



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
SECRETARÍA PARTICULAR

PLAN ESTRATÉGICO DE **COMUNICACIÓN** INSTITUCIONAL

2024-2027



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
SECRETARÍA PARTICULAR

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

Dra. Silvia Lorena Amayo Llano
RECTORA

Lic. Iván Omar Nieto Román
SECRETARIO PARTICULAR

Dr. Sergio Rivera Magos
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Mtro. Arturo Marcial Padrón Hernández
DIRECTOR DE MEDIOS

Mtro. César Andrés García Sánchez
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIA

Dra. Alma Ivonne Méndez Rojas
COORDINADORA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Dr. Mario Durán Alcalá
COORDINADOR DE LA GACETA INSTITUCIONAL

Octubre de 2025

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
METODOLOGÍA	5
MARCO NORMATIVO	7
GOBERNANZA DEL MODELO DE COMUNICACIÓN	11
OBJETIVO GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN	13
OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	14
GESTIÓN DE MENSAJE	15
MAPA DE PÚBLICOS	17
ECOSISTEMA MEDIÁTICO	22
DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN	26
DEPENDENCIAS Y FUNCIONES	30
EVALUACIÓN E INDICADORES	33
RESULTADOS ESPERADOS	35
REFERENCIAS	37

INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico de Comunicación Institucional 2024–2027 de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) es una herramienta planificada, sistemática e integrada que busca orientar todas las acciones de comunicación y mensajes claves que la institución emite para garantizar el cumplimiento de sus metas globales y la consolidación de su reputación como universidad pública de excelencia, diversa y transformadora. En un escenario actual y en un contexto social y digital caracterizado por la inmediatez, la sobreinformación y la demanda constante de transparencia, la comunicación adquiere un papel esencial como función estratégica de gestión, participación y construcción de confianza pública.

Tener un plan estratégico de comunicación institucional nos permite alinear la estrategia con los objetivos, valores y propósito institucional, situando a los públicos en el centro de la acción comunicativa y fortaleciendo la coherencia entre los valores, la identidad y los resultados de la UAQ. Esta guía estratégica establece un marco de trabajo que busca fortalecer la reputación institucional, mejorar la capacidad de escucha y respuesta, e impulsar la ciudadanía y la alfabetización digital dentro de la comunidad universitaria.

También se busca promover la optimización del ecosistema de canales, la gestión eficiente de recursos y la instalación de una cultura de evaluación y mejora continua, para asegurar que cada mensaje emitido por la universidad pueda reflejar su compromiso con la verdad, la inclusión, la transparencia y la excelencia académica. Con este plan, la UAQ consolida su visión de comunicar con propósito, reconociendo que cada palabra, cada imagen y cada acción forman parte de una narrativa común: la de una universidad pública que transforma vidas desde la diversidad y la excelencia.

METODOLOGÍA

Para la elaboración del Plan Estratégico de comunicación institucional de la UAQ se realizó un proceso de investigación, análisis, reflexión y construcción colaborativa orientado a dar forma y estructura a un modelo comunicativo sólido, medible y alineado al Plan Institucional de Desarrollo (PIDE), dicho proceso se basó en aplicar una metodología cualitativa y cuantitativa que se estructuró en 4 etapas principales, permitiendo así, comprender el contexto previo, identificar y aprender buenas prácticas, revisar estructuras, recursos y materiales internos para poder asegurar la coherencia normativa del plan, de esta forma se garantizó que el plan a construir pudiera ser realista, integral y sustentado en evidencia, integrando así un diagnóstico, referentes académicos y elementos profundos que nos permitieron plantear contenido bajo el entorno universitario.

1. Análisis previo

Se realizó un diagnóstico del contexto institucional y de las prácticas comunicativas anteriores, se concluyó que si bien existía una presencia mediática significativa en administraciones previas, no se contaba con una planeación estratégica formal que integrara la comunicación como función de gestión universitaria, esta etapa nos permitió reconocer que se tenía una comunicación más reactiva e intuitiva, orientada a la visibilidad, pero sin una estructura que garantizara la vinculación entre la agenda institucional, los públicos y los objetivos estratégicos del PIDE; teniendo un punto de partida para identificar la necesidad real de un modelo comunicativo ordenado, medible y con visión a largo plazo.

2. Revisión de buenas prácticas universitaria

Con la intención de contar con prácticas y proyectos de referencia; se realizó una revisión comparativa de planes de comunicación universitaria nacionales e internacionales, tomando como ejemplo los casos de:

- Universidad Rey Juan Carlos (España)
- Universidad Veracruzana
- Universidad Anáhuac
- Tecnológico de Monterrey

Estos modelos aportaron metodologías, estructuras organizativas y criterios de evaluación que nos sirvieron de referente, así identificamos las buenas prácticas, las necesidades actuales y la importancia de contar con gobernanza comunicacional, gestión multicanal, identidad institucional, métricas de reputación y relación con medios.

3. Análisis de las estructuras y recursos de comunicación

Se realizó un mapeo interno de las áreas, canales y procesos comunicativos existentes en la universidad, considerando a las siguientes instancias:

- Dirección de Comunicación Estratégica (DCE)
- Dirección de Medios (DCM)
- Dirección de Comunicación Universitaria (DCU)
- Coordinación de Imagen Institucional
- Coordinación de Gaceta Universitaria

Esta etapa nos permitió realizar un análisis para entender las dinámicas, fortalezas y áreas de oportunidad de cada dependencia, así como la forma en que circula la información entre públicos internos y externos. Este ejercicio facilitó el diseño de un modelo de gobernanza de comunicación más eficiente, colaborativo y alineado con las funciones sustantivas de la universidad: docencia, investigación, extensión y vinculación.

4. Revisión del marco normativo

Finalmente, se realizó una revisión exhaustiva del marco jurídico y programático institucional, para garantizar la alineación del plan con los documentos rectores de la UAQ:

- Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Querétaro
- Misión y visión institucionales
- Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2024–2027

Esta etapa aseguró la coherencia normativa del plan, integrando la comunicación como una herramienta transversal que contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales y al fortalecimiento de la transparencia, la identidad y la rendición de cuentas.

MARCO NORMATIVO

El ejercicio y práctica de la comunicación institucional en la Universidad Autónoma de Querétaro se alinea y responde a un marco jurídico y ético; el cual orienta su práctica con una visión, función y objetivos estratégicos al servicio de la transparencia, rendición de cuentas y formación ciudadana. La comunicación es un acto que no sólo transmite información, también es una herramienta que ayuda a articular los valores de la universidad, proyectar su compromiso social y dar visibilidad a la contribución al desarrollo del conocimiento, cultura e innovación.

El Marco normativo nos ayuda a establecer los fundamentos legales, programáticos y de política institucional que rigen el modelo de comunicación universitaria, con el fin de garantizar su alineación con la Ley Orgánica de la UAQ, el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2024-2027, el Modelo Educativo Universitario (MEU) y las Políticas de Evaluación y Acreditación Nacionales e Internacionales. Bajo este sustento, la comunicación se contempla como la herramienta transversal que nos ayuda a contribuir a los procesos sustantivos de docencia, investigación, vinculación y extensión universitaria, asegurando así, que cada acción y mensaje clave reflejen los principios de autonomía, pluralidad, inclusión, responsabilidad y excelencia que caracterizan a la Universidad Autónoma de Querétaro.

La Comunicación institucional de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) se rige por el siguiente marco:

1. Ley Orgánica de la UAQ:

Para definir funciones sustantivas como docencia, investigación, extensión y vinculación, además, de ser la responsable de la transparencia en el quehacer universitario ante la sociedad. Contempla a la comunicación como una herramienta esencial de la función de rendición de cuentas, la vida democrática universitaria y la proyección del servicio público que presta la UAQ.

2. PIDE 2024-2027:

Como guía y referencia para orientar las prioridades, metas e indicadores institucionales. El plan de comunicación se contempla como el instrumento transversal para traducir los ejes estratégicos en mensajes, campañas y dispositivos de información y participación, brindando claridad y orientación estratégica.

3. Modelo Educativo Universitario (MEU):

Con el objetivo de reconocer una formación integral, el aprendizaje a lo largo de la vida y el enfoque en el desarrollo de competencias, incluyendo las competencias digitales y ciudadanas, lo anterior como ejes y mensajes estratégicos en las acciones de comunicación universitaria.

4. Políticas y criterios de CIEES/COPAES y otros organismos de evaluación:

Como guías y protocolos para contar con evidencia de información, transparencia, mejora continua y participación de actores.

5. Normativa universitaria complementaria:

Con la intención de establecer y definir estatutos, reglamentos de transparencia, lineamientos editoriales y de identidad, para el correcto uso de marca, vocerías, protección de datos personales accesibilidad y basados en buenas prácticas y ética comunicativa.

1.2 Principios rectores de la comunicación UAQ

La comunicación universitaria de la UAQ se basa, guía y rige por principios que nos ayudan a garantizar una buena coherencia con sus valores, transparencia y el compromiso social; estos elementos orientan cada mensaje, formato y acción comunicativa que responde a nuestra misión educativa, científica y humanista.

1. Interés público: Toda acción comunicativa de la UAQ tiene como propósito servir al bien común, respondiendo a la misión social de nuestra universidad, de esta forma se puede garantizar el derecho de la comunidad universitaria y de la ciudadanía en general
2. a mantenerse informadas de manera veraz, clara y pertinente, sumando así al compromiso de la UAQ con la sociedad en general.
3. Veracidad y oportunidad: La información difundida es comprobable, precisa y emitida en los tiempos adecuados, criterios que nos ayudan a favorecer la toma de decisiones y fortalecer la confianza institucional.
4. Accesibilidad e inclusión: Los mensajes universitarios se expresan a través de un lenguaje claro, cercano, respetuoso, mediante formatos accesibles y diversos y basados en un enfoque de derechos humanos, igualdad sustantiva e interculturalidad.
5. Cercanía y Participación: Uno de los principios básicos de nuestra comunicación es poder promover el diálogo abierto, la escucha activa y la construcción colectiva de la narrativa institucional a través de los esfuerzos de comunicación para garantizar la participación de nuestra comunidad universitaria.
6. Integridad y Legalidad: Cada proceso comunicativo se basa en las buenas prácticas de protección de datos personales y la propiedad intelectual, alineadas con normas vigentes que nos permitan mantener una política de cero tolerancia a la desinformación, reforzando así nuestro compromiso con la sociedad.
7. Evaluación y Mejora continua: A través del monitoreo sistemático de indicadores (KPIs), métricas de desempeño y percepción cualitativa se asegura la posibilidad de seguimiento y aprendizaje continuo, con el propósito de responder a las necesidades y actualizaciones de la comunicación universitaria.
8. Identidad Institucional: Cada elemento y mensaje de nuestra comunicación refleja coherencia estética, narrativa y conceptual con los valores de la UAQ, fortaleciendo así el sentido de pertenencia bajo el sello #OrgullosamenteUAQ

1.3 Correspondencia con PIDE 2024–2027

La comunicación institucional de la UAQ, responde y se suma a los objetivos y ejes estratégicos del PIDE; se usa la narrativa articuladora “La UAQ transforma vidas” para lograr este propósito y como elemento que nos permita conectar emocionalmente con nuestra comunidad universitaria.

Este eje narrativo y rector se divide en cuatro líneas estratégicas:

1. Transforma con calidad educativa e innovación: A través de contenido y mensajes clave que nos permiten difundir resultados académicos, científicos, vocería, ciencia abierta, buscando así, el verdadero impacto e información social.
2. Transforma con gestión eficiente y transparente: Información proactiva, veraz y oportunidad sobre procesos, decisiones, indicadores y rendición de cuentas; a través de formatos accesibles, mensajes claros y directos y datos abiertos.
3. Transforma con legalidad y convivencia: Mensajes y narrativa clave que transmite y promueve una cultura de paz, prevención de cualquier tipo de violencia, motivación a una buena convivencia universitaria y cumplimiento normativo, a través de protocolos de riesgo y crisis.
4. Transforma con inclusión, equidad y sostenibilidad: Mensajes y ejes rectores de comunicación con perspectiva de derechos humanos, lineamientos de igualdad, cuidado del medio ambiente, evidencias de acciones y resultados en estos ámbitos; con la finalidad de reforzar el compromiso que se tiene como universidad y motivar a la sociedad a sumarse.

1.4 Alineación con el MEU y ciudadanía digital

En respuesta y dando congruencia al Modelo Educativo Universitario (MEU), la comunicación institucional de la UAQ se construye bajo la premisa de ser un espacio formativo, no sólo cubriendo con la necesidad informativa, también incentivando y reforzando la responsabilidad de educar, inspirar y fortalecer las competencias ciudadanas y digitales en la comunidad universitaria. Así, la comunicación se percibe con un enfoque que contribuye a la formación integral de estudiantes, docentes y personal; impulsando el pensamiento crítico, la ética pública, la responsabilidad social y la participación activa en entornos digitales que sean seguros, colaborativos y sostenibles.

En congruencia con el Modelo Educativo Universitario (MEU), la comunicación institucional de la UAQ se concibe también como un espacio formativo. Más allá de informar, tiene la responsabilidad de educar, inspirar y fortalecer las competencias ciudadanas y digitales de la comunidad universitaria. Desde este enfoque, la comunicación contribuye a la formación integral de estudiantes, docentes y personal, impulsando el pensamiento crítico, la ética pública, la responsabilidad social y la participación activa en entornos digitales seguros, colaborativos y sostenibles. A Continuación se enlistan los principios fundamentales para lograrlo:

- **Formación integral:** Mensajes que refuercen y motiven al pensamiento crítico, ética pública y responsabilidad social.

- **Ciudadanía Digital:** Acciones para la alfabetización, seguridad digital, verificación de información y uso responsable de plataformas digitales; así como la promoción de competencias para el correcto uso de herramientas y participación en estos espacios.
- **Experiencias de Aprendizaje:** Los esfuerzos de comunicación universitaria como recursos pedagógicos para la divulgación académica y participación e interacción con estos contenidos.

1.5 Estándares e implicaciones operativas

Con la finalidad de implementar los esfuerzos de comunicación institucional bajo los lineamientos estratégicos antes mencionados, se establecieron ciertos criterios técnicos, éticos y normativos que aseguran la calidad, coherencia y transparencia en todos los procesos de comunicación. Dichos estándares operativos nos ayudan a garantizar que la comunicación de la UAQ conserve su identidad sólida, respete la legalidad vigente y promueva la accesibilidad y rendición de cuentas; de la misma forma, pueda establecer las bases para la profesionalización de las vocerías, asegurar la protección de datos personales y así conservar el patrimonio informativo y audiovisual de la universidad. A continuación se especifican dichos lineamientos:

1. **Identidad visual y editorial:** Se aplica de manera obligatoria el manual de identidad, el manual de estilo para garantizar la coherencia visual y posicionamiento de marca.
2. **Vocería:** Con ayuda del catálogo institucional, capacitación periódica y guía de mensajes se acompaña a los encargados de la ejecución de las acciones comunicativas.
3. **Protección de datos y derechos de imagen:** Se cuenta con el consentimiento informado y resguardo conforme a la normativa aplicable.
4. **Archivo y Transparencia:** Se coordina para la preservación documental de campañas y piezas de comunicación.

GOBERNANZA DEL MODELO DE COMUNICACIÓN

En un escenario digital y entorno social caracterizados por la inmediatez, sobreinformación y demanda creciente de transparencia, la universidad demanda un modelo de comunicación que no sólo cumpla con las necesidades informativas, sino que en consecuencia busque generar confianza, cohesionar a su comunidad y fortalezca su reputación pública; es por ello que la comunicación estratégica de la UAQ, parte de la premisa de cumplir con la función de gobernanza, entendiéndose como un instrumento de articulación entre la gestión institucional, la identidad y la participación social. La Universidad Autónoma de Querétaro orienta esta estrategia comunicacional hacia tres grandes propósitos:

1. Poder consolidar una narrativa coherente a su misión de transformación social a través de la educación, la transparencia y la innovación.
2. Promover una cultura organización que se base en la colaboración y pertinencia.
3. Construir y conservar una imagen de posicionamiento ante la sociedad como una universidad pública, innovadora, diversa y comprometida con el bienestar colectivo.

De esta manera, el plan estratégico de comunicación institucional integra planeación, innovación, diálogo y evaluación continua, asegurando así, que cada mensaje y pieza comunicativa que la UAQ emita, esté alineada a su propósito base: Transformar vidas desde la diversidad y excelencia.

Áreas que conforman este esquema:

1. Secretaría Particular: como la instancia rectora y de coordinación general del modelo de comunicación estratégico.
2. Dirección de Comunicación Estratégica: Responsable de planificar, coordinar y ejecutar la comunicación digital, garantizando coherencia, innovación y alineación con los valores y objetivos. Desde esta instancia se gestiona la presencia digital de la UAQ y se impulsa una cultura organizacional orientada a la transformación y alfabetización digital.
3. Dirección de Medios: Supervisa Radio UAQ, TV UAQ y Cinematografía, garantizando contenidos educativos, inclusivos y plurales.
4. Dirección de Comunicación Universitaria: Produce y difunde boletines, reportes y material visual para prensa, promoviendo la visibilidad y el prestigio de la UAQ a nivel local y nacional.

5. Coordinación de Imagen: Gestiona y fortalece la identidad visual de la Marca Registrada UAQ, mediante el desarrollo de señalética, branding, souvenirs y material institucional; además provee a todas las instancias de la universidad de una identidad visual alineada a la identidad institucional.
6. Coordinación de Gaceta: Publica ediciones mensuales de manera digital con información académica y cultural que fomentan la identidad universitaria.

OBJETIVO GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN

La Universidad Autónoma de Querétaro orienta su quehacer hacia la formación integral de personas críticas, éticas y con alto compromiso al desarrollo social, científico y cultural de su contexto y entorno. Sus acciones institucionales se basan en los principios de autonomía, inclusión, equidad, excelencia y responsabilidad social; reforzando así el papel como universidad pública de alta calidad, referente regional y nacional.

La Institución tiene el firme compromiso de promover una gestión educativa de calidad, equitativa y pertinente, como base fundamental para el desarrollo integral de nuestra comunidad universitaria. Su misión se fundamenta en la convicción de que una gestión educativa sólida, transparente y orientada a la calidad, es esencial para el cumplimiento de su labor formativa y de investigación. Cree firmemente en el valor de la diversidad y la inclusión, y por ello, se esfuerza por garantizar que cada miembro de la comunidad universitaria tenga acceso a oportunidades de desarrollo académico y profesional.¹

¹ <https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/sobre-la/mision>

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

OBJETIVO GENERAL:

Fortalecer la identidad, la reputación y la confianza pública en la Universidad Autónoma de Querétaro, mediante una comunicación integral, coherente y estratégica que acompañe los procesos sustantivos, adjetivos, regulatorios y transversales de la institución; impulse la calidad educativa, la innovación, la gestión eficiente, la cultura de paz, la inclusión y la sostenibilidad; y promueva la participación activa de la comunidad universitaria en la construcción de una ciudadanía responsable y comprometida con su entorno.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Consolidar la coherencia y unidad del mensaje institucional para garantizar que todas las acciones, discursos y piezas comunicativas de la universidad correspondan a una narrativa común, alineada con los valores, principios y ejes estratégicos, fortaleciendo así la identidad visual, discursiva y simbólica de la UAQ.
2. Fortalecer la relación con los públicos internos y externos para promover una comunicación bidireccional que fomente la participación activa de estudiantes, docentes, personal administrativo, comunidad egresada y aliados estratégicos a través de canales inclusivos y eficientes; con la intención de reforzar el sentido de pertenencia y la confianza social hacia la universidad.
3. Asegurar la reputación y el posicionamiento institucional para reforzar la imagen de la universidad como una institución pública líder, transparente, innovadora, comprometida con la transformación social a través de la difusión de sus logros académicos, científicos y culturales.

GESTIÓN DE MENSAJE

Los mensajes institucionales clave se constituyen en el eje articulador que representa el conjunto de narrativas, discursos y elementos simbólicos que se ejecutarán para expresar la identidad, proyectar los valores y comunicar el compromiso con la transformación social que tiene la UAQ; de esta forma se garantiza que todos los mensajes emitidos por la institución mantengan coherencia, pertinencia y correspondencia a los objetivos estratégicos definidos en el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2024-2027.

Como se ha mencionado, la labor de la comunicación institucional no sólo es informar, también se debe ejecutar bajo la idea de ser un acto de construcción de significado y legitimidad pública, en el que cada elemento y esfuerzo que se realiza, debe reforzar la identidad colectiva y el propósito institucional.

5.1 Correspondencia de los mensajes estratégicos con el PIDE 2024-2027

Tomando como base los cuatro ejes fundamentales que se definen en el PIDE se deben estructurar y elaborar los mensajes estratégicos que dan soporte a la narrativa institucional, respetando los siguientes lineamientos:

EJE 1: PROCESOS SUSTANTIVOS, ACADEMIA, INNOVACIÓN Y CALIDAD EDUCATIVA.

Con el objetivo de posicionar a la UAQ como una universidad de excelencia académica que transforma vidas mediante la educación y la generación de conocimiento útil para la sociedad.

EJE 2: PROCESOS ADJETIVOS: GESTIÓN INSTITUCIONAL TRANSFORMADORA

“Comunicar para gestionar mejor”: la comunicación se integra como parte de la gestión universitaria, no solo como soporte operativo.

EJE 3: PROCESOS REGULATORIOS Y NORMATIVOS

Garantizar mensajes que promuevan la convivencia armónica, la ética y la confianza en la institucionalidad universitaria.

EJE 4: PROCESOS INTEGRADORES, TRANSVERSALIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Impulsar una narrativa de compromiso social y ambiental, visibilizando el papel de la UAQ en la construcción de una cultura de paz.

5.2 Narrativa articuladora

La narrativa central del Plan Estratégico de Comunicación Institucional se resume en el concepto creativo:

“LA UAQ TRANSFORMA VIDAS DESDE LA DIVERSIDAD Y LA EXCELENCIA”

Esta narrativa no sólo nos sirve como un lema o una guía estratégica, también nos ayuda a conectar emocionalmente para generar identidad y transmitir el propósito principal de nuestra universidad. Expone y resume la vocación de servicio público, su compromiso con la equidad y el papel activo como generadora de conocimiento útil para la vida de las personas; es por eso que todos los esfuerzos de comunicación deben de contribuir a replicar y fortalecer este relato. Además, la narrativa articuladora se despliega de manera transversal para conectar los 4 ejes del PIDE, convirtiéndose en una narrativa rectora que da sentido institucional, permitiendo alinear el discurso, unificar la identidad visual, discursiva y producir una percepción coherente ante la sociedad.

En pocas palabras, nuestra narrativa transmite que nuestra universidad es una comunidad que aprende, enseña y comunica con el propósito de transformar vidas a través del conocimiento útil, la empatía, la innovación y la responsabilidad social.

MAPA DE PÚBLICOS

La Universidad Autónoma de Querétaro tiene relación con diferentes públicos, con características particulares, necesidades específicas y que en conjunto forman su ecosistema digital, con la intención de brindar información y mensajes clave alienados a estas necesidades particulares y que en conjunto cubran con el objetivo de garantizar pertinencia, cercanía y coherencia con la identidad institucional; se reconocen 7 públicos estratégicos.

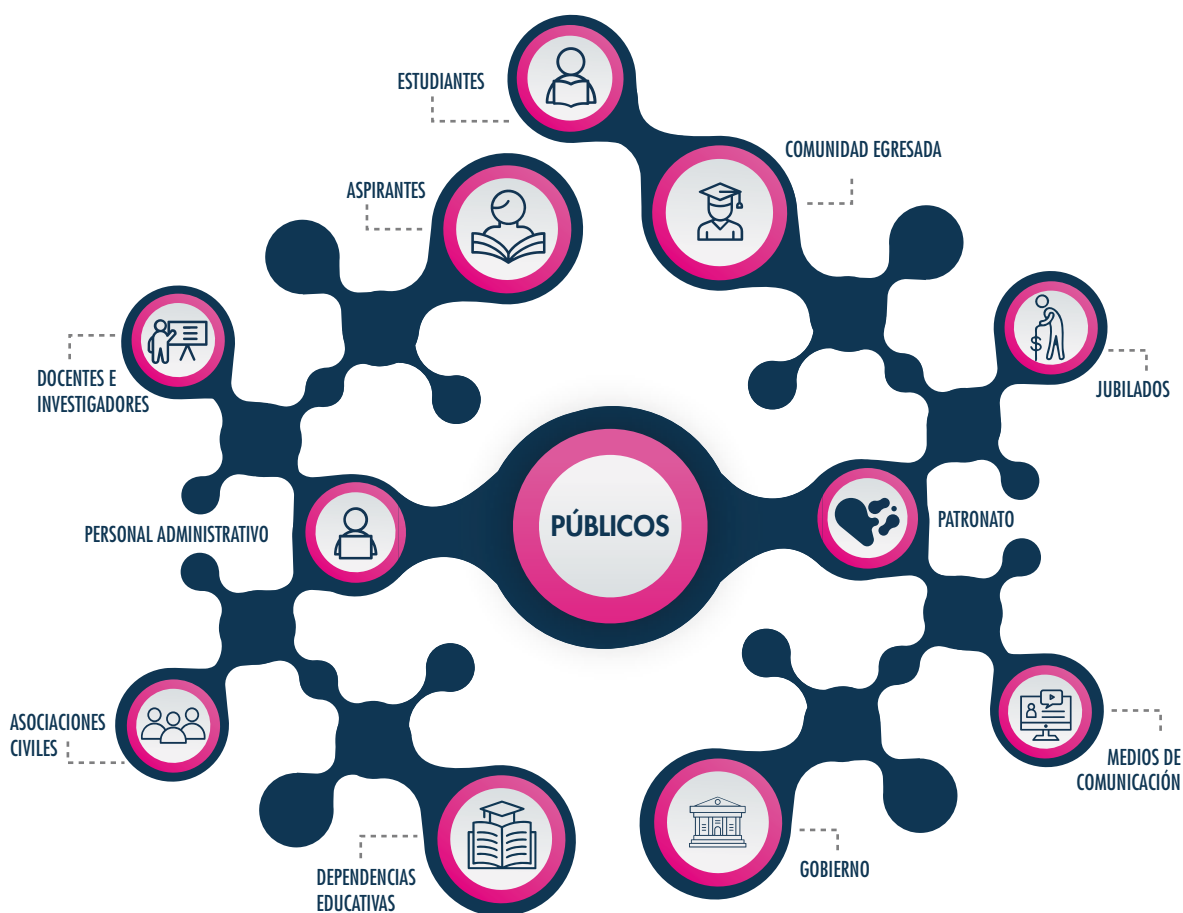


Imagen 1. Mapa de públicos de la Universidad Autónoma de Querétaro

Estudiantes Actuales

Objetivo: Reforzar la identidad, generar participación y conservar el sentido de pertenencia de las y los estudiantes, fortaleciendo la confianza en la institución y motivándolos para participar activamente en la comunidad universitaria.

Necesidades Comunicativas: información clara, oportuna, accesible sobre trámites, becas, actividades académicas, culturales o deportivas; identificación de espacios de participación, escucha, generación de diálogo con autoridades y las diferentes facultades o escuelas; contenidos atractivos y útiles que les apoyen en su vida académica y les ayuden en su vida personal.

Claves de Comunicación: Los mensajes dirigidos a esta audiencia tienen lenguaje cercano, empático y propositivo, formatos digitales como reels, historias, infografías, contenido interactivo así como el uso de redes sociales como principales medios de contacto.

Puntos de conexión: La comunicación se enfoca en acompañar su experiencia universitaria, reconocer sus logros y reforzar la idea de comunidad, a través de la cercanía, tono positivo y la participación activa se busca que se reconozcan como protagonistas de la transformación que impulsa la UAQ.

Aspirantes

Objetivo: Atraer y motivar a las y los aspirantes a formar parte de la UAQ, posicionándola como su primera opción educativa por su calidad, prestigio y compromiso social.

Necesidades Comunicativas: Información completa sobre la oferta académica, requisitos de ingreso y procesos de admisión, comunicación basada en testimonios reales de estudiantes y egresados que puedan compartir su experiencia en la UAQ, mensajes que inspiren y transmitan cercanía orgullo y proyección profesional.

Claves de Comunicación: Los mensajes dirigidos a esta audiencia deben de enfatizar narrativas aspiracionales que destaquen el valor de estudiar en una universidad pública de excelencia, mensajes segmentados para generar interés en redes sociales y una campaña de comunicación que combina información práctica de ingreso con emoción y propósito profesional.

Puntos de conexión: La comunicación se enfoca en ser inspiración y orientar a los aspirantes, mostrando que la UAQ no sólo forma profesionales, sino personas capaces de transformar su entorno.

Docentes e Investigadores

Objetivo: Reconocer, visibilizar y fortalecer el papel de las y los docentes e investigadores como pilares del prestigio académico y científico de la UAQ.

Necesidades Comunicativas: Canales de difusión de sus proyectos, logros, publicaciones y aportes a la investigación y la docencia, posibilidad de acceder a información institucional, convocatorias y espacios de actualización y espacios para el reconocimiento institucional y público de su trabajo.

Claves de Comunicación: Los mensajes dirigidos a esta audiencia deben de contar con un enfoque en divulgación científica y comunicación del conocimiento, enfatizando el orgullo de sus logros y aportaciones.

Puntos de conexión: La comunicación se enfoca en el reconocimiento y colaboración, que posicione a los académicos como embajadores del conocimiento. La UAQ los acompaña en la divulgación de su trabajo y en la construcción de puentes entre la ciencia y la sociedad.

Personal Administrativo

Objetivo: Fortalecer la comunicación interna, reconociendo su papel esencial en la operación cotidiana y promoviendo una cultura organizacional basada en la colaboración y el orgullo institucional.

Necesidades Comunicativas: Información sobre procesos administrativos, beneficios laborales, programas de formación y desarrollo, contar con espacios para expresar propuestas y recibir reconocimiento y apropiación de canales claros y eficientes de comunicación con las dependencias.

Claves de Comunicación: Los mensajes dirigidos a esta audiencia deben de contar con un lenguaje institucional, claro y directo. Énfasis para el uso de herramientas y canales internos, contenidos que destaquen el sentido de pertenencia.

Puntos de conexión: La comunicación se enfoca en el reconocimiento, la transparencia y la inclusión, creando un entorno laboral más informado, motivado y comprometido con los valores de la UAQ.

Comunidad Egresada

Objetivo: Fortalecer el vínculo con la comunidad egresada, consolidando una red activa que contribuya al desarrollo institucional y al prestigio de la universidad.

Necesidades Comunicativas: Información sobre programas de educación continua, vinculación laboral y eventos universitarios, acciones de participación en proyectos, mentorías o actividades institucionales, espacios para mantener el sentido de pertenencia y orgullo universitario.

Claves de Comunicación: Los mensajes dirigidos a esta audiencia deben de contar con un tono cercano y colaborativo, hacer uso de plataformas digitales y redes profesionales (LinkedIn, newsletters, micrositos). Enfatizar y compartir historias de éxito y reconocimiento público de trayectorias destacadas.

Puntos de conexión: Sentimiento de comunidad extendida, haciendo que cada egresado siga sintiendo a la UAQ como parte de su identidad profesional y personal. Los egresados serán voceros naturales del prestigio institucional.

Personas Jubiladas

Objetivo: Mantener el vínculo activo con la comunidad de jubiladas y jubilados de la UAQ, reconociendo su trayectoria y promoviendo su participación en la vida universitaria como parte esencial de la identidad institucional.

Necesidades comunicativas: Requieren información sobre programas de reconocimiento, actividades culturales, servicios de salud, oportunidades de participación y eventos conmemorativos.

Claves de comunicación: Reconocimiento, pertenencia, gratitud y continuidad. El mensaje debe transmitir calidez, respeto y cercanía, fortaleciendo el orgullo de pertenecer a la UAQ.
Puntos de conexión: Boletín institucional, página web, secciones dedicadas en redes sociales, invitaciones personalizadas, eventos universitarios, y comunicación directa.

Medios de comunicación

Objetivo: Crear relaciones transparentes con medios locales, nacionales e internacionales, para fortalecer la presencia pública y la credibilidad institucional de la UAQ.

Necesidades Comunicativas: Información confiable, oportuna y verificada, comunicación con vocerías institucionales capacitadas, acceso a materiales informativos actualizados y de calidad (boletines, fichas, infografías, imágenes).

Claves de Comunicación: Comunicación clara, verificable y con perspectiva de servicio público, tener proactividad informativa: envío de boletines, ruedas de prensa y seguimiento continuo.

Puntos de conexión: Relación de confianza y colaboración basada en la transparencia y la oportunidad informativa. La UAQ como fuente confiable, plural y abierta, posicionando su voz en los temas de interés público.

Gobiernos (municipal, estatal y municipal)

Objetivo: Fortalecer una relación institucional basada en la transparencia, la colaboración y el reconocimiento de la UAQ como actor estratégico en el desarrollo educativo, científico y social del estado y del país.

Necesidades comunicativas: Requieren información clara y verificable sobre los programas académicos, la investigación aplicada, el impacto social de los proyectos universitarios y la rendición de cuentas en el uso de recursos públicos.

Claves de comunicación: Transparencia, pertinencia social, innovación y responsabilidad pública. Se debe comunicar con un tono institucional, técnico y de resultados verificables, enfatizando el valor de la universidad pública como aliada en políticas de desarrollo.

Puntos de conexión: Boletines institucionales, informes de impacto, campañas de rendición de cuentas, ruedas de prensa, presencia en medios tradicionales, y encuentros formales entre autoridades universitarias y representantes gubernamentales.

Dependencias educativas

Objetivo: Consolidar vínculos de cooperación académica, científica y tecnológica que fortalezcan la calidad educativa y la innovación pedagógica.

Necesidades comunicativas: Requieren información sobre modelos educativos, indicadores de calidad, programas de formación docente, investigación y proyectos de colaboración académica.

Claves de comunicación: Excelencia académica, colaboración interinstitucional, innovación educativa y desarrollo de competencias. El discurso debe reflejar la capacidad de la UAQ para liderar y compartir buenas prácticas en educación superior.

Puntos de conexión: Sitio web institucional, convenios académicos, publicaciones científicas, redes educativas, participación en foros y conferencias, y comunicación directa.

Organizaciones educativas

Objetivo: Promover la participación activa de la UAQ en redes, asociaciones y organismos educativos nacionales e internacionales, posicionando su modelo académico y sus aportaciones científicas.

Necesidades comunicativas: Buscan conocer los proyectos de innovación educativa, los resultados de investigación y las estrategias de vinculación universitaria en beneficio del entorno social.

Claves de comunicación: Internacionalización, intercambio de conocimiento, cooperación y liderazgo académico. Se debe comunicar con un lenguaje técnico y propositivo, destacando la reputación de la UAQ como referente en educación pública.

Puntos de conexión: Plataformas digitales institucionales, notas en inglés y español, redes académicas internacionales, boletines especializados, LinkedIn institucional, y participación en eventos internacionales de educación.

Asociaciones civiles

Objetivo: Fomentar la colaboración en proyectos sociales, ambientales y culturales que reflejen el compromiso de la UAQ con la responsabilidad social universitaria y el desarrollo comunitario.

Necesidades comunicativas: Requieren información sobre programas de voluntariado, iniciativas de sustentabilidad, campañas solidarias y oportunidades de colaboración en temas de inclusión, equidad y derechos humanos.

Claves de comunicación: Empatía, compromiso social, participación y comunidad. La comunicación debe centrarse en historias humanas, resultados tangibles y alianzas con impacto positivo.

Puntos de conexión: Redes sociales, Gaceta Universitaria, convocatorias conjuntas, colaboraciones en medios comunitarios y campañas de sensibilización.

ECOSISTEMA MEDIÁTICO

A través del su ecosistema mediático, la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ), comunica, informa y construye su relación con los diferentes públicos; este sistema se piensa como un espacio interconectado, dinámico y coherente que alinea y articula todos los esfuerzos de comunicación, medios, canales digitales, plataformas universitarias y enlaces con medios externos, garantizando así esfuerzos estratégicos, inclusivos y consistentes con la identidad y propósito de la UAQ.

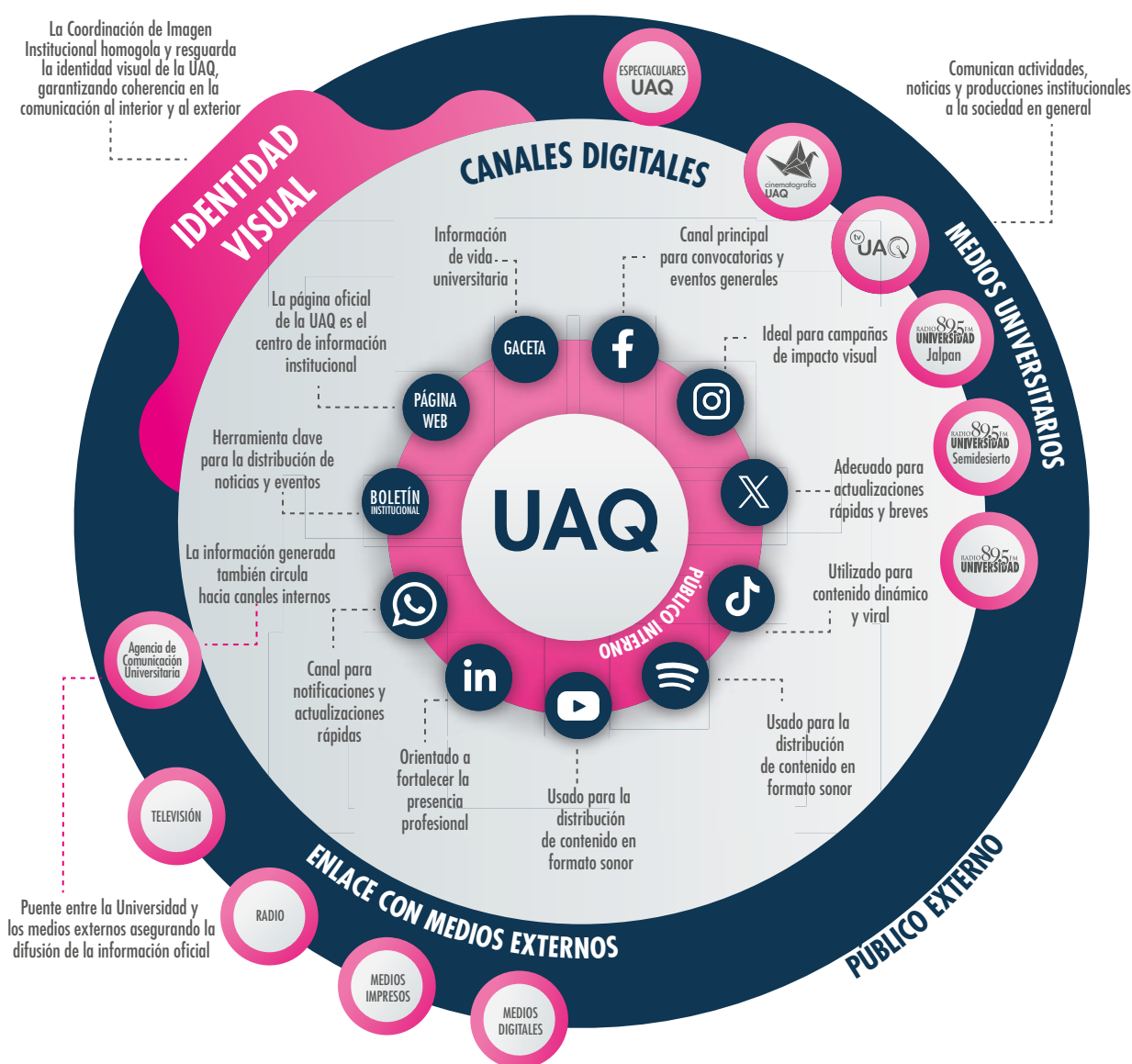


Imagen 2. Ecosistema mediático de la Universidad Autónoma de Querétaro

Como objetivo principal de esta red de canales y medios, se encuentra el consolidar la presencia institucional sólida y unificada, para asegurar que la UAQ hable con una sola voz, diversa y plural que expresa los valores de transparencia, excelencia, diversidad e innovación.

Identidad visual

Propósito: Garantizar la coherencia estética, narrativa y simbólica de la comunicación institucional, fortaleciendo el reconocimiento y posicionamiento de la marca UAQ.

Para homologar el uso de la identidad visual en todas las piezas, plataformas y medios, asegurando que cada mensaje proyecte la personalidad institucional y respete los lineamientos del Manual de Identidad de la UAQ. La Coordinación de Imagen Institucional supervisa y valida la aplicación de logotipos, colores, tipografías y elementos gráficos, asegurando una presencia uniforme tanto en los medios internos como externos.

Página Web Institucional

Propósito: Ser el centro de información oficial y eje digital del ecosistema. Canal de comunicación con información actualizada, clara y estructurada sobre la vida universitaria, programas académicos, investigación, extensión y vinculación, garantizando accesibilidad, navegación intuitiva y compatibilidad con dispositivos móviles. La página web es el principal punto de convergencia de la comunicación institucional, ya que integra contenidos noticiosos, académicos, administrativos y culturales.

Boletín Institucional

Propósito: Informar de manera periódica, mensajes oficiales, convocatorias, reconocimientos y logros institucionales a toda la comunidad universitaria.

Consolidar un canal formal de comunicación interna que fortalezca la transparencia, el sentido de pertenencia y la conexión entre las diferentes áreas de la universidad. El boletín se publica en versión digital y se complementa con envíos temáticos segmentados por tipo de público (académico, estudiantil, administrativo).

Gaceta Universitaria

Propósito: Registrar, documentar y difundir el quehacer académico, científico y cultural de la UAQ, consolidándose como la memoria institucional de la vida universitaria.

Se busca promover la identidad institucional y la divulgación del conocimiento a través de contenidos de calidad, elaborados con rigor periodístico y enfoque humanista. La Gaceta Universitaria visibiliza a los diferentes actores de la comunidad y promueve los valores de pluralidad, inclusión y compromiso social.

Canales digitales

El ecosistema digital de la UAQ articula las plataformas sociales, sonoras y audiovisuales que conectan a la universidad con públicos internos y externos. Cada red cumple un propósito particular, pero todas comparten el objetivo de fortalecer la presencia digital institucional y fomentar el diálogo permanente.

- Facebook: Canal principal de difusión institucional, se utiliza para comunicar eventos, logros y convocatorias con enfoque informativo y de comunidad. Ideal para audiencias amplias y contenidos visuales accesibles.
- Instagram: Mostrar la vida universitaria desde una narrativa visual y humana. con la intención de reforzar el sentido de pertenencia y proyectar la diversidad y energía de la comunidad universitaria mediante contenido fotográfico, reels y storytelling.
- X (antes Twitter): Canal de comunicación inmediata y de posicionamiento institucional. Busca difundir información breve y relevante sobre decisiones, posturas institucionales y actualizaciones urgentes, fortaleciendo la transparencia y la interacción directa.
- TikTok: Canal para conectar con audiencias jóvenes mediante formatos breves, creativos y dinámicos, mostrando la vida universitaria, la innovación y la cultura UAQ con un tono cercano, positivo y participativo.
- LinkedIn: Red social que permite fortalecer la presencia profesional y académica de la universidad a través de la difusión de logros institucionales, publicaciones, alianzas y oportunidades profesionales para docentes, egresados y aliados estratégicos.
- YouTube: Es el Repositorio audiovisual institucional, producciones audiovisuales que reflejan la excelencia académica y cultural de la UAQ.
- Spotify: Canal para difundir contenido sonoro (podcasts, cápsulas informativas, programas culturales y académicos), para acercar la universidad a sus públicos mediante formatos auditivos que promuevan la reflexión, la ciencia y la cultura.
- WhatsApp institucional: Canal directo para notificaciones, recordatorios y actualizaciones rápidas para facilitar la comunicación inmediata con la comunidad, fortaleciendo la cercanía y la eficiencia informativa.

Estructuras Publicitarias de Gran Formato (Espectaculares UAQ)

Propósito: Reforzar la visibilidad institucional en espacios públicos mediante campañas de alto impacto visual.

Administradas por la Coordinación de Imagen Institucional, estas estructuras constituyen un canal estratégico para la difusión de mensajes institucionales, garantizando coherencia gráfica y uniformidad narrativa con el resto del ecosistema mediático. Las carteleras temporales y

permanentes se asignan conforme a un calendario de uso institucional, priorizando campañas de identidad, logros académicos, inclusión, cultura y rendición de cuentas.

Medios Universitarios

Propósito: Comunicar las actividades, noticias y producciones a la sociedad, cumpliendo su función social de difundir el conocimiento y la cultura.

Radio UAQ (89.5 FM, Jalpan 850 AM, Semidesierto)

Propósito: Ofrecer una programación plural, educativa y cultural que promueva el pensamiento crítico, la diversidad y la participación ciudadana. Fortalecer la identidad universitaria y la presencia pública de la UAQ mediante contenidos de servicio social, entrevistas, divulgación científica y cultura.

TV UAQ

Producir y transmitir contenidos audiovisuales institucionales y culturales que reflejen la vida universitaria. Difundir programas, proyectos, eventos y valores de la UAQ ante públicos amplios, reforzando su reputación como universidad pública innovadora.

Enlace con Medios Externos

Agencia de Comunicación Universitaria

Propósito: Ser el puente entre la universidad y los medios de comunicación externos para garantizar la difusión efectiva de información oficial, fortalecer la relación institucional con medios locales y nacionales para proyectar la imagen de la UAQ como fuente confiable y transparente.

Medios impresos, digitales, radio y televisión externos

Propósito: Ampliar el alcance de los mensajes institucionales y fortalecer la visibilidad pública, para promover la cobertura informativa de los logros, proyectos y posturas institucionales con un enfoque plural y de servicio público.

DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación institucional de la UAQ se basa en diversas dimensiones de comunicación que le permiten atender estratégicamente los diferentes ámbitos en el día a día. Cada dimensión articula mensajes, canales y audiencias particulares, sin embargo, en conjunto forman un mismo propósito que busca fortalecer la identidad universitaria, promover la transparencia y consolidar la reputación de la universidad.

A través de estas dimensiones, se puede garantizar una comunicación integral, participativa y de alto impacto que genere conexiones reales con la comunidad universitaria, que fomente la participación de la sociedad y pueda reafirmar el papel transformador de la UAQ.

1. Comunicación interna

Objetivo específico:

Fortalecer la cohesión, la participación y el sentido de pertenencia de la comunidad universitaria mediante canales de información claros, accesibles y bidireccionales, que promuevan la colaboración y la identidad institucional.

Acciones principales:

- Consolidar un sistema de comunicación interna eficiente a través de boletines, intranet, correo institucional, WhatsApp y Teams UAQ.
- Generar campañas de orgullo universitario y pertenencia (#OrgullosamenteUAQ) dirigidas a estudiantes, docentes y personal administrativo.
- Promover la participación activa de la comunidad en actividades académicas, culturales y sociales mediante convocatorias y eventos internos.
- Implementar espacios de diálogo y retroalimentación entre autoridades y comunidad universitaria.
- Fomentar una cultura organizacional basada en la colaboración, el respeto y la comunicación empática.

2. Comunicación externa

Objetivo específico:

Proyectar la imagen institucional de la UAQ y la imagen pública de la Rectora ante la sociedad, los medios y los aliados estratégicos, garantizando una comunicación transparente, profesional y alineada con la misión social de la universidad.

Acciones principales:

- Difundir los logros, proyectos y resultados institucionales en medios locales, nacionales e internacionales.
- Organizar ruedas de prensa, encuentros con periodistas y presentaciones ejecutivas para la difusión de temas estratégico y posicionamiento de la Rectora como representante del liderazgo universitario.
- Desarrollar campañas de reputación y posicionamiento que destaquen la excelencia académica y el impacto social de la Universidad y el liderazgo científico, académico y humano de la Rectora.
- Promover la participación institucional en foros, rankings, congresos y espacios de opinión pública.

3. Comunicación digital

Objetivo específico:

Consolidar la presencia digital de la UAQ a través de una estrategia multicanal, innovadora y basada en datos, que fortalezca el diálogo con la comunidad universitaria y amplíe el alcance institucional en entornos digitales.

Acciones principales:

- Gestionar de manera coordinada las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X, TikTok, LinkedIn, YouTube, Spotify).
- Desarrollar un Manual de Gestión de Plataformas y Comunicación Digital que, mediante capacitaciones constantes, permita profesionalizar la práctica de los responsables de redes sociales en las diferentes áreas, dependencias y facultades de la universidad.
- Garantizar la actualización, accesibilidad y usabilidad del portal web institucional como eje central del ecosistema digital.
- Desarrollar campañas digitales segmentadas por público, con lenguaje cercano y formatos atractivos.

- Monitorear el desempeño digital y análisis de métricas (KPIs).
- Impulsar nuevos formatos narrativos (podcasts, microdocumentales, storytelling audiovisual) para conectar con públicos jóvenes y diversos.

4. Comunicación de crisis

Objetivo específico:

Asegurar una respuesta oportuna, transparente y coordinada ante situaciones de crisis o riesgo reputacional, protegiendo la integridad institucional y la confianza de la comunidad universitaria.

Acciones principales:

- Desarrollar e implementar el Manual de Comunicación en Situaciones de Crisis, definidos, gabinete de crisis y cadena de validación de información.
- Capacitar a las vocerías institucionales en gestión de medios y comunicación en situaciones críticas.
- Monitorear continuamente el entorno mediático y digital para detectar alertas tempranas de riesgo reputacional.
- Emitir mensajes institucionales claros, empáticos y verificados que refuercen la confianza pública.
- Documentar y evaluar cada caso para generar aprendizajes y mejorar los protocolos de respuesta.

5. Divulgación científica

Objetivo específico:

Difundir la producción científica, tecnológica y humanística de la UAQ de manera accesible, comprensible y atractiva, promoviendo el valor del conocimiento como motor de transformación social.

Acciones principales:

- Crear una estrategia permanente de comunicación de la ciencia, en coordinación con la Secretaría de Investigación, Innovación y Posgrado.

- Traducir resultados de investigación en contenidos divulgativos (infografías, cápsulas, artículos, videos).
- Publicar secciones especializadas en la Gaceta Universitaria, TV UAQ y Radio UAQ dedicadas a la ciencia y la innovación.
- Establecer un catálogo de proyectos con impacto social, visible en la web institucional y medios digitales.
- Fortalecer la presencia de investigadores y grupos académicos en medios especializados y redes de conocimiento.

6. Difusión cultural Objetivo específico:

Promover la cultura, las artes y el patrimonio universitario como expresiones vivas de la identidad UAQ, fortaleciendo el vínculo entre la universidad y la sociedad.

Acciones principales:

- Difundir actividades culturales, artísticas y patrimoniales a través de los medios universitarios y digitales.
- Crear campañas que destaquen la diversidad cultural y el talento artístico de la comunidad universitaria.
- Producir contenidos audiovisuales, editoriales y sonoros que valoren la creatividad y el pensamiento crítico.
- Fortalecer las alianzas con instituciones culturales, museos, teatros y colectivos artísticos para ampliar el alcance de la difusión universitaria.

A través de estas dimensiones, la UAQ logra comunicar con claridad, cercanía y propósito, consolidando su posición como una universidad pública de excelencia, comprometida con la verdad, la diversidad y la transformación social. Cada dimensión se interrelaciona con las demás: la comunicación interna alimenta la identidad; la externa y digital proyectan la reputación; la científica y cultural comunican el conocimiento y el arte; y la de crisis salvaguarda la confianza pública. En conjunto, todas dan vida a una universidad que, desde la comunicación, **transforma vidas y construye futuro.**

DEPENDENCIAS Y FUNCIONES

El plan estratégico de comunicación institucional de la UAQ se implementa y se sostiene en una estructura organizativa que asegura el cumplimiento de todo lo que estratégicamente se ha trabajado, así se puede cuidar la coherencia narrativa, la eficiencia operativa en todos los niveles y en todos los esfuerzos de comunicación. Cada elemento de esta estructura cumple un papel fundamental y complementario dentro de este sistema, generando un trabajo colaborativo en la construcción de la comunicación universitaria, así mismo el poder responder de manera oportuna, clara y pertinente ante las necesidades de la comunidad universitaria y sociedad en general.

Esta estructura es encabezada por la Secretaría Particular, guía principal en la definición del modelo general y en las líneas rectoras de comunicación, trabaja colaborativamente con direcciones y coordinaciones especializadas para cubrir con la necesidad de trabajo estratégico, medios, identidad, contenido y divulgación en general. En conjunto estos elementos conforman el sistema que ayuda a la UAQ a traducir los valores y objetivos del PIDE en acciones comunicativas en concreto, basadas en estrategia que lleven a la universidad a fortalecer su reputación, transparencia e identidad propia.

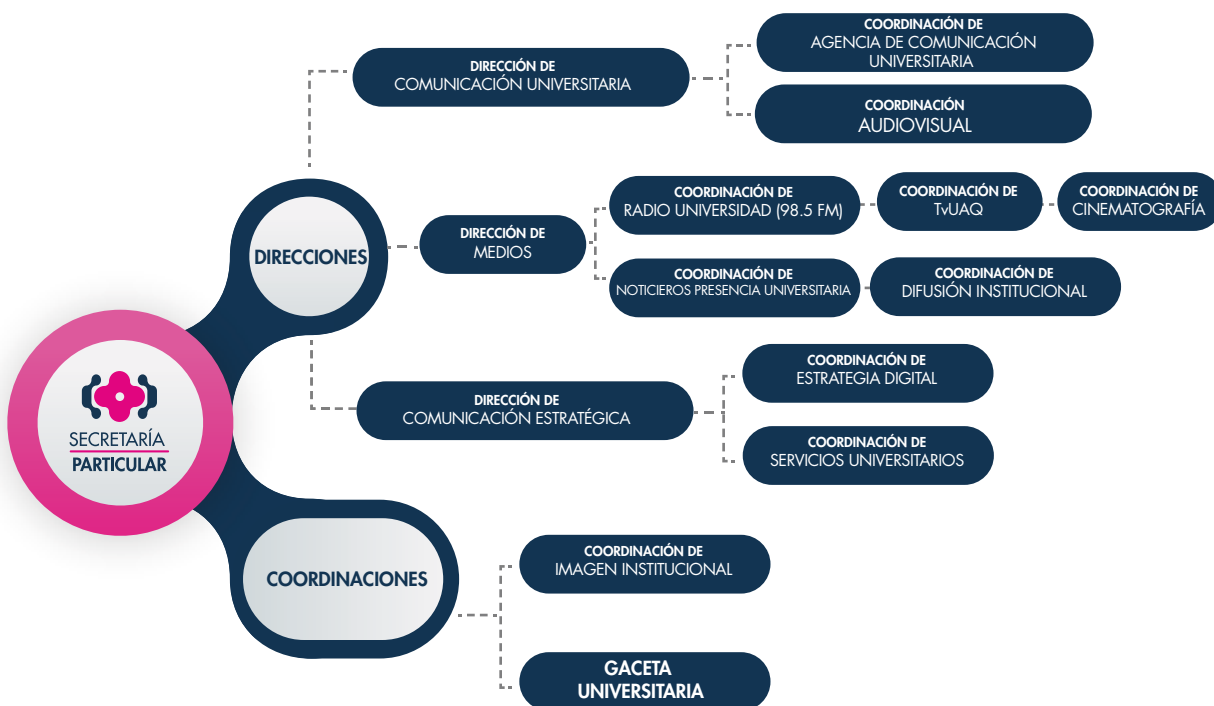


Imagen 3. Estructura administrativa de Comunicación Institucional en la Universidad Autónoma de Querétaro

La Universidad Autónoma de Querétaro cuenta con una estructura de comunicación institucional conformada por distintas áreas, las cuales funcionan y trabajan de manera coordinada para garantizar la planeación, ejecución y evaluación del plan estratégico de comunicación institucional; cada uno de estos componentes cumple funciones específicas que fortalecen la identidad universitaria, la transparencia institucional y la proyección pública de nuestra universidad.

En el nivel directivo, la Secretaría Particular actúa como el área rectora del plan estratégico de comunicación institucional, trabaja como responsable de definir las políticas generales, los lineamientos estratégicos y las líneas de acción que permiten contar con una comunicación institucional coherente entre el discurso público de la universidad y los valores que la sustentan. Como área rectora, establece los criterios guía que coordinan las diferentes áreas comunicativas a su cargo. La Dirección de Comunicación Estratégica (DCE) por su parte, se desarrolla como el eje operativo del plan estratégico, se encarga del diseño, implementación y la evaluación de las estrategias institucionales de comunicación, así como la gestión del ecosistema digital oficial de la universidad, su labor incluye la planeación de campañas, definición de objetivos, análisis, seguimiento de resultados y el buen manejo de crisis comunicacional; parte de sus funciones se complementan con el impulso de innovación y transformación digital a través de programas de capacitación de comunicación y ciudadanía digital. La DCE produce y difunde contenido clave para cumplir con la comunicación de logros académicos, científicos, culturales y sociales que suman al posicionamiento estratégico de la universidad, resaltando su papel como institución pública, líder y con impacto social.

Por otro lado, la Dirección de Medios es el área encargada de coordinar y supervisar los medios universitarios tales como Radio UAQ, TV UAQ y la coordinación de Cinematografía Universitaria; su propósito y función principal es garantizar la generación de contenidos educativos, culturales e informativos que respondan a la necesidad de comunicar la inclusión, equidad y pluralidad; a través de los medios universitarios se fortalece el vínculo de la universidad con la sociedad en general, permitiendo ampliar la proyección pública y cubrir con la misión de difundir conocimiento y cultura. Se cuenta también con una Dirección de Comunicación Universitaria que actúa como el puente conector entre la universidad y los medios externos, es el área encargada de la redacción y difusión de los boletines de prensa, reportes institucionales y materiales que ayudan a informar y promover la visibilidad y el prestigio de la UAQ a nivel local, nacional e internacional; estas tareas son esenciales para cuidar y conservar la presencia de la universidad en la agenda mediática, fortalecer la reputación y contar con una guía que permita comunicar con claridad los logros y avances institucionales.

Se cuenta también con una Dirección de Comunicación Universitaria que coordina la operación comunicativa con medios externos mediante coberturas, boletines, fotografías y materiales audiovisuales, en colaboración con las 14 unidades académicas. Su función incluye la definición de líneas discursivas, acompañamiento en eventos, gestión de relaciones con medios y producción de información institucional. A través de su Área de Monitoreo y Síntesis, realiza un seguimiento diario y permanente de medios impresos, digitales, radiales y televisivos, proporcionando informes matutinos y vespertinos que apoyan la toma de decisiones. Desde la Agencia de Comunicación Universitaria (ACU) fortalece la proyección externa de la UAQ mediante boletines, reportajes, entrevistas y relaciones públicas con medios, contribuyendo a la visibilidad de los logros institucionales y de la Rectora.

En la UAQ contamos con coordinaciones especializadas que suman al cumplimiento del plan estratégico de comunicación institucional, tal es el caso de la Coordinación de Imagen Institucional que se encarga de la gestión, protección y fortalecimiento de la identidad visual de la UAQ; a través de la supervisión del uso correcto y buenas aplicaciones tanto de la marca registrada UAQ, como de los elementos gráficos y normativos que se establecen en nuestro Manual de Identidad Visual Institucional, se encarga de coordinar la producción de materiales de señalética, branding, souvenirs y piezas institucionales, con la intención de mantener la coherencia visual y simbólica en todos los espacios y plataformas de comunicación, contribuyendo a la consolidación de una imagen sólida, moderna y reconocible. Finalmente, la Coordinación de Gaceta Universitaria se encarga de la edición, diseño y publicación de la Gaceta, un medio digital de periodicidad mensual que recopila y difunde información académica, científica y cultural relevante de la vida universitaria. A través de esta publicación, se promueve la identidad institucional, se visibilizan las aportaciones de la comunidad universitaria y se fortalece la memoria colectiva de la UAQ.

En colaboración, estas áreas conforman una estructura integral de comunicación que articula estrategia, contenido, imagen y divulgación; garantizando así, que la voz de la universidad se exprese con coherencia, propósito y excelencia.

EVALUACIÓN E INDICADORES

Un elemento fundamental para el Plan Estratégico de Comunicación Institucional de la Universidad Autónoma de Querétaro es la evaluación; con el fin de optimizar, mejorar y avanzar mes con mes las estrategias implementadas y conocer el desempeño de éstas se diseñó un esquema guía con dimensiones e indicadores clave que permiten fortalecer la toma de decisiones y garantizar que la comunicación cumpla su función social de informar, inspirar y vincular a la comunidad universitaria en su entorno.

Este sistema de evaluación de nuestra universidad se basa en 4 indicadores clave principales de desempeño, estas métricas combinan datos cuantitativos y cualitativos con la intención de tener una medición integral del estado, la evolución y los resultados de los esfuerzos de comunicación. Estos indicadores nos permiten medir el alcance, la interacción, la reputación y el sentido de pertenencia; para medir la efectividad, la coherencia y el impacto de nuestro modelo comunicativo universitario. Estos indicadores además, cumplen el enfoque estratégico pues nos orientan mes con mes a la planeación, seguimiento de resultados y alineando los valores que se desean lograr.

1. Alcance y visibilidad

Métrica que nos permite medir la presencia pública, el nivel de difusión de los mensajes institucionales a través de los diferentes medios y plataformas digitales. Se centra en el seguimiento de la cobertura mediática, el crecimiento de las audiencias y el tráfico web. Con este indicador se busca tener evidencia del impacto de las estrategias de difusión para detectar oportunidades de crecimiento o fortalecimiento de los canales con el propósito que se busca. Nos permite identificar los mensajes más efectivos, optimizar la segmentación de públicos y así garantizar esfuerzos de comunicación que cumplan con eficiencia y proyección.

2. Engagement y participación

El engagement nos permite medir la conexión emocional y el nivel de participación de los públicos con el contenido de la universidad. Se le da seguimiento a través de la interacción en redes sociales, el contenido que se genera por los integrantes de nuestra comunidad universitaria y la participación y asistencia a los eventos institucionales. Con este indicador podemos identificar el vínculo entre la UAQ y su comunidad, asegurando que nuestros valores, causas y actividades universitarias se comuniquen de forma efectiva; con el fin de fortalecer los canales de diálogo, apropiación de mensajes clave para consolidar una comunidad digital activa, crítica y orgullosa de nuestra universidad.

3. Reputación y percepción

Indicador pensado en evaluar la credibilidad, el tono mediático y el sentimiento digital que la UAQ genera en la opinión pública, en medios locales, nacionales y en plataformas digitales. El

seguimiento de este elemento evaluador se realiza a través del monitoreo de menciones, análisis de sentimiento, auditorías de medios y se busca identificar cómo se percibe la universidad, qué mensajes son reconocidos y sobretodo que áreas requieren de una atención mayor para evitar situaciones de crisis. El objetivo es contar con una reputación institucional positiva, coherente y basada en evidencia que refleje la alta calidad académica, la transparencia y el compromiso que como universidad pública tenemos ante la sociedad.

4. Orgullo y pertenencia

Este indicador se centra más en la parte cualitativa, nos permite evaluar el arraigo emocional, la identidad compartida y la cultura organizacional que se ha construido dentro de la UAQ, permitiéndonos monitorear el orgullo y la pertinencia para diseñar estrategias que fortalezcan la cohesión interna, impulsen el sentido de comunidad y refuercen el sello #OrgullosamenteUAQ como frase identitaria de nuestra universidad.

En conjunto, estos indicadores nos permiten tener una visión completa del desempeño comunicativo institucional, permitiendo pasar de una comunicación intuitiva a una comunicación basada en la evidencia; con la posibilidad de tomar mejores decisiones estratégicas, evitar riesgos y lograr consolidar una cultura universitaria más informada, más participativa y con consciencia del valor que tiene el comunicar con propósito. A través de esta evaluación permanente, podemos fortalecer nuestro liderazgo con la universidad autónoma que está comprometida con la transparencia, la excelencia y la mejora continua, una universidad que, desde la comunicación, construye confianza, identidad y transformación social.

RESULTADOS ESPERADOS

El **Plan Estratégico de Comunicación Institucional 2024–2027** de la Universidad Autónoma de Querétaro tiene en mente metas y objetivos en concreto que buscan consolidar esfuerzos de comunicación más estratégicos, eficientes y que sean articulados a cumplir las necesidades del PIDE. Dichos resultados se conciben como impactos hacia la transformación de nuestro contexto social ya sea de forma tangible o intangible; y que a su vez se pueda reflejar el compromiso de la UAQ con la excelencia, la transparencia y la mejora continua. Se proyectan como indicadores de éxito que permiten medir la transformación de la comunicación universitaria en un verdadero motor de confianza pública, cohesión comunitaria e innovación social, estos resultados son:

1. Ejecución ordenada, medible y coherente del Plan Estratégico de Comunicación, alineada al Plan Institucional de Desarrollo (PIDE).
2. Fortalecimiento de la reputación y confianza pública de la UAQ como institución líder, autónoma, plural e innovadora.
3. Posicionamiento consolidado de la identidad universitaria, con mensajes consistentes en todos los canales y niveles.
4. Cultura organizacional orientada a la comunicación estratégica, la evaluación continua y la mejora de procesos.
5. Homologación y profesionalización de la comunicación institucional, mediante manuales, protocolos y capacitación permanente.
6. Optimización de recursos y coordinación interdepartamental, garantizando eficiencia en la planeación y ejecución de campañas.
7. Incremento de la visibilidad y alcance de la UAQ, tanto en medios tradicionales como digitales.
8. Comunicación universitaria moderna, transparente y sostenible, que promueva la innovación, la inclusión y la cultura de paz.
9. Participación activa de la comunidad universitaria, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el diálogo con los públicos internos y externos.
10. Evaluación sistemática de resultados mediante métricas e indicadores que permitan medir impacto, percepción y efectividad comunicativa.

El Plan Estratégico de Comunicación Institucional de la Universidad Autónoma de Querétaro representa un marco rector que trasciende la gestión informativa para consolidarse como una herramienta de transformación universitaria. Más que un documento técnico, este plan representa una visión colectiva de futuro: un plan que guía y orienta la comunicación hacia la transparencia, la participación y la construcción de confianza pública. A través de sus estrategias, dimensiones y líneas de acción, la UAQ reafirma su compromiso con el conocimiento, la diversidad, la innovación y el servicio a la sociedad.

La comunicación bajo la idea de ser una herramienta con función estratégica, se convierte en el puente que conecta la vida universitaria con la ciudadanía, que conecta el conocimiento con la acción y la identidad institucional con su entorno social. Este plan muestra las bases para que cada palabra, imagen y mensaje refleje los valores que distinguen a la UAQ: autonomía, pluralidad, equidad y excelencia. Al integrar la planeación, la evaluación y la mejora continua, la universidad se fortalece como una institución moderna, transparente y cercana, capaz de adaptarse a los desafíos de un mundo en constante cambio.

El logro de los resultados aquí planteados dependerá de la participación activa y comprometida de toda la comunidad universitaria. Cada estudiante, docente, investigador, colaborador y egresado es parte fundamental de esta narrativa común que da vida al mensaje central:

“La UAQ transforma vidas desde la diversidad y la excelencia.”

En su conjunto, este plan proyecta a la Universidad Autónoma de Querétaro como una institución referente en comunicación universitaria en México, capaz de integrar tradición y modernidad, razón y emoción, estrategia y humanidad. Una universidad que comunica con propósito, con identidad y con verdad; una universidad que escucha, responde y evoluciona; una universidad que, desde la palabra y la acción, sigue construyendo el futuro.

REFERENCIAS

Universidad Autónoma de Querétaro (2025). Misión - Universidad Autónoma de Querétaro. [www.uaq.mx. https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/sobre-la/mision](https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/sobre-la/mision)

Universidad Autónoma de Querétaro (2025). Visión - Universidad Autónoma de Querétaro. (2025). [Www.uaq.mx. https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/sobre-la/vision](https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/sobre-la/vision)

Universidad Autónoma de Querétaro (2024) Plan Institucional de Desarrollo. [www.uaq.mx. https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/pide#documentooficial](https://www.uaq.mx/index.php/conocenos/pide#documentooficial)

Universidad Autónoma de Querétaro (2025). Modelo de Educativo Universitario. [Www.uaq.mx. https://www.uaq.mx/index.php/que-es-el-meu#oficial](https://www.uaq.mx/index.php/que-es-el-meu#oficial)

