

MISSION: El Instituto Superior Tecnológico Nelson Torres, forma profesionales Mexicanos socialmente responsables, capaces de innovar, crear y liderar los nuevos procesos productivos, económicos y empresariales del país, comprometidos con la educación superior de calidad, garantizando una formación sólida y permanente, pensada en las necesidades de sus grupos de interés.

VISION: Ser el Instituto de formación técnica referente en la zona Sierra Centro y Norte del país, reconocido por su excelencia académica, capacidad de innovación y compromiso con el desarrollo integral de su entorno. Nuestra creatividad y espíritu emprendedor nos encaminan a nuevas propuestas educativas, con un claro enfoque hacia la inclusión y sostenibilidad.

2025

EJE ESTRATÉGICO 1: COD. E21		GESTIÓN INSTITUCIONAL Y ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA		UNIDAD: COMUNICACIÓN						
OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS OPERATIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	META	INDICADOR	INICIO ACTIVIDAD	FIN ACTIVIDAD
Brindar soporte administrativo, estratégico y normativo a los procesos sustantivos y a los respectivos grupos de interés de la institución, a fin de fortalecer la gestión y la cohesión institucional.	Objetivo anual 1: Diseñar el sistema de gestión por medio de la implementación de procesos e instrumentos. Diseñar y ejecutar estrategias de contenido que resulten los avances en la gestión académica, metodologías innovadoras y casos de éxito de estudiantes y profesores en los canales internos y externos de comunicación.	1. Implementar un sistema de gestión de comunicación basado en procesos estandarizados y herramientas digitales colaborativas.	1. Crear un manual de procesos internos para la gestión de la comunicación (formatos de solicitud, tiempos de respuesta, flujos de aprobación). 2. Implementar una plataforma de gestión de proyectos (como Trello, Asana o Monday) específica para las campañas de comunicación. 3. Realizar capacitaciones internas para familiarizar al equipo con los nuevos procesos e instrumentos.	Recurso Humano: Coordinación Comunicación Recursos Tecnológicos: Equipos informáticos Medios y canales de comunicación	DIRECTOR UCOM	\$05	1. Publicar al menos 15 contenidos manuales en redes sociales relacionados con logros académicos e innovación pedagógica. 2. Producir y difundir 6 videos testimoniales de estudiantes y docentes destacados en un periodo de 6 meses. 3. Generar 3 boletines digitales trimestrales con artículos sobre avances en la gestión académica.	60% de publicaciones realizadas con temas académicos, innovación y pedagógicos.	1 ene-25	31 dic-25
	Objetivo anual 2: Desarrollar contenido creativo que promueva la cultura de la institución, en términos de transparencia, colaboración y compromiso a través de la difusión en medios de comunicación, (sitio web, redes sociales, boletines) que difundan contenidos sobre la oferta académica, proyectos innovadores, y recursos educativos, promoviendo un aprendizaje colaborativo y accesible.	2. Crear una línea editorial basada en storytelling institucional que resulte casos reales de colaboración y compromiso.	1. Diseñar y difundir una serie de cápsulas audiovisuales de historias de éxito institucional en redes sociales y medios internos. 2. Publicar artículos y entrevistas en el blog institucional que evidencien buenas prácticas de transparencia y colaboración. 3. Crear campañas de "detrás de escena" para mostrar los procesos internos que refuerzan la cultura organizacional.	Recurso Humano: Coordinación Comunicación Recursos Tecnológicos: Equipos informáticos Medios y canales de comunicación	DIRECTOR UCOM	\$05	Optimizar y mantener actualizadas las plataformas digitales, logrando un 90% de satisfacción en las encuestas de usuarios sobre la facilidad de acceso a la información educativa.	90% de interacciones al portal web de recurso educativos, pedagógicos e de innovación.	1 ene-25	31 dic-25
	Objetivo anual 3: Posicionar la marca INT, por medio de la generación de contenido creativo que promueva la cultura de la institución, en términos de transparencia, colaboración y compromiso a través de la difusión en medios de comunicación. (Infografías, videos, guías) que expliquen y fortalezcan la comprensión de las innovaciones educativas y los procesos de gestión académica, asegurando una comunicación clara y motivadora para todos los públicos.	3. Lanzar una campaña multicanal de branding institucional bajo un concepto creativo unificado que refuerce los valores de la cultura organizacional.	1. Diseñar una identidad gráfica y lema (slogan) para la campaña de posicionamiento de marca. 2. Planificar y ejecutar una estrategia de pauta publicitaria (redes sociales, prensa digital, newsletters). 3. Colaborar con medios externos y aliados estratégicos para generar reportajes y menciones positivas sobre la cultura INT.	Recurso Humano: Coordinación Comunicación Recursos Tecnológicos: Equipos informáticos Medios y canales de comunicación	DIRECTOR UCOM	\$05	1. Desarrollar y distribuir al menos 8 materiales comunicativos clave al año, con un 80% de distribución exitosa entre estudiantes y docentes.	80 % de posts enfocados en temas de proceso académicos y de acceso a la educación.	1 ene-25	31 dic-25
	Objetivo anual 4: Implementar el plan anual de capacitación de la unidad para los miembros y portavoces de la institución, (webinars, talleres, conferencias) en colaboración con áreas académicas para generar interés en temas de innovación educativa y prospectiva científica, involucrando a estudiantes y docentes en la construcción de un entorno de aprendizaje de calidad.	4. Desarrollar un programa de formación continua en habilidades comunicacionales para fortalecer el rol de portavoces y equipos de comunicación.	1. Organizar talleres trimestrales de vocería, manejo de crisis y comunicación efectiva. 2. Crear una biblioteca digital de recursos de capacitación (guías, webinars, podcasts). 3. Establecer un programa de mentoría entre portavoces experimentados y nuevos miembros.	Recurso Humano: Coordinación Comunicación Recursos Tecnológicos: Equipos informáticos Medios y canales de comunicación	DIRECTOR UCOM	\$0%	1. Promover el 100% de eventos académicos como espacios de aprendizaje y difusión de innovación pedagógica.	90% de eventos transmitidos con temas académicos, innovación e investigación	1 ene-25	31 dic-25
	Objetivo anual 5: Identificar nuevas tendencias y tecnologías en comunicación, para el mejoramiento de la eficiencia y efectividad de las estrategias de comunicación, para lograr audiencias más amplias. Gestionar la presencia en redes sociales, medios de comunicación y foros especializados, destacando iniciativas científicas, humanísticas y tecnológicas desarrolladas por la institución.	5. Implementar un sistema de monitoreo de tendencias y benchmarking continuo para la innovación en las estrategias de comunicación.	1. Suscribirse a boletines especializados y participar en webinars o ferias de comunicación y marketing digital. 2. Realizar sesiones de actualización bimestrales donde se compartan las nuevas tendencias identificadas. 3. Proponer pilotos de nuevas herramientas tecnológicas (IA, automatización de contenidos, analítica avanzada) en campañas piloto.	Recurso Humano: Coordinación Comunicación Recursos Tecnológicos: Equipos informáticos Medios y canales de comunicación	DIRECTOR UCOM	\$0%	1. Participar en al menos 5 eventos educativos destacados anualmente, publicar 3 artículos en medios especializados y aumentar el alcance en redes sociales en un 30% en comparación con el año anterior.	60% de participaciones en foros, exposiciones y eventos de educación nacionales e internacionales	1 ene-25	31 dic-25
	Objetivo anual 6: Generar herramientas de evaluación para la identificación de las áreas de mejora y optimización de los recursos asignados: Implementar un sistema de vigilancia tecnológica y análisis de tendencias en comunicación digital.	6. Diseñar un sistema de evaluación de campañas de comunicación basado en KPIs y retroalimentación periódica.	1. Crear encuestas de satisfacción post-campaña dirigidas a públicos internos y externos. 2. Definir e implementar indicadores clave de desempeño (KPIs) para cada actividad de comunicación. 3. Realizar reportes trimestrales de análisis de resultados y propuestas de mejora.	Recurso Humano: Coordinación Comunicación Recursos Tecnológicos: Equipos informáticos Medios y canales de comunicación	DIRECTOR UCOM	\$0%	1. Identificar al menos 5 tendencias claves de comunicación digital por trimestre e implementar 2 herramientas o estrategias innovadoras en las campañas de comunicación dentro de un año.	80% Porcentaje de implementación de las tecnologías o estrategias identificadas en las campañas de comunicación.	1 ene-25	31 dic-25

ELABORADO POR:

INGENIERO VALENTÍN
DIRECCIÓN UNIDAD DE COMUNICACIÓN

REVISADO POR:

INGENIERO ANAGUANO MSC.
COORDINADOR ESTRATÉGICO

APROBADO POR:

DR. JUAN LUISA PhD
RECTOR - INT

[illegible]