



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
RELACIONES PÚBLICAS

INFORME DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS 2014

Con la finalidad de dar cumplimiento a los artículo 99 y 100 del Estatuto General de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo establecidos para la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas, así como para fortalecer la misión y la visión de esta institución de educación superior, la DGCSyRP durante el año 2014 publicó en la Página Institucional dentro de la sección de noticias 850 boletines informativos que versaron sobre docencia, investigación, extensión y vinculación, mismos que se enviaron oportunamente a los medios locales de comunicación externos tanto impresos como electrónicos para su difusión.

Los medios de comunicación externos para dar cumplimiento a su actividad primordial de difundir acerca del acontecer universitario, publicaron 5,058 notas en medios impresos locales y medios nacionales, así como 1,783 en medios electrónicos. En las radiodifusoras y televisoras locales se transmitieron 290 noticias universitarias con lo que se fortalecen los programas educativos de baja matrícula, se dan a conocer las investigaciones que se realizan en beneficio de la sociedad y se informa de las actividades en materia de cultura y deporte que se realizan en esta casa de estudios.

Con la finalidad de apuntalar el proceso de internacionalización que se lleva a cabo en la UAEH, resulta indispensable manejar la información en las redes sociales que se han convertido en un importante medio para estar en contacto con los jóvenes universitarios y con toda la sociedad local, nacional e inclusive mundial. En este punto se informa que se publicaron 4,130 notas en los portales electrónicos de Twitter en la cuenta @uaeh_comsoc y Facebook a través de uaeh_comunicación_social.



Torre de Rectoría, Edificio B, 4° piso,
Carr. Pachuca-Actopan km. 4.5, C.P. 42039
Pachuca, Mpio. de Pachuca Hgo.
Tel.: 01 (771) 717 – 20 – 00 Ext.: 5641
e-mail: davalosalfredo@yahoo.com.mx





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
RELACIONES PÚBLICAS

Para dar a conocer las actividades que se generan diariamente en la universidad se deben utilizar tanto medios externos para que llegue la información a la población en general, así como los medios internos, y la GaRceta es el órgano informativo oficial con un contenido de interés institucional y general y con una distribución hacia la totalidad de la comunidad universitaria, así también a escuelas incorporadas que se encuentran en algunos puntos del Estado de Hidalgo. Esta estrategia de distribución nos ha permitido hacer llegar la información hacia los hogares de los alumnos, académicos y administrativos que forman parte de la universidad. En 2014 se publicaron un total de 12 GaRcetas.

Una institución de vanguardia es la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y su imagen se apoyó en 2014 en 577 trabajos en video tales como loops, cápsulas, memorias y videos institucionales, con una producción que dió a conocer sobre el quehacer en la máxima casa de estudios de Hidalgo, ya que son proyectadas en eventos propios de la Universidad o de talla nacional o internacional como simposios, foros, congresos nacionales y extranjeros. Con este trabajo se satisface el requisito de integrarse el proceso de internacionalización que se vive en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

El trabajo antes mencionado se realizó a través de la Dirección de Comunicación Social, lo que implicó la atención de 422 solicitudes giradas de las diferentes escuelas, institutos y dependencias universitarias y de las que se desprende un banco de ____ imágenes fotográficas.

En los referente a la Dirección de Radio Universidad otra de las dependencias que orgánicamente pertenecen a esta dirección general se informa que, con el principio fundamental de dar a conocer lo que acontece en la Universidad de manera oportuna y con la veracidad que el medio electrónico requiere, se difundió información sobre los tres eventos protocolarios más importantes de la institución como son el Informe de la Administración Universitaria, FINI y FUL, con una campaña preventiva, de lanzamiento y de mantenimiento con la finalidad de mantener informada a la comunidad universitaria y al público en general .



Torre de Rectoría, Edificio B, 4° piso,
Carr. Pachuca-Actopan km. 4.5, C.P. 42039
Pachuca, Mpio. de Pachuca Hgo.
Tel.: 01 (771) 717 – 20 – 00 Ext.: 5641
e-mail: davalosalfredo@yahoo.com.mx





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
RELACIONES PÚBLICAS

Durante el año 2014 la producción de Radio Universidad se dividió en 12 campañas sobre diverso temas, la difusión mensual de los programas educativos de baja matrícula, la promoción de los libros editados en la universidad a través de los programas *99.7 Noticias*, *Recorte Auditivo*, *Contra Reloj* y *Crisol*. Asimismo, la investigación tarea sustantiva en esta casa de estudios también se dio a conocer en los programas que se transmiten en Radio Universidad denominados *Académicos en Contacto* y *Con el orgullo de ser universitarios*, y con la producción de las cápsulas *Ciencia Garza Educativa*.

En aras de consolidar la imagen de la UAEH dando cumplimiento a la importante función de educar integralmente al individuo, los programas radiofónicos de esta institución de educación superior, tienen presencia en organizaciones educativas que pertenecen a la Red de Radiodifusoras y Televisoras Culturales y Educativas de México, al Sistema de Productoras y Radiodifusoras de Instituciones de Educación Superior (SINPRIES) y a la Red de Radio Universitarias de Latinoamérica y del Caribe (RRULAC).

En trabajo de Radio Universidad también engloba las solicitudes que envían las dependencias universitarias de las cuales se atendieron 252, que comprendían producción de spots y cápsulas, grabaciones en off y difusión en programas especiales que se transmiten en Radio Universidad.

Diseñar y operar los lineamientos de relaciones públicas, protocolos y atención a invitados y visitantes para fortalecer la imagen institucional es el objetivo estratégico de la Dirección de Relaciones Públicas, dependiente de la DGCSyRP. En el año 2014 se atendieron un total de 38 visitas guiadas con un población de alumnos internos (de la propia universidad) y externos (de otras instituciones del estado o de poblaciones aledañas) de 1,683.

Las Visitas Guiadas son los recorridos por las instalaciones universitarias que son de interés para las instituciones que lo solicitan como puede ser el Centro de Computo Académico, el Centro de Autoaprendizaje de Idiomas, CEUNI, Villa Deportiva, Laboratorios, Pabellón Universitario, entre otros.



Torre de Rectoría, Edificio B, 4° piso,
Carr. Pachuca-Actopan km. 4.5, C.P. 42039
Pachuca, Mpio. de Pachuca Hgo.
Tel.: 01 (771) 717 – 20 – 00 Ext.: 5641
e-mail: davalosalfredo@yahoo.com.mx





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
RELACIONES PÚBLICAS

La Dirección de Relaciones Públicas con el afán de fortalecer la imagen y crear un vínculo con la comunidad universitaria y la sociedad en general, semanalmente publica la Agenda Institucional, documento a través del cual se dan a conocer en la Página Web Institucional, los eventos académicos, de investigación, culturales, deportivos y/o de vinculación que se llevarán a cabo en la Universidad; en 2014 se emitieron 48 agendas.

El EPI Equipo de Protocolo Institucional conformado por alumnos de la propia institución forman parte importante en el desarrollo de las actividades de la Dirección de Relaciones Públicas y coadyuvan en el fortalecimiento de la imagen de nuestra universidad, ya que apoyan en el protocolo de los eventos que solicitan las dependencias universitarias que en su totalidad fueron 34, además de las solicitudes de la Rectoría, Secretaria General y para el Informe de la Administración Universitaria, FINI y FUL.

Las funciones que realiza la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas deben ir alineadas al PDI es por ello que debemos de dar cumplimiento a los indicadores marcados en este documento que rige la administración que encabeza el actual Rector Mtro, Humberto Veras Godoy y los resultados son los siguientes:

IGA 191 que se refiere al número de materiales producidos para difundir se reportan 841.
IGA 192 referente al número de campañas difundidas sobre las funciones sustantivas en diversos medios de comunicación fueron 24.

IGA 193 Respecto al número de programas educativos difundidos y promocionados durante 2014 fueron 160 en total.

IGA 194. Número de eventos deportivos promocionados en total, 61.

IGA 195. Número de servicios internos atendidos en televisión 38

IGA 196. Número de servicios externos 132

IGA 197. Número de libros difundidos 150

IGA 198. Número de investigaciones difundidas, 267

IGA 199. Número de prácticas profesionales realizadas por alumnos de la UAEH 114

IGA 200. Número de programas de corte educativo realizados 577

IGA. 201. Número de medios de comunicación atendidos 73.



Torre de Rectoría, Edificio B, 4° piso,
Carr. Pachuca-Actopan km. 4.5, C.P. 42039
Pachuca, Mpio. de Pachuca Hgo.
Tel.: 01 (771) 717 – 20 – 00 Ext.: 5641
e-mail: davalosalfredo@yahoo.com.mx





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
RELACIONES PÚBLICAS

IGA. 202. Número de medios de comunicación externos vinculados a la UAEH 124.

IGA. 203. Número de eventos internos atendidos 459.

IGA. 204. Número de eventos externos atendidos 35.

Existen dos eventos que marcan parte fundamental de la vida institucional: la Feria Universitaria del Libro (FUL) y el Festival Internacional de la Imagen (FINI) para lo cual, la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas a través de sus direcciones realiza la importante labor de difusión.

Para el FINI 2014 en Facebook se realizaron 723 publicaciones con un total de 773 likes , en Twitter se publicaron 412 tweets. Fueron publicadas también 275 notas en medios impresos y 401 en los medios de comunicación electrónicos. En lo que respecta a radio y televisión se mencionaron 19 notas en diversos medios de comunicación.

En el caso de la FUL 2014 los resultados fueron los siguientes: Se publicaron en medios de comunicación local un total de 468 notas de las cuales 387 fueron positivas, 70 negativas y 11 neutrales. En redes sociales oficiales de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo su tuvieron 466 publicaciones en Facebook en total, 87,914 personas vieron dicha publicación, 1,0005 le dieron like y 164 la compartieron.

En lo que se refiere a Twitter, fueron 400 publicaciones, 355 retweets y 272 favoritos. En el caso de radio y televisión en diferentes programas se manejaron 55 notas .

Para que estas cifras se obtuvieran en medios externos se cubrieron 243 eventos de los cuales se elaboraron 74 boletines de prensa, se tomaron 5,500 fotografías, se enviaron vía mailing 10 invitaciones a medios de comunicación para la cobertura de las actividades y 21 boletines electrónicos, así también se realizaron 6 ruedas de prensa de los principales eventos.

ALFREDO DÁVALOS MORENO



Torre de Rectoría, Edificio B, 4° piso,
Carr. Pachuca-Actopan km. 4.5, C.P. 42039
Pachuca, Mpio. de Pachuca Hgo.
Tel.: 01 (771) 717 – 20 – 00 Ext.: 5641
e-mail: davalosalfredo@yahoo.com.mx

