cuando requieren información o para hacer algunas aclaraciones del manejo de la información.
	Puedo decir que la relación que hemos mantenido con los medios es profesional y efectiva.
Proyecto de ampliación de nuestras instalaciones. Se construirá una nueva sala de juntas.	Nos permitirá una mejor convivencia entre el personal y daremos un mejor servicio a nuestros visitantes.
Gestionamos la visita de Jorge Medina Viedas a nuestra institución, para que ofreciera la conferencia "Autonomía universitaria".	Pudo asistir casi la totalidad de directivos de nuestra casa de estudios a esta conferencia, con muy buenos comentarios a la misma. El tema pudo esclarecer a los presentes y a





	quienes pudieron leer o escuchar la reseña de esta charla.
Fuimos anfitriones de la visita a nuestra casa de estudios de Alberto Peláez, corresponsal de guerra de la empresa Televisa.	Establecimos una sana relación con este periodista, quienes nos ofreció guiarnos cuando la institución requiera difundir en Europa algún evento institucional trascendente.

Principales áreas de atención (debilidades)	
Retos/Área de atención	Estrategia para su atención en 2014
Concluir los procesos administrativos de la dependencia y enseguida los manuales administrativos.	Elaborar un plan estratégico en el que participe personal de nuestra dependencia y donde también tomemos en cuenta a las dependencias de nuestra Coordinación, puesto que todas actividades requieren de un trabajo sistémico. Iniciar y concluir los manuales operativos de nuestra dependencia.
Elaborar el manual de manejo de la comunicación para casos de crisis.	Promoveremos que se elabore el manual para casos de crisis de la institución, porque de ello depende también el nuestro. Luego elaboraremos el nuestro, a través de un plan estratégico.
Elaborar un plan de capacitación para el personal de nuestra dependencia y de todas las direcciones generales que conforman la Coordinación, pues este año no organizamos ninguno.	Comenzamos en el presente año a trabajar un plan para organizar y ofrecer cursos a nuestro personal y el de las direcciones generales que conforman nuestra coordinación. No obstante, siete de nueve personas que nos propusimos capacitar en el año pudieron lograrlo, algunos de ellos en más de una ocasión.
Incremento en el personal calificado en el área de comunicación social para redes sociales.	Gestión ante las autoridades universitarias.
Acondicionar área para redes sociales.	Gestión ante las autoridades universitarias.
Incremento en el equipo técnico para el área de redes sociales.	Gestión ante las autoridades universitarias.

