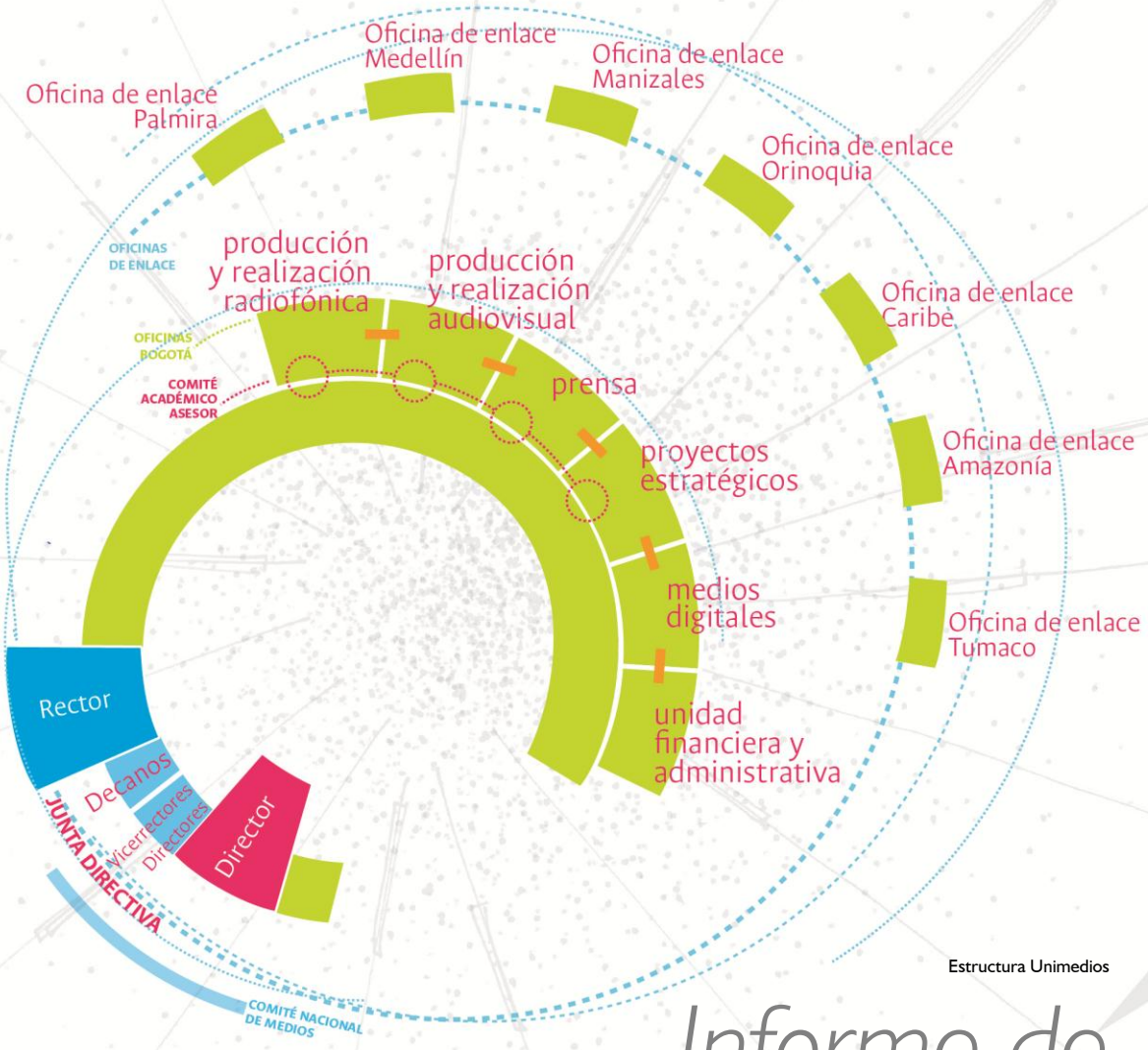
unimedios
unidad de medios de comunicación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA



Estructura Unimedios

Informe de Gestión /// 2014

Contenido.

A

Resumen ejecutivo

A•01 Cumplimiento y seguimiento de la política interna de Unimedios
A•02 Proyectos Plan Global de Desarrollo 2013 – 2015
A•03 Actividad propia de Unimedios
A•04 Resumen financiero

B

Informe de Proyectos
Plan Global de Desarrollo 2013-2015

B•01 PCO - 1580 - Formulación de una Política de Comunicaciones para la Universidad Nacional de Colombia.
B•02 APA - 1581 - Apropiación, Activación y Reconocimiento del Patrimonio Arquitectónico y de Archivos Especiales de la Universidad Nacional de Colombia.
B•03 MCO - 1582 - Campañas Institucionales para Mejorar la Comunicación Interna de la Universidad y su Imagen.
B•04 ICN - 1685 - Debates Públicos y Repositorio Digital de la Universidad Nacional de Colombia.
B•05 RUN 1687 - Fortalecimiento De La Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia.
B•06 SCD 1688 - Sistema De Comunicación Digital de la Universidad Nacional de Colombia.

C

Informe de Medios

C•01 Oficina de Producción y Realización Radiofónica
C•02 Oficina de Producción y Realización Audiovisual
C•03 Oficina de Prensa
C•04 Oficina de Proyectos Estratégicos
C•05 Oficina de Medios Digitales
C•06 Unidad Administrativa y Financiera

A

/// Resumen ejecutivo

La gestión en la Unidad de Medios de Comunicación – Unimedios se ha venido estructurando, desde año 2012, a partir de 3 grupos de propósitos: Los lineamientos de la política de comunicación definidos por la Dirección de Unimedios, el cumplimiento de las metas trazadas en el Plan Global de Desarrollo y los propósitos propios de las actividades realizadas por la Unidad.

A•01

/ *Cumplimiento y seguimiento de la política interna de Unimedios*

// **ARTICULACIÓN ACADÉMICA.**

Continuación con la vinculación de 20 estudiantes para:

- Dirección: 2 estudiantes (1 por semestre)
- Prensa: 10 estudiantes 2 pasantes, y 8 estudiantes de convivencia (4 por semestre),
- Radio: 4 estudiantes promotores de convivencia (2 por semestre)
- Oficina de Proyectos estratégicos: 4 estudiantes. (Exprésate bien comunícate mejor: 1 estudiante y Tienda universitaria: 3 estudiantes)

Continuación del Taller Académico de Unimedios como asignatura electiva para estudiantes de Artes.

- I semestre de 2014: 15 estudiantes
- II semestre de 2014: 15 estudiantes

Trabajo conjunto con el Conservatorio de Música de la Universidad

- Realización del programa Playback
- Grabación de conciertos en el Auditorio Olav Roots

// **INTEGRACIÓN DE SEDES.**

Fortalecimiento de la plataforma de institucionalidad nacional de Unimedios a partir de:

- Definición dela conformación de las oficinas de enlace
- Su inclusión Resolución 381 de 2014 de Rectoría
- Definición de las funciones oficinas de enlace en los acuerdos del Consejo Superior Universitario mediante los cuales se redefinen las estructuras internas académico-administrativas de las sedes de la UN (Acuerdos 165, 166 y 167 de 2014 del Consejo Superior Universitario)
- Ampliación de la participación de las Sedes en la Junta Directiva de Unimedios
- Creación y puesta en funcionamiento del Comité Nacional de Medios
- Formalización de las oficinas de enlace en las sedes andinas
- Transmisiones en streaming en directo
    - Debates (Manizales y Tumaco)
    - Ceremonia de entrega doctorados honoris-causa
- Realización del proyecto Tienda Universitaria desde el punto de vista institucional-corporativo.

// **INTERACCIÓN CON LA SOCIEDAD.**

Formulación y aprobación en la Junta Directiva de Unimedios del proyecto "Observatorio electoral" para ser realizado en el año 2015 en articulación con el Instituto de Estudios Urbanos (IEU).

Realización del proyecto Comunica en PAZ

- 391 inscritos
- 5 videos premiados
- Emisión de los videos en el canal institucional y en PrismaTV
- Emisión de los audios en UN Radio y en emisoras de la Red de Radios Universitarias

A•02

/ *Proyectos Plan Global de Desarrollo 2013 – 2015*

Unimedios tiene aprobado en el PGD-2013-2015 seis (6) proyectos para el Objetivo estratégico 3: Dotar a la Universidad de una infraestructura física, tecnológica y de soporte para el cumplimiento de la misión institucional.

La apropiación presupuesta para 2014 fue aprobada de la siguiente manera:

Proyecto BPUN	Proyecto aprobado	Monto inicial en proyecto BPUN para 2014	Monto final apropiado 2014
1580	**PCO** Política de comunicaciones	**50.000.000**	**55.144.000**
1581	**APA** Apropiación del patrimonio	**201.200.000**	**120.786.710**
1582	**MCO** Campañas institucionales	**207.000.000**	**207.000.000**
1685	**ICN** Incremento del capital cultural	**500.666.667**	**580.848.091**
1687	**RUN** Red radiofónica	**40.000.000**	**41.285.140**
1688	**SCD** Sistema de comunicación digital	**240.000.000**	**444.590.724**

Cumpliendo el cronograma se finalizaron tres (3) de los proyectos seis (6) aprobados para Unimedios incluidos en el Plan Global de Desarrollo. Estos proyectos fueron PCO – Política de comunicaciones, APA – Apropiación de patrimonio arquitectónico y RUN – Red Radiofónica de la Universidad. Los demás proyectos tienen actividades vigentes para 2015 y se encuentran en ejecución dentro del cronograma.

El estado actual de ejecución de los proyectos se incluye a continuación:

Política de comunicaciones de la Universidad Nacional de Colombia

PCO

// **Proyecto 1580: Formulación de una política de comunicaciones para la Universidad Nacional de Colombia**

Objetivo general: Generar una política de comunicaciones que, desde una perspectiva estratégica, permita una adecuada relación de la Universidad con el entorno globalizado y permita su posicionamiento en el marco de las sociedades del conocimiento.

PROYECTO FINALIZADO EL 31/12/2014

META	EJECUCIÓN
Elaborar y presentar ante la Junta Directiva de Unimedios el proyecto de acuerdo de política de comunicaciones a más tardar el II-2014.	100%
Elaborar 3 manuales para el manejo de la comunicación.	100%

APROPIACIÓN	EJECUCIÓN
$ 55.144.000	65%

Activación y apropiación del patrimonio arquitectónico

APA

// **Proyecto 1581: Apropiación, activación y reconocimiento del patrimonio arquitectónico y de archivos especiales de la Universidad Nacional de Colombia**

Objetivo general: Favorecer el sentido de apropiación de la comunidad por su patrimonio arquitectónico en los diferentes campus mediante mecanismos de apropiación y activación; y reconocer el acervo institucional de Unimedios que a lo largo de los años ha construido desde los diferentes productos de prensa, televisión y radio fundamentalmente.

PROYECTO FINALIZADO EL 31/12/2014

META	EJECUCIÓN
Publicar 4 artículos en la edición mensual de UN Periódico en los que se destaque un edificio	100%
Diseñar, producir y emitir una serie radiofónica de 8 capítulos por UN Radio en el 2013	100%
Completar y emitir la serie de televisión arquitectónica de Prisma TV en el 2013.	100%
Identificar físicamente (pendón, señal, etc.) cuatro (4) edificios o conjunto de edificios	100%
Establecer el estado y la propuesta de intervención de los archivos especiales de Unimedios	100%
Editar y publicar los libros "Apuntes Maestros de la Rectoría"	100%

APROPIACIÓN	EJECUCIÓN
$ 120.786.710	98%

Campañas institucionales para el mejoramiento del clima institucional

MCO

// Proyecto 1582: Campañas institucionales para el mejorar la comunicación interna de la Universidad y su imagen

Objetivo general: Mejorar la comunicación y fortalecer la imagen y prestigio de la Universidad, mediante la realización de acciones de comunicación con la comunidad interna y externa, favoreciendo el sentido de apropiación y el mejoramiento del clima institucional en la UN.

PROYECTO EN EJECUCIÓN HASTA EL 30/11/2015

META	EJECUCIÓN
Realizar tres campañas en el 2014.	100%

APROPIACIÓN	EJECUCIÓN
$ 207.000.000	95%

Incremento del capital cultural y científico de la nación.

ICN

// Proyecto 1685: Debates públicos y repositorio digital de la Universidad Nacional de Colombia

Objetivo general: Difundir y poner a disposición de todo el país los resultados de la actividad académica y de los estudios y análisis de las problemáticas nacionales derivados de la actividad académica e investigativa de alta calidad que se da en la institución, garantizando las condiciones físicas y tecnológicas que se requieran para este fin.

PROYECTO EN EJECUCIÓN HASTA EL 30/11/2015

META	EJECUCIÓN
Desarrollar 5 sesiones de debates sobre temáticas de interés para la nación. (12 sesiones)	240%
Publicación de 3 cartillas Claves para el Debate Público	100%
Grabación y edición de 15 eventos académicos de alto nivel	100%
Diseñar y desarrollar un repositorio digital a más tardar el primer semestre de 2014.	100%
Estudios previos y diseño arquitectónico del Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo	30%*
Adquisición de equipos para producción de televisión y sus respectivos periféricos.	100%

* Es importante resaltar que se ha hecho seguimiento permanente para poder cumplirla pero causas externas a Unimedios no han permitido ejecutarla. Igualmente y de común acuerdo con la oficina de Planeación según oficio ONP-324 del 16 de diciembre de 2013, se hizo reducción en el proyecto de Inversión de Unimedios con aportes de la nación en un valor de 796.435.333 considerando cubrir el déficit de funcionamiento de la Universidad. Se acordó ejecutar durante el presente año únicamente los estudios técnicos requeridos, sin embargo esta meta se realiza en articulación con la Dirección de Infraestructura que tenía previsto la aprobación por parte de curaduría del proyecto en conjunto con el reforzamiento estructural del edificio Uriel Gutiérrez, amparado en la modificación del POT que fue declarado inexequible por el Consejo de Estado. Ante tanto no se aclare la ruta a seguir, la ejecución de esta meta continúa suspendida. Considerando que en el segundo semestre continua la situación, mediante oficio UMC – 269 16 de Septiembre de 2014 se solicitó disminuir la apropiación del proyecto 1685 en ochenta y cinco millones de pesos mcte ($85.000.000) e incorporarla en dicho proyecto para la vigencia de 2015.

APROPIACIÓN	EJECUCIÓN
$ 580.848.091	98%

Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia

RUN

// Proyecto 1687: Fortalecimiento de la Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia

Objetivo general: Fortalecer la interacción entre la Universidad Nacional de Colombia y la sociedad colombiana a partir del fortalecimiento de las estaciones y actividades de comunicación radiofónica existentes en Bogotá, Medellín y Manizales, y del análisis de viabilidad para estaciones de radio en las sedes Amazonía, Orinoquía y Caribe.

PROYECTO FINALIZADO EL 30/12/2014

META	EJECUCIÓN
Adquisición de 10 licencias para edición de audio; 2 híbridos telefónicos, 2 tarjetas de audio (interfaces); 2 grabadoras digitales para periodista, 5 audífonos, 5 micrófonos, 1 Blade para micrófonos, 1 Interfaz controladora de luces para estudio y 1 reproductor de discos compactos para UN Radio Bogotá.	100%
Adquisición de 5 licencias para edición de audio; 1 interfaz controladora de luces para estudio, 2 híbridos telefónicos, 2 tarjetas de audio (interfaces); 2 grabadoras digitales para periodista, 2 audífonos para UN Radio Medellín	100%
Adquisición de 1 hibrido telefónico, 1 tarjeta de audio y 1 grabadora digital tipo periodista para el componente de UN Radio en Manizales.	100%
Instalación de un transmisor en FM de 1 kilovatio, de una consola digital de audio, de una antena tipo panel y de una antena para enlace en UN Radio Medellín.	100%
En el primer semestre de 2014 contar con el estudio de viabilidad para la implementación de un proyecto radiofónico para las sedes Amazonia, Orinoquia y Caribe.	100%

APROPIACIÓN	EJECUCIÓN
$ 41.285.140	**88%**

Sistema de comunicación digital de la Universidad Nacional de Colombia

SCD

// Proyecto 1688: Sistema de Comunicación Digital de la Universidad Nacional de Colombia

Objetivo general: Desarrollar un Sistema de Comunicación Digital, SCD, entendido como un conjunto de herramientas electrónicas de divulgación que permita una comunicación más efectiva de la Universidad con la comunidad universitaria y con el público en general; que logre mayor divulgación mediante el uso de dispositivos de información contemporáneos y entere tanto de los mensajes de interés institucional como de las distintas actividades y eventos que realiza la Universidad.

PROYECTO EN EJECUCIÓN HASTA EL 30/11/2015

META	EJECUCIÓN
Adquisición de equipo de almacenamiento, servidor, tarjetas de conectividad e instalación física, eléctrica y lógica, para mejorar las condiciones de almacenamiento digital de Unimedios	100%
Creación del diseño para la agenda unificada equipos de escritorio para el II-2014.	100%
Poner en funcionamiento la herramienta web de la agenda unificada, articulando diseño, aplicación y equipo de almacenamiento para el II-2014	100%
Definición del flujo y soluciones informáticas para las carteleras digitales	100%
Compra del aplicativo para las carteleras digitales y de discos duros para apoyar el equipo de almacenamiento (Se desarrolló el aplicativo ya que los aplicativos comerciales no cumplían con las especificaciones requeridas)	100%

APROPIACIÓN	EJECUCIÓN
$ 444.590.724	99%

A•03

/ *Actividad propia de Unimedios*

// **Acciones transversales y sinérgicas entre las diferentes oficinas**

Dentro de las actividades transversales se destaca la realización del proyecto Comunica en PAZ que tuvo los siguientes resultados:

- 391 inscritos
- 5 videos premiados

  En la modalidad de audio:
  - Categoría expertos/profesionales fue declarada desierta por los miembros del jurado
  - Categoría aficionados se hizo entrega de dos reconocimientos:
    Alejandro Rodas Martínez, con su trabajo "Escape A La Paz".
    Manuel Alejandro Henao Garzón, con su trabajo "¿A Qué Te Suena La Paz?".
  - Categoría grupos, el seleccionado fue el Colectivo Radial Y Cultural "Localízate", con su trabajo "La Paz Se Juega Y Se Toma De La Mano".

  En la modalidad de video:
  - Categoría aficionados, la ganadora fue María Victoria Olaya, con su trabajo "¿Cómo Veo La Paz?".
  - Categoría expertos/profesionales, el ganador fue René Castellanos, con su trabajo "Yo Creo La Paz".
  - Categoría grupos, el ganador fue Visual Sónica, con su trabajo "Construyendo Paz".

  El plan de difusión de las piezas preseleccionadas se desarrolló teniendo en cuenta lo indicado en el Convenio 569, firmado entre el Ministerio de Cultura y la Universidad Nacional de Colombia. Su desarrollo obedeció a una acción coordinada entre las dos instituciones.

  En ese sentido, la difusión de las piezas de audio incluyó su emisión por la emisora de la Universidad Nacional de Colombia UN Radio, en los diales 98.5 FM en la ciudad de Bogotá, 100.4 FM en Medellín, y en UN RADIO WEB, www.unradio.unal.edu.co ; el envío de las piezas a RCN, Caracol (dos de los medios que se incorporaron al proceso de difusión), RECONCILIACIÓN COLOMBIA y RTVC; y la transmisión de las 16 piezas de audio por 32 emisoras de la Red de Radio Universitaria en todo el país.

  Las 16 piezas de video se han incorporado en la parrilla de programación del canal *web* de la Universidad Nacional de Colombia http://www.prismatv.unal.edu.co/; se enviaron a RECONCILIACIÓN COLOMBIA y a múltiples canales regionales, comunitarios y públicos, actividad coordinada con el Ministerio de Cultura.

  Es importante indicar que tanto las piezas de audio como las de video son consultables en los portales de UN Radio, http://www.unradio.unal.edu.co/nc/clips/cat/clips-radiales.html y de Prisma TV, http://www.prismatv.unal.edu.co/nc/detalle-serie/detalle-programa/article/yo-creo-la-paz-pieza-seleccionada-comunica-en-paz.html hasta el 31 de diciembre de 2014.
- Emisión de los videos en el canal institucional y en PrismaTV
- Emisión de los audios en UN Radio y en emisoras de la Red de Radios Universitarias

Otra actividad transversal y como iniciativa de Unimedios fue el proyecto "Centro de encuestas y análisis de opinión pública" el cual fue formulado y aprobado en la Junta Directiva de Unimedios. Este proyecto incluye el inicio del piloto "Observatorio electoral" para ser realizado en el año 2015 en articulación con el Instituto de Estudios Urbanos (IEU).

Nuevas
Iniciativas - Unimedios

NUEVAS INCIATIVAS - UNIMEDIOS

PROYECTO

CENTRO DE ENCUESTAS Y ANÁLISIS DE OPINIÓN PÚBLICA

Referentes Generales

Los datos contemporaneamente son soporte sin los cuales las proyecciones de futuro y los proyectos disminuyen su probabilidad de realización o su posibilidad de acierto.

Para que lo anterior se cumpla, los datos deben ser objetivos, pertinentes y confiables.

La universidad ha perdido participación y presencia en los ámbitos de administración y decisión de política pública.

Para recuperar su participación y profundizar la influencia que la institución tiene, es conveniente enfatizar en el conjunto de acciones que la hacen visible en esos campos.

CREACIÓN DE UN CENTRO DE ENCUESTAS Y ANÁLISIS DE OPINIÓN PÚBLICA

PROYECTO PILOTO 2015

OBSERVATORIO ELECTORAL

Instituto de Estudios Urbanos - UNIMEDIOS

// Realizar seguimiento analítico del proceso electoral del próximo año

// Posicionar la voz de la Universidad Nacional mediante la alianza con medios

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

unimedios
unidad de medios de comunicación

// OPRR – Oficina de Producción y Realización Radiofónica

La Oficina de Producción y Realización Radiofónica de la Universidad Nacional (en adelante OPRR) orientó su actividad, durante el año 2014, fundamentalmente a tres líneas de trabajo: a) funcionamiento regular de las tres emisoras (Bogotá, Medellín y UN radio Web) y su integración con la Universidad; b) la ejecución de la iniciativa, que se adelantó con el apoyo del Ministerio de Cultura, denominada *Comunica en Paz*[1], desarrollada en el primer semestre del presente año y c) la ejecución dentro del Plan Global de Desarrollo del proyecto *Fortalecimiento de la Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia*.

Dentro del funcionamiento regular de las emisoras de la Universidad se adelantaron los diferentes comités de programación en Bogotá y Medellín para definir los contenidos de la programación; se trabajó en conjunto con las Oficinas de Producción y Realización Audiovisual (en adelante OPRA) en la grabación de libretos y con ella y la Oficina de Prensa en el diseño y publicación de contenidos complementarios (multimediales).
También se adelantó la transmisión del programa UN Análisis desde la Sede de Medellín; la grabación de diferentes cátedras y foros en Manizales; la producción e intercambios de programas con Medellín y Manizales; la segunda fase de la campaña para promover las políticas igualitarias que se adelantan desde la oficina de Bienestar de la Sede de Bogotá; los cubrimientos y difusión de múltiples eventos académicos de la Universidad (Cátedras de Sede, Conferencias, Foros, etc) que incluyó la promoción (cuñas institucionales, entrevistas, grabaciones de los eventos) y la inclusión de varios de estos tópicos dentro de la programación de las emisoras). Adicionalmente, es importante resaltar que durante este año se avanzó con el proyecto con el Conservatorio de Música de la Universidad que se concreta en la grabación de cuatro conciertos y la formación de dos personas de la emisora en grabación de conciertos en vivo. En un sentido similar, la OPRR ha participado con su Coordinador de Fonoteca en varios cursos y talleres relacionados con la organización, cuidado y administración de archivos.

Por otra parte, junto con las diversas oficinas que constituyen Unimedios -en particular con la Oficina de Producción y Realización Audiovisual, se adelantó la convocatoria *Comunica en Paz*, apoyada por el Ministerio de Cultura, desde su diseño hasta el evento de premiación y entrega de reconocimientos. Con el desarrollo de esta iniciativa se vinculó el trabajo de la Universidad desde una iniciativa académica e investigativa, su participación reflexiva de los diálogos de paz con los procesos de comunicación que fortalezcan y mejoren la comprensión de este proceso.

Dentro del Plan Global de Desarrollo de Unimedios la OPRR adelantó el proyecto *Fortalecimiento de la Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia*, constituido por dos partes. El estudio de factibilidad que se encuentra completamente elaborado y cuyo registro está en proceso frente al Sistema Hermes de la Universidad (paso previo a su presentación frente al Sistema General de Regalías). En segundo lugar, se realizaron inversiones para actualización y fortalecimiento tecnológico para Bogotá, Medellín y Manizales por valor de 26.656.683 pesos. De manera complementaria, y como acciones integrales del Plan, se llevó a cabo la transmisión y grabación de la cátedra *Debates UN* (tanto en vivo como en diferido); el diseño, producción y emisión de la serie radiofónica *Zona BIC* (parte del proyecto de Apropiación del Patrimonio de la Universidad), transmitida en Bogotá y Medellín; y la elaboración de las piezas relacionadas con las Campañas Institucionales (*Exprésate bien y comunícate mejor, y Orgullo UN*).

La actividad de la OPRR durante el año 2014 deja un saldo favorable a nivel institucional en su capacidad de integrar contenidos con la academia, su difusión a través de los canales radiofónicos de la Universidad y el contacto con la sociedad. Sin embargo, la presencia de varias dificultades alteró y afectó la producción de contenidos. Por una parte, las limitaciones de presupuesto impidieron contar con algunos realizadores de programas razón por la que ha sido necesario repetir varios de los ciclos que se habían elaborado. Por esta misma razón no ha sido posible atender necesidades importantes: reparación de varios equipos de los estudios; mantenimiento de la infraestructura física de los Estudios y Oficinas (incluido su mobiliario) y de las instalaciones del transmisor (pintura e impermeabilización).

Finalmente, dentro de los logros más sobresalientes de la oficina se pueden señalar, en primer lugar, la normalización jurídica y administrativa de UN Radio Medellín frente al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a tal punto que se espera el acto administrativo que le otorga la concesión a la Universidad por diez (10) años, más contados a partir del año 2008. En segundo término, UN Radio ha sido considerada como uno de los medios a través de los cuales se informan los líderes de opinión en Bogotá, según la consultora Cifras & Conceptos S.A. y su VI Panel de Opinión 2014; y se le otorgó, a su programa UN Análisis, el VI Premio Nacional al Periodismo Agropecuario en la Categoría Radio por la Sociedad de Agricultores de Colombia.
(ver detalle en capítulo Informe de medios C•01)

[1] El informe general de la convocatoria será enviado desde la Oficina de Producción y Realización Audiovisual.

// OPRA – Oficina de Producción y Realización Audiovisual

La Oficina de Producción y Realización Audiovisual, OPRA, de la Unidad de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia–Unimedios, inició labores de producción en febrero de 2014. Durante el período comprendido entre este mes y el mes de noviembre, los esfuerzos de la Oficina estuvieron enfocados en seis campos diferentes de acción: Imagen UN, Canal Prisma TV/Generación de Contenidos, Sinergia Unimedios, OPRA: Proyecto Multisede, Alianzas Estratégicas y Contenido Audiovisual Plan Global de Desarrollo.
(ver detalle en capítulo Informe de medios C•02)

// OPRE – Oficina de Prensa

La Oficina de Prensa, OPRE de la Unidad de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia–Unimedios, realizó la producción y publicación de las 12 ediciones mensuales de UN Periódico

(ver detalle en capítulo Informe de medios C•03)

// OPE – Oficina de Proyectos Estratégicos

La Oficina de Proyectos Estratégicos participó en 17 grupos de acciones propias abarcando así sus responsabilidades institucionales con la Universidad Nacional de Colombia y Unimedios; además trabajo ATI´S con 23 clientes internos y 01 cliente externo por valor de **$ 280.232.668** para Unimedios, que dejaron excedentes por valor de **$133.490.086**.
(ver detalle en capítulo Informe de medios C•04)

// OMD – Oficina de Medios digitales

La oficina de Medios Digitales apoya las oficinas de Unimedios en la parte de tecnología (software, hardware y comunicación) para prestar sus servicios a la comunidad universitaria más ágil y confiable, las actividades realizadas en el 2014 fueron: Asesorías internas 53, Asesoría Circular 21, Asesoría Carteleras digitales 18, Asesorías externas 8, Asesoría imagen institucional 2901 dando respuesta inmediata o a lo máximo al tercer día por su complejidad Definición y desarrollos de sitios web y sistemas de información 23, Desarrollo de APP IOS 1, Transmisiones 16, boletín UN 44 , auditorias web 1, Reporte RCW 2, Red Google plus 1, Sitios administrable internos 14

Actividades destacadas:

- Medios Digitales diseña, desarrolla y publica la primera aplicación para IOS de la Universidad Nacional de Colombia, llamada Circular que contiene la agenda nacional de eventos.
- Para impulsar los productos de carteleras digitales y circular a brindado asesoría y capacitación permanente con la comunidad interna de la Universidad.
- Ya se encuentra la Guía web ON LINE en el siguiente link identidad.unal.edu.co
- Medios digitales en el año 2013 su desarrollos han sido enfocados no únicamente a equipos de escritorio sino también a dispositivos móviles.
- Los productos desarrollados por la Oficina de Medios Digitales – Unimedios tienen carácter Nacional
- Medios Digitales –Unimedios adquirió tecnología de punta en servidores y equipo de almacenamiento para almacenar las aplicaciones desarrolladas para el cumplimiento del proyecto de sistema de comunicación digital SCD

(ver detalle en capítulo Informe de medios C•05)

A•04

/ *Resumen financiero*

// UFA – Unidad Financiera y Administrativa

Las actividades de la Unidad Administrativa y Financiera Unimedios durante el periodo comprendido entre enero a noviembre de 2014 estuvieron encaminadas a desarrollar objetivos y metas como planear y garantizar la ejecución de los recursos en el marco de la normatividad, basado en la ejecución del ingreso y gasto, propendiendo por el fortalecimiento de UN Radio, UN Periódico, UN Televisión, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa y el servicio de Comunicación Estratégica y Medios Digitales, con el fin de fortalecer los espacios comunicativos de enlace entre la Universidad con la comunidad universitaria y la sociedad.

Los resultados de la gestión administrativa y financiera se muestran en dos fases los recursos por el Nivel Central y el Fondo Especial de Unimedios tanto en el ingreso como en el gasto a continuación se relacionan:

EMPRESA -1005 - NIVEL CENTRAL POR RUBROS				
	Apropiación	**Recaudado**	**Ejecutado**	**Disponibilidad**
Remuneración	622.034.845	622.034.845	620.337.243	1.697.602
Gastos Generales	1.969.385.554	1.239.756.378	1.210.124.755	29.631.623
TOTAL NIVEL CENTRAL	**2.591.420.399**	**1.861.791.223**	**1.830.461.998**	**31.329.225**

EMPRESA -1011-FONDO ESPECIAL POR RUBROS				
	Apropiación	**Recaudado**	**Ejecutado**	**Disponibilidad**
Remuneración	1.143.746.899	953.946.739	912.473.815	41.472.924
Gastos Generales	467.474.869	663.108.029	292.457.906	370.650.123
TOTAL FONDO ESPECIAL	**1.611.221.768**	**1.617.054.768**	**1.204.931.721**	**412.123.047**

(ver detalle en capítulo Informe de medios C•06)

B

/// Informe de Proyectos
Plan Global de Desarrollo 2013-2015

B•01

/ *PCO - 1580 - Formulación de una Política de Comunicaciones para la Universidad Nacional de Colombia.*

PROYECTO FINALIZADO

Ejecución: 100%

Fecha de inicio: *02/08/2013*
Fecha de finalización: *31/12/2014*

Objetivo general: Generar una política de comunicaciones que, desde una perspectiva estratégica, permita una adecuada relación de la Universidad con el entorno globalizado y permita su posicionamiento en el marco de las sociedades del conocimiento.

••• **Objetivo 1:** Definir una política de comunicaciones desde Unimedios para la Universidad Nacional de Colombia.

// **Meta 1.1**

Elaborar y presentar ante la Junta Directiva de Unimedios el proyecto de acuerdo de política de comunicaciones a más tardar el II-2014.

// ***Actividades:***

1.1.1: Evaluación del estado de desarrollo de las comunicaciones en la UN
1.1.2: Desarrollo de espacios de discusión con las diferentes sedes para la definición de la política
1.1.3: Estructuración de los campos de competencia de la política
1.1.4: Formulación de los lineamientos definitivos
1.1.5: Realización de proyectos básicos de identidad visual, de pautas para el manejo de la comunicación y la imagen, y de estandarización.
1.1.6: Desarrollo integral del documento de la política de comunicaciones.
1.1.7: Presentación del Proyecto de Acuerdo a la Junta Directiva de Unimedios y socialización con otras instancias.

Se hizo la evaluación y se establecieron los lineamientos para el manejo de los productos que se desarrollan actualmente en la Unidad de Medios de Comunicación, desde la perspectiva de arquitectura de marca. Se hizo sondeo de los medios de comunicación de la Universidad, se realizó el Diagnóstico de las páginas WEB de la Universidad Nacional, se evaluaron los microtalleres realizados en las oficinas de Unimedios. Se consolidó la información de trabajo adelantado y se finalizó la evaluación. Las conclusiones fueron incorporadas en la definición de la política.

Como parte integral de la política de comunicaciones, se aprobó la nueva resolución de Unimedios (resolución de rectoría 381 del 4 de abril de 2014), en la cual se crean las oficinas de enlace de Unimedios con las sedes. Adicionalmente, se realizó reunión el 4 de junio con el Comité Nacional de Medios en el que participan los vicerrectores y directores. Se recogió la información de las sedes a traves de los funcionarios de Uimedios en cada una de las sedes y se presentaron mediante videoconferencia los lineamientos generales adoptados para las comunicaciones en la Universidad Nacional. Tras la evaluación se planteó posponer la realización de discuciones específicas una vez estuviera avalado por la Junta directiva el proyecto de acuerdo.

Se recogió la información de las sedes a través de los funcionarios de Unimedios en cada una de las sedes y se presentaron mediante videoconferencia los lineamientos generales adoptados para las comunicaciones en la Universidad Nacional. Tras la evaluación se planteó posponer la realización de discusiones específicas una vez estuviera avalado por la Junta directiva el proyecto de acuerdo. Se recapitularon los documentos que nos dan un marco legal: a. Leyes b. Resoluciones c. PGD 2013-2015.

Se definieron los campos de competencia así:

a. Lineamientos generales
   i. Manejo de identidad de marca institucional
      1. Manejo de escudo, logos y símbolos

2. Señalización
ii. Manejo de documentos de comunicación institucional
1. Papelería y documentación
2. Web mails
b. Lineamientos específicos por elemento gráfico utilizados
i. Imágenes
ii. Textos (estilo y redacción)
iii. Video Buenas prácticas

Se definieron directrices de acuerdo con los requerimientos de diferentes dependencias de la Universidad, tales como: señalización de accesibilidad y emergencias y permanencia de sitios en la página web de la Universidad. Se culminó el proceso de desarrollo de la familia tipográfica Ancízar, como parte de los elementos de identidad visual de la Universidad y se amplió la cantidad de tipos dentro de la familiar e incluyendo caracteres griegos. Se desarrolló el rediseño del Escudo de la Universidad para ajustarlo a las necesidades de comunicación digital contemporáneas. Se precisaron las líneas editoriales de los distintos medios de comunicación y se adelantó el rediseño de UN Periódico a partir del cual se establecieron los parámetros para tratamiento de los contenidos y su articulación con la imagen general del medio.

Se realizó y finalizó la evaluación intergal de elementos de identidad visual y se identificaron los cambios necesarios en el "Manual de Imagen Institucional" que pasará a llamarse "Manual de elementos de identidad visual"

El documento de estructuración de la política de comunicaciones se socializó en la Junta Directiva de Unimedios y en el Comité Nacional de Medios del 5 de junio de 2014.

••• **Objetivo 2:** Desarrollar documentos que soporten la operatividad de la política de comunicaciones de la Universidad Nacional de Colombia.

// **Meta 2.1:**

Elaborar 3 manuales para el manejo de la comunicación de conformidad con la política definida para el II-2014.

// ***Actividades:***

2.1.1: Evaluación e integración de información
2.1.2: Concertación con directivas
2.1.3: Desarrollo de los manuales
2.1.4: Socialización de los manuales con las diferentes unidades de gestión.

Se realizó el proceso de evaluación e integración de información para los 3 manuales propuestos:

- Manual de la página web
- Manual de U.N. Periódico
- Manual de Carteleras Digitales

Se presentaron los manuales Web y de U.N.Periódico a los directivos como sigue: en Grupo de Rectoría el 2014.06.05 y en Consejo Académico del 2014.06.06.

Para Página web, se han atendido las asesorías requeridas por las dependencias que han iniciado el proceso de migración a las nuevas plantillas WEB de las páginas dela Universidad

El manual de U.N. Periódico se presentó en Consejo de Redacción, previamente a su implementación, y se hizo seguimiento con la Jefe de Prensa, el Editor y el Diagramador durante 3 meses para considerar necesidades de modificación y ajustes necesarios. El manual se socializó con todas las personas involucradas en el proceso de producción del Periódico: Editores, Periodistas, Diagramadores y Fotógrafos.

Para las carteleras digitales, se realizó una adaptación personalizada para la Universidad Nacional de Colombia de la Herramienta Xibo para distribuir servicios de transmisión en directo de video, imágen fotográfica, audio, texto y mensajes emergentes. El manual se aplicó y se evaluó mediante la implementación de 2 carteleras digitales en el comedor central de la Sede Bogotá. Se capacitó a los funcionarios responsables en la Dirección de Bienestar de Sede Bogotá y se concertaron contenidos ajustados a las directrices contenidas en el manual. Se dictó capacitación para el manejo de dichas carteleras en Manizales en donde se tiene previsto instalar 8 carteleras más. Se dió soporte técnico para la implementación del sistema en la Sede Palmira. Se establecieron contactos con las Facultades en Bogotá para la ampliación del sistema.

Política
de comunicaciones
de la Universidad
Nacional de Colombia

PCO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015

unimedios
unidad de medios de comunicación
Proyecto P•05

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

ESTRUCTURA GENERAL

Marco normativo

- Decreto 1210 de 1993
- Acuerdo 11 de 2005 CSU
- Plan global de desarrollo del trienio

Referentes conceptuales

Comunicación contemporánea | Sociedad del conocimiento | Prospectiva

Principios

Independencia editorial | Contextualización y pertinenecia | Responsabilidad informativa

Objetivos

- Armonizar la comunicación corporativa con los fines de la Universidad y proyectar los resultados del trabajo académico hacia la apropiación social del conocimiento y el incremento del capital cultural y científico de la Nación.
- Velar por la buena imagen de la Universidad y acrecentar su prestigio.
- Potenciar la comunicación como elemento de cohesión de la comunidad universitaria.
- Establecer los lineamientos básicos para la generación de mensajes y contenidos, los estándares para su transmisión y la coordinación de los distintos generadores.
- Reconocer y proyectar la diversidad y la pluralidad propias del quehacer académico.

Ejes estratégicos

Política
de comunicaciones
de la Universidad
Nacional de Colombia

PCO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015

unimedios
unidad de medios de comunicación
Proyecto P•05

POLÍTICA DE COMUNICACIONES
ESTRUCTURA GENERAL

Ejes estratégicos

1. La definición y generación de una institucionalidad de la comunicación de carácter nacional y corporativo.
2. El fortalecimiento y aprovechamiento de los productos líder de Unimedios, como elementos estructuradores de la política.
3. El tránsito hacia la comunicación digital como herramienta de participación en el ámbito de las comunicaciones en el futuro inmediato.

Líneas de Acción

EJE 1

a - Definir agendas de comunicación nacional y regionales
b - Diseñar e implementar mecanismos de coordinación que permita articular los actores comprometidos con las actividades de comunicación
c - Generar parámetros para la proyección de imagen institucional para los distintos canales y medios.
d - Fomentar y expandir la apropiación en la comunidad universitaria de las guías de identidad visual.
e - Establecer vocerías institucionales y precisar sus campos de competencia

EJE 2

a - Definir las líneas editoriales de los productos de Unimedios.
b - Generar estrategias para el incremento de la visibilidad institucional a través de los distintos canales y medios.
c - Generar sinergias entre los distintos productos de la Universidad Nacional.
d - Generar mecanismos de seguimiento que permitan la adecuación de los productos a la dinámica propia de la comunicación.

EJE 3

a - Desarrollar nuevos productos que aprovechen los recursos y las posibilidades de las TIC's
b - Enfocar la conceptualización de los productos hacia el entorno digital.

B • 02

/ *APA - 1581 - Apropiación, Activación y Reconocimiento del Patrimonio Arquitectónico y de Archivos Especiales de la Universidad Nacional de Colombia.*

PROYECTO FINALIZADO

Ejecución: 100%

Fecha de inicio: *08/07/2013*
Fecha de finalización: *31/12/2014*

Objetivo general: Favorecer el sentido de apropiación de la comunidad por su patrimonio arquitectónico en los diferentes campus mediante mecanismos de apropiación y activación; y reconocer el acervo institucional de Unimedios que a lo largo de los años ha construido desde los diferentes productos de prensa, televisión y radio fundamentalmente.

••• ***Objetivo 1:*** Difundir en la comunidad universitaria y la sociedad en general el patrimonio arquitectónico con el que cuenta la UN en todos sus campus mediante una campaña multimedial.

// **Meta 1.1**
Publicar 4 artículos en la edición mensual de UN Periódico en los que se destaque un edificio o conjunto arquitectónico patrimonial.

// ***Actividades:***
1.1.1: Investigación y recopilación de información
1.1.2: Producción del o los artículos
1.1.3: Diagramación y publicación
1.1.4: Investigación y recopilación de información
1.1.5: Producción del o los artículos
1.1.6: Diagramación y publicación

Se publicaron los 8 artículos en UN Periódico del proyecto APA:
- UN Periódico 170 Septiembre // Facultad de Derecho: biografías memorables
- UN Periódico 171 Octubre // Música, naturaleza y luz en la Arquitectura
- UN Periódico 172 Noviembre // El Cable: tradición y técnica hechas patrimonio
- UN Periódico 173 Diciembre // En Palmira: Arquitectura Bioclimática desde 1946.
- UN Periódico 174 Febrero // Sobriedad estructural que resguarda un patrimonio mítico
- UN Periódico 175 Marzo // La casona que es un hito de las ciencias nacionales
- UN Periódico 176 Abril // Estadio Alfonso López: claridad conceptual para el deporte
- UN Periódico 177 Mayo //Sede de Bellas Artes: un edificio predestinado

Los artículos se pueden consultar a través de: www.unperiodico.unal.edu.co

//**Meta 1.2**
Emitir una serie radiofónica de 8 capítulos por UN Radio en el 2014

// ***Actividades:***
1.2.1: Investigación periodística, definición de contenidos, fuentes y guiones.
1.2.2: Producción de la serie radiofónica
1.2.3: Emisión de la serie en UN Radio (Bogotá y Medellín)

Se realizaron las siguientes actividades para la serie radiofónica:
- Nombre de la serie: Zona BIC, Bien de Interés Cultural.
- .Formato definido: entrevista con mínimo un invitado experto o más si el capítulo lo requiere. Voces y entrevistas de archivo son el material de apoyo.
- Se diseñaron dos (2) cabezotes: uno para la presentación y otro para la despedida del programa.
- Se elaboraron siete (7) cápsulas informativas con diferentes temáticas (arquitectos, edificios, etc.) que se rotaron también dentro de la parrilla a manera de campaña de expectativa previa a la emisión de los programas.
- Preproducción de ocho (8) capítulos (investigación, entrevistas y edición, escritura de guiones).

• Se emitieron por UN Radio en Medellín y Bogotá.
La serie puede ser consultada a través de www.unradio.unal.edu.co

// **Meta 1.3**
Emitir la serie de televisión arquitectónica de Prisma TV en el 2014.
// ***Actividades:***
1.3.1: Pre-producción audiovisual
1.3.2: Producción y edición de la serie arquitectónica
1.3.3: Emisión en el canal Prisma TV

Se emitieron series sobre los siguientes 8 edificios:
• Edificio de la Facultad de Derecho, Bogotá
• Museo de Arquitectura Leopoldo Rother, Bogotá
• Estación El Cable Manizales
• Facultad de Minas sede Medellín y Facultad de Ciencias Agrarias
• Edificio Rother Palmira
• Estadio Alfonso López, Bogotá
• Facultad de Ciencias Bogotá
• Facultad de Ingeniería (cambio a Facultad de Artes)
Se emitieron por Prisma TV.
La serie puede ser consultada a través de www.prismatv.unal.edu.co

// ***Meta 1.4:***
Identificar físicamente (pendón, señal, etc.) el edificio o conjunto destacado del mes, realizar material de apoyo y realizar otras acciones complementarias (exposiciones, charlas, etc.).
// ***Actividades:***
1.4.1: Diseño y aprobación de la intervención
1.4.2: Desarrollo de las piezas
1.4.3: Producción y montaje
1.4.4: Diseño y aprobación de la intervención
1.4.5: Desarrollo de las piezas
1.4.6: Producción y montaje
Se ha realizado el seguimiento, ejecución y control de las activaciones correspondientes a los edificios catalogados como bienes de interés cultural para las sedes de Bogotá, Medellín, Manizales y Palmira.

Este proyecto reúne el trabajo en grupo de la Unidad de Medios de Comunicación y la Dirección de Museos y Patrimonio Cultural, con el fin de llevar a cabo la elaboración de ocho exposiciones museográficas en las 4 sedes, así mismo también se desarrollan estrategias de comunicación efectiva para crear un mayor impacto en la comunidad universitaria y para redescubrir los edificios patrimoniales de la Universidad Nacional de Colombia como bienes culturales de la nación generando sentido de pertenencia fundamentado en el cuidado del patrimonio cultural.

1. EDIFICIO FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
   Nombre de la exposición: Derecho, Política y Sociedad
   Apertura de la exposición: 22 de octubre del 2013
   Evento de lanzamiento: 24 de octubre de 2013

2. EDIFICIO MUSEO DE ARQUITECTURA LEOPOLDO ROTHER - MALR
   Nombre de la exposición: La Imprenta
   Apertura de la exposición: 28 de noviembre del 2013
   Evento de lanzamiento: 28 de noviembre del 2013

3. FACULTAD DE ARQUITECTURA – EL CABLE (SEDE MANIZALES)
   Nombre de la exposición: Estación del Cable
   Apertura de la exposición: 27 de febrero de 2014
   Evento de lanzamiento: 27 de febrero de 2014

4. EDIFICIO CIRO MOLINA GARCÉS (SEDE PALMIRA)
   Nombre de la exposición: Ciro Molina Garcés
   Apertura de la exposición: 24 de febrero de 2014

5. EDIFICIO FACULTAD DE CIENCIAS
   Nombre de la exposición: Facultad de Ciencias, edificios que cuentan historias.
   Apertura de la exposición: 28 de abril de 2014
   Recorridos museográficos: 6 de mayo al 6 de agosto de 2014

6. EDIFICIO FACULTAD DE MINAS – BLOQUES M3 Y M5 (SEDE MEDELLÍN)
   Nombre de la exposición: Facultad de Minas, edificios que cuentan historias.
   Apertura de la exposición: 28 de abril de 2014
   Recorridos museográficos: 6 al 30 de mayo de 2014

7. ESTADIO ALFONSO LÓPEZ
   Nombre de la exposición: Estadios Alfonso López, edificios que cuentan historias.
   Apertura de la exposición: 3 de junio de 2014
   Evento de lanzamiento: 5 de junio de 2014
   Recorridos museográficos: 3 al 13 de junio de 2014

8. EDIFICIO BELLAS ARTES
   Nombre de la exposición: Escuela de Artes Plásticas y Visuales, edificios que cuentan historias.
   Apertura de la exposición: 11 de agosto de 2014
   Evento de lanzamiento: 11 de agosto de 2014
   Recorridos museográficos: 12 de agosto al 12 de septiembre de 2014

La información completa (Informes APA) de los edificios se encuentra en los anexos *1* y 2.

••• **Objetivo 2**: Reconocer el acervo institucional de Unimedios e identificar estrategias para su catalogación.

// **Meta 2.1**

Establecer el estado y la propuesta de intervención de los archivos especiales de Unimedios de acuerdo con las políticas y lineamientos de la Gestión Documental de la Universidad Nacional de Colombia.

// ***Actividades:***

2.1.1: Diseñar y aplicar un diagnostico técnico (revisión y cuantificación) de los archivos especiales (material audiovisual, fotográfico y de texto).
2.1.2: Diseñar los instrumentos y metodología de intervención del material objeto del diagnostico.
2.1.3: Formulación del proyecto de intervención del material documental especial de Unimedios.

El proceso se realizó con el apoyo de la Oficina Nacional de Gestión y Patrimonio Documental, y se inició con la revisión de los archivos radiofónicos. A partir del levantamiento cuantitativo de la información del archivo existente en audio, video e imagen, realizado por las oficinas de Prensa, Radio y Televisión, la División de Archivo y Correspondencia le presentó a Unimedios un plan de trabajo para organizar los archivos en formato de audio y video. El primer diagnóstico le permitió a la División conocer el volumen y condiciones del material a organizar en el lugar a intervenir. La fonoteca tiene 35.287 piezas Se ha inventariado entre 2013 y 2014, 13.400 piezas. Faltan: 21.887. El proceso adelantado hasta ahora sugiere contratar por un año más del experto que realiza el inventario. Se entregó un inventario único con 13400 registros de la fonoteca de UN Radio, según metodología establecida en el plan de trabajo UNA-0038 diseñado por la Oficina Nacional de Gestión y Patrimonio Documental

// **Meta 2.2**

Edición y publicación de los libros "Apuntes - Maestros de la Rectoría".

// ***Actividades:***

2.2.1: Producción de los libros.
2.2.2: Diagramación e impresión.
2.2.3: Investigación y recopilación de información.

Se realizó el proceso de investigación, recopilación de la información y la producción de los siguientes libros de la Colección Apuntes - Maestros de la Rectoría:

- Pensar la medicina. Autor: José Félix Patiño Restrepo Páginas: 310
- Prometeo liberado Autor: Fernando Zalamea Páginas: 156
- Gramática Griega Autor: Noel Olaya Páginas: 220
- Leyes sin causa y causas in leyes Autor: Gustavo Caponi Páginas: 213.

Se editó, diagramó e imprimió los libros “Marta Traba” y “Prometeo liberado, la emergencia creativa en maestros de los siglos XIX y XX”.

apa

APROPIACIÓN DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO
IMPACTO & RESULTADOS

8 EXPOSICIONES
4 sedes

Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales
// Bogotá // 24 de octubre de 2013

Museo de Arquitectura Leopoldo Rother
// Bogotá// 28 de noviembre de 2013

Facultad de Arquitectura – El Cable
// Manizales // 27 de febrero de 2014

Edificio Ciro Molina Garcés
// Palmira // 24 de febrero de 2014

Edificio Facultad de Minas
// Medellín // 28 de abril de 2014

Edificio Facultad de Ciencias
// Bogotá // 28 de abril de 2014

Estadio Alfonso López
// Bogotá // 03 de junio de 2014

Edificio Artes Plásticas
// Bogotá // 11 de agosto de 2014

MinCultura
Ministerio de Cultura

En alianza con Ministerio de Cultura

8 ARTÍCULOS EN UN PERIÓDICO

Sede de Bellas Artes
un edificio predestinado

8 CAPÍTULOS SERIE PRISMA TV
www.prismatv.unal.edu.co

10 CAPÍTULOS SERIE UN RADIO
www.unradio.unal.edu.co

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015
unimedios
unidad de medios de comunicación
Proyecto P•02

B • 03

/ *MCO - 1582 - Campañas Institucionales para Mejorar la Comunicación Interna de la Universidad y su Imagen.*

PROYECTO EN EJECUCIÓN

Ejecución: 57%

Fecha de inicio: *02/08/2013*
Fecha de finalización: *30/11/2015*

Objetivo General: Mejorar la comunicación y fortalecer la imagen y prestigio de la Universidad, mediante la realización de acciones de comunicación con la comunidad interna y externa, favoreciendo el sentido de apropiación y el mejoramiento del clima institucional en la UN.

••• **Objetivo 1 :** Realizar campañas multi-foco que respondan a la comunicación de los intereses institucionales, y que integren tanto a la comunidad académica interna, como a la sociedad en general.

// **Meta 1.1**

Realización de cuatro (4) campañas institucionales.

// **Actividades 2014:**

1.1.4: Identificación de prioridades y validación del tema de la campaña
1.1.5: Estructuración del enfoque, definición de públicos objetivos y articulación con otras dependencias involucradas
1.1.6: Diseño y producción de piezas de comunicación
1.1.7: Ejecución y divulgación de la campaña
1.1.8: Informe final y resumen ejecutivo de resultados por campaña

1. **CAMPAÑA: EXPRÉSATE BIEN, COMUNÍCATE MEJOR**

   Participación activa y constante en el desarrollo de este proyecto en el cual Unimedios, el Instituto de Investigación en Educación, el Departamento de Lingüística y la UCRI de la Facultad de Ciencias Humanas de la sede Bogotá, se unieron con el objetivo de crear una campaña de comunicación masiva que se transmitiera a toda la comunidad universitaria, de forma periódica, multimedial, amigable y didáctica, cápsulas informativas con recomendaciones sobre el uso del español oral y escrito, para mejorar la forma en que nos expresamos y comunicamos. Fue elaborada la estratégica de comunicación desde punto cero, incluyendo el ejercicio de articulación de medios para lograr el impacto deseado. En el ***Anexo 3*** de este informe podrá encontrar la información completa sobre la campaña y el trabajo que se ha realizado hasta el momento.

2. **CAMPAÑA: UN TRANSFORMA VIDAS**

   Se brindó apoyo y se hizo seguimiento al proyecto mediante el cual Unimedios y la Oficina Nacional de Planeación y Estadística, realizan la campaña UN Trasforma Vidas para evidenciar como la UN ha cambiado la vida de los colombianos, al tiempo que rinde cuentas a la sociedad colombiana, vinculando sus piezas dentro al proceso permanente de Rendición Pública de Cuentas 2013. La campaña se centra en la realización de tres videos de aproximadamente 3 minutos de duración, presentando las vivencias y experiencias de muchos individuos, grupos, comunidades y sectores del país, que han sido impactados positivamente con los aportes de la Universidad Nacional de Colombia. En el ***Anexo 4*** de este informe podrá encontrar la información completa sobre la campaña y el trabajo que se ha realizado hasta el momento.

3. **CAMPAÑA: UN PATRIMONIO DE TODOS LOS COLOMBIANOS**

   Se participó brindando apoyo y realizando el seguimiento al proyecto mediante el cual se promociona a la Universidad Nacional de Colombia como patrimonio de todos en el país, de tal forma que genere sentido pertenencia en los colombianos. Por primera vez, Unimedios realiza una campaña que incluye un comercial para televisión nacional abierta, gestionando con el Ministerio de Educación Nacional – MEN y la Autoridad Nacional de Televisión – ANTV, la radiodifusión de contenidos institucionales bajo el concepto de Código Cívico.

La campaña se centra en la realización de un comercial de aproximadamente 40 segundos de duración, presentando a la Universidad y su misión, revalorando la importancia que tiene para el país y destacando su infraestructura, presencia, proyectos y sobre todo los beneficios que todos han recibido, reciben y recibirán gracias a la misión de la Universidad Nacional de Colombia. En el ***Anexo 5*** de este informe podrá encontrar la información completa sobre la campaña y el trabajo que se ha realizado hasta el momento.

4. PROYECTO TIENDA UNIVERSITARIA

Con los propósitos fundamentales del afianzamiento del sentido de pertenencia, mediante el desarrollo e intercambio de productos que lo propicien y el acrecentamiento del prestigio institucional, a través de la proyección de aspectos constitutivos del ADN de la marca, se ha creado el proyecto Tienda Universitaria.

La Tienda Universitaria y sus productos son una experiencia que entrelaza la evolución, innovación, originalidad y contemporaneidad del espíritu universitario que materializa la afinidad y pertenencia que sentimos por nuestra institución. La visión del proyecto va más allá de nuestra comunidad, incluye también a los egresados, sus asociaciones de profesionales y los visitantes nacionales e internacionales que reconocen la importancia, el potencial de crecimiento y los logros de la Universidad en su propósito continuo de producción del conocimiento.

Su creación y lanzamiento han supuesto un enorme esfuerzo por parte de las dependencias y oficinas involucradas (Unimedios, Bienestar Nacional, Vicerrectoría Sede Manizales y la Unidad de Emprendimiento de la Facultad de Ciencias de Económicas de la Sede Bogotá), que han aportado el conocimiento profesional multidisciplinario de sus integrantes para lograr un excelente resultado, a la altura de otras instituciones de gran nivel y reconocimiento mundial. Por medio del proyecto, se invita a la comunidad a participar activamente en su desarrollo y crecimiento, entrelazándola como una sociedad unida, fuerte y apasionada, que propende porque este proyecto de gran importancia e impacto para la institución, logre crecer y permanecer en el tiempo.

Este modelo y sus productos son una manera de promover nuestra imagen, destacando todos los aspectos positivos que existen en la institución: la tradición, la historia, el trabajo cotidiano, los estudiantes, docentes e investigadores, sus ideas, las colecciones de información gráfica y escrita, los emblemáticos campus íconos urbanísticos que aportan al desarrollo urbano, la diversidad disciplinar existente y la evolución en nuestra identidad, lo que somos, resultante de lo que fuimos y base para transformarnos en lo que seremos. En el ***Anexo 6*** de este informe podrá encontrar la información completa sobre la campaña y el trabajo que se ha realizado hasta el momento.

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

IMPACTO & RESULTADOS

4 Campañas

La Universidad Nacional Patrimonio de todos los colombianos

Tienda Universitaria

La Universidad Nacional Transforma Vidas

Mano robótica

Lagos de Yahuarcaca

Una Historia de vida

Exprésate bien, comunícate mejor

B • 04

/ *ICN - 1685 - Debates Públicos y Repositorio Digital de la Universidad Nacional de Colombia.*

PROYECTO EN EJECUCIÓN

Ejecución: 66.5%

Fecha de inicio: *14/062013*
Fecha de finalización: *30/11/2015*

Objetivo general: Difundir y poner a disposición de todo el país los resultados de la actividad académica y de los estudios y análisis de las problemáticas nacionales derivados de la actividad académica e investigativa de alta calidad que se da en la institución, garantizando las condiciones físicas y tecnológicas que se requieran para este fin.

••• **Objetivo 1:** Identificar y proponer soluciones a los grandes asuntos coyunturales y estructurales del país, mediante proyectos de iniciativa universitaria.

// ***Meta 1.1***

Desarrollar 15 sesiones de debates sobre temáticas de interés para la nación así: cinco (5) en el 2013, cinco (5) en 2014 y cinco (5) en el 2015.

// **Actividades 2014**

1.1.6: Definición de programa académico, estrategia de divulgación e inscripciones y logística
1.1.7: Elaboración de material académico
1.1.8: Invitaciones, divulgación e inscripciones
1.1.9: Desarrollo del Debate
1.1.10: Reporte y evaluación

Los eventos Debates UN comenzaron a realizarse en el mes de febrero del 2013 y durante este año (2014) se continuó con la planeación y ejecución de los que estaban programados, los cuales se relacionan a continuación:

1. **ALFONSO LOPEZ MICHELSEN**
   Fecha: 18 febrero de 2014, Bogotá
   En el marco del Foro "Paz y Derecho Internacional Humanitario"
   Lugar: Auditorio Alfonso López Pumarejo

   Ernesto Samper Pizano – Expresidente
   Rodrigo Uprimny – Jurista, Docente y experto en DIH
   Cesar Ayala - Historiador
   Carlos Gaviria Díaz – Exmagistrado

   Moderador Caterina Heyck - abogada de la Universidad del Rosario

2. **¿QUÉ LUGAR OCUPARÁ LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL PRÓXIMO CONGRESO?**
   Fecha: 26 febrero de 2014, Bogotá
   Apoyo: El Espectador
   Lugar: El Cubo de Colsubsidio – Auditorio 2

   Panelistas
   Claudia López – Candidata al Senado por Alianza Verde
   María del Rosario Guerra – Candidata al Senado por el Centro Democrático
   General (R) Fredy Padilla – Candidato al Senado por el Partido de la U
   Rodolfo Arango – Candidato al Senado por el Polo Democrático
   José Andrés Areiza – Candidato al Senado por Cambio Radical

   Moderadores

Gabriel Misas Arango – profesor Universidad Nacional de Colombia
Ricardo Mosquera Mesa – Exrector Universidad Nacional de Colombia
Anexo 7

3. **RIESGO Y GESTIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES EN COLOMBIA: SU RELEVANCIA EN EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL**
Fecha: 5 de marzo de 2014, Manizales
Lugar: Auditorio principal Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales
Bloque K, Campus Palogrande

Panelistas
Carlos Iván Márquez – Director Unidad Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres
Freddy Leonardo Franco – profesor Universidad Nacional de Colombia
Juan David Gartner – Gerente Aguas de Manizales
Doris Suaza Español – Asesora del Fondo de Adaptación

Moderador
Omar Darío Cardona – Docente e Investigador de la Universidad Nacional de Colombia
Anexo 8

4. **CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA: DE CARA A LA EDUCACIÓN SUPERIOR**
Fecha: 2 de abril de 2014, Bogotá
Apoyo: El Espectador
Lugar: Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo

Panelistas
Clara López – Candidata a la Presidencia por Alianza Verde
Oscar Iván Zuluaga – Candidato a la Presidencia por el Centro Democrático
Marta Lucía Ramírez – Candidata a la Presidencia por el partido Conservador

Moderadores
Ignacio Mantilla Prada – Rector Universidad Nacional de Colombia
Luis Enrique Orozco – Profesor e Investigador de la Universidad de Los Andes
Anexo 9

5. **ESCENARIOS DEL POSCONFLICTO EN COLOMBIA**
Fecha: 28 de abril de 2014, Manizales
Lugar: Auditorio R, Campus La Nubia de la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales

Panelistas
Gonzalo Sánchez Gómez – Director General del Centro de Memoria Histórica
Coronel Álvaro Pico Malaver – Director de Escuelas de la Policía Nacional
Alejandro Éder Garcés – Alto Consejero Presidencial para la Reintegración
Alejo Vargas – Director Centro de Pensamiento y Seguimiento al Diálogo de Paz
Anexo 10

6. **ORINOCO: ENTRE LA AMBICIÓN Y LAS PROMESAS**
Fecha: martes 3 de junio de 2014, Bogotá
Lugar: Auditorio Principal del Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo

Panelistas
Julio Fierro – Geólogo
Dario Fajardo – Antropólogo
Manuel Rodríguez Becerra – Exministro de Medioambiente
Miguel Gonzalo Andrade – Investigador (ICN) Universidad Nacional de Colombia
Juan Fernando Martínez Jaramillo – VP Técnico (Agencia Nacional de Hicrocarburos)
Yimy Armando Sanchez Aguablanca – Asesor Asou'wa

Moderador
Rodrigo Cárdenas – Director Sede Orinoquia, Universidad Nacional de Colombia

Anexo 11

7. RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA REFORMA A LA EDUCACIÓN SUPERIOR
Fecha: Lunes 9 de junio de 2014, Manizales
Lugar: Auditorio R – Campus La Nubia, sede Manizales

Panelistas
Patricia Martínez Barrios – Viceministra de Educación Superior
Luis Enrique Arango – Rector Universidad Tecnológica de Pereira y Presidente SUE
Juan Carlos Yepes – Consejo Nacional de Educación (CESU)
Carlos Miñana – Docente Universidad Nacional de Colombia
Omar Andrés Gómez – Vocero Nacional MANE
Anexo 12

8. ¿DE QUÉ PACÍFICO HABLAMOS?
Fecha: Miércoles 6 de agosto, Tumaco
Lugar: Aula TIC de la Sede Tumaco de la Universidad Nacional de Colombia
Realizado en conjunto con el Instituto de Estudios del Pacífico – IEP de la Universidad Nacional de Colombia.

Panelistas
Óscar Almario – Profesor de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín
Jorge García Rincón – Etnoeducador y miembro de la Comisión Pedagógica Nacional
Socorro Ramírez – Profesora e Investigadora de la Universidad Nacional de Colombia
Víctor Gallo – Alcalde de Tumaco
Luis Alfonso Escobar – Jefe de Planeación Departamental (Nariño)
Petter Lowy – Director del Instituto de Estudios del Pacífico
Anexo 13

9. ACUERDOS Y DESACUERDOS EN LO SUPERIOR (SESIÓN 1)
Fecha: jueves 18 de septiembre, Bogotá
Lugar: Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo
Realizado en conjunto con la Dirección Nacional de Planeación y Estadística de la Universidad Nacional de Colombia.

Panelistas
Antanas Mockus – Exrector de la Universidad Nacional de Colombia
Jorge Enrique Robledo – Senador de la República
Isabel Segovia – Excandidata vicepresidencial por el partido Alianza Verde
Carlos Alberto Garzón – Profesor y Director Nacional de Planeación y Estadística

Moderador
Carlos Hernando Forero – Director Ascun (Moderador)
Anexo 14

10. CIENCIA E INNOVACIÓN ¿PARA QUÉ MODELO DE PAÍS? (SESIÓN 2)
Fecha: miércoles 1 de octubre, Bogotá
Lugar: Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo
Realizado en conjunto con la Dirección Nacional de Planeación y Estadística de la Universidad Nacional de Colombia.

Panelistas
Eduardo Posada – Presidente ACAC
Alicia Ríos Hurtado – Colciencias (delegada)
Dolly Montoya – Vicerrectora de Investigación de la Universidad Nacional de Colombia

Moderador
Carlos Alberto Garzón – Profesor y Director Nacional de Planeación y Estadística
Anexo 15

11. AUTONOMÍA Y LIBERTAD DE CÁTEDRA (SESIÓN 3)

Fecha: jueves 23 de octubre, Bogotá
Lugar: Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo
Realizado en conjunto con el Consejo Académico de la Universidad Nacional de Colombia.

Panelistas
Ricardo Sánchez – Decano Facultad de Ciencias Humanas
Carlo Tognato – Director Centro de Estudios Sociales – CES
Víctor Manuel Moncayo – Exrector de la Universidad Nacional de Colombia
Oscar Aponte – Representante Estudiantil

Moderador
Jorge Armando Rodríguez – Profesor de la Universidad Nacional de Colombia
Anexo 16

12. CONCEPTO DE UNIVERSIDAD (SESIÓN 4)

Fecha: lunes 27 de octubre, Manizales
Lugar: Auditorio Universidad Nacional (Bloque K) Campus Palogrande

Panelistas
Uriel Bustamante Lozano – Profesor de la Universidad Nacional de Colombia
Jorge Hernán Arbeláez – Delegado por la Representación Estudiantil de la Sede Manizales
Luis Enrique Orozco – Profesor de la Universidad de Los Andes (Skype)

Moderador
Nicolás Restrepo Escobar – Director Periódico La Patria
Anexo 17

Cada uno de los eventos realizados hasta el momento ha contado con el apoyo de diferentes dependencias y entidades externas a la Universidad, las cuales nos han apoyado con la convocatoria y divulgación, y entre las cuales se encuentran: El Espectador, Instituto de Estudios del Pacífico, Vicerrectoría de Investigación, Colciencias y el Consejo Académico de la Universidad Nacional de Colombia.

Cada uno de los eventos ha sido transmitido en directo por PRISMA TV y por UN Radio.

Se presenta la síntesis de todos los debates ha tenido el proyecto en los dos años:

Consecutivo de temas de debate	Consecutivo total de sesiones		Ciudad	Fecha
2013				
1	1	Proceso de Paz Sesión 1 "Desarrollo Agrario Integral"	Palmira	2013.02.28
	2	Proceso de Paz Sesión 2 "¿Cómo legitimar los Acuerdos de Paz?"	Bogotá	2013.04.11
	3	Proceso de Paz Sesión 3 "Víctimas"	Medellín	2013.04.24
	4	Proceso de Paz Sesión 4 "Participación Política"	Manizales	2013.05.23
	5	Proceso de Paz Sesión 5 "Postconflicto"	Orinoquia	2013.06.20
2	6	Renovación Urbana del CAN	Bogotá	2013.05.02
3	7	Salud: "Alternativas para la Reforma a la Salud"	Bogotá	2013.05.28
4	8	"Innovación, Ciudad y Desarrollo Territorial"	Bogotá	2013.06.20
5	9	"¿De qué Pacífico hablamos? - Sesión 1"	Bogotá	2013.08.28
	10	"¿De qué Pacífico hablamos? - Sesión 2"	Bogotá	2013.09.11
	11	"¿De qué Pacífico hablamos? - Sesión 3"	Bogotá	2013.09.18
6	12	"Regalías, ciencia, tecnología y desarrollo"	Bogotá	2013.10.17
	13	Salud: "Reforma a la Salud: Aciertos, Desaciertos y Recomendaciones"	Bogotá	2013.10.30
7	14	"Ciudad y Posconflicto"	Bogotá	2013.11.07
2014				
8	15	"Alfonso López Michelsen"	Bogotá	2014.02.18
9	16	¿Qué lugar ocupará la educación superior en el próximo Congreso?	Bogotá	2014.02.16
10	17	"Riesgo y gestión del riesgo de desastres en Colombia"	Manizales	2014.03.05
11	18	"Candidatos a la presidencia: de cara a la educación superior"	Bogotá	2014.04.02
12	19	"Escenarios del Posconflicto en Colombia"	Manizales	2014.04.28

Consecutivo de temas de debate	Consecutivo total de sesiones		Ciudad	Fecha
13	20	"Orinoco: entre la ambición y las promesas"	Bogotá	2014.06.03
14	21	"Retos y oportunidades de la Reforma a la Educación Superior"	Manizales	2014.06.09
	22	"¿De qué Pacífico hablamos? - Sesión 4"	Tumaco	2014.08.06
15	23	Educación 1 - "Acuerdo y Desacuerdos en lo Superior"	Bogotá	2014.09.18
	24	Educación 2 - "Ciencia e Innovación - Para qué modelo de país"	Bogotá	2014.10.01
	25	Educación 3 - "Autonomía y Libertad de Cátedra"	Bogotá	2014.10.23
	26	Educación 4 - "Concepto de Universidad"	Manizales	2014.10.27
TOTAL Sesiones: 26, Temas de Debate: 15				

// ***Meta 1.2***
Publicación de 9 cartillas Claves para el Debate Público así: tres (3) en el 2013, tres (3) en el 2014 y tres (3) en el 2015

// **Actividades 2014**
1.2.4: Investigación y recopilación de información
1.2.5: Redacción y corrección de estilo
1.2.6: Diagramación, impresión y distribución

Desde la Oficina de Prensa y como una de las metas establecidas para el proyecto ICN, se realizó, durante el 2014, la investigación, diseño y producción de las siguientes cartillas ***Claves para el Debate Público***:

• **EDUCACIÓN SUPERIOR: UNA REFORMA INAPLAZABLE**
Abril de 2014, número 61

• **ORINOQUIA: ENTRE LA AMBICIÓN Y LAS PROMESAS**
Junio de 2014, número 62

• **LO QUE ESTÁ EN JUEGO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: DISENSOS Y CONSENSOS SOBRE EL Acuerdo 2034**
Noviembre de 2014, número 63

Con estas se completan 6 cartillas Claves realizadas en el proyecto.

••• **Objetivo 2:** Constituir un repositorio digital para permitir la consulta de charlas, foros y conferencias de alta calidad académica de la Universidad Nacional de Colombia.

// **Meta 2.1**
Grabación y edición de hasta 40 eventos académicos de alto nivel así: diez (10) en 2013, quince (15) en 2014 y veinticinco (25) en 2015.

// **Actividades 2014**
2.1.4: Investigación e identificación de eventos
2.1.5: Grabación de los eventos
2.1.6: Edición y montaje en el repositorio web

Dentro del repositorio digital (METACAMPUS) se realizaron lo siguientes videos en 2014:

CHARLAS METACAMPUS 2014

1.	Alain Bonnet FRANCÉS SOCIÓLOGO	CAP 1	ABRIL
2.	Carolina Villarraga ANIMADORA	CAP2	ABRIL
3.	Nelson Sabogal INGENIERO METEOROLÓGICO CÁTEDRA HUELLAS	CAP 3	ABRIL
4.	Ángela Posada PERIODISTA CIENTÍFICA - CÁTEDRA HUELLAS	CAP 4	MAYO
5.	Narciso Barrera ANTROPÓLOGO CÁTEDRA HUELLAS	CAP 5	MAYO
6.	Mario Navarrete ARTISTA PLÁSTICO CÁTEDRA HUELLAS	CAP 6	JUNIO
7.	Camilo Mora BIÓLOGO CÁTEDRA HUELLAS	CAP 7	AGOSTO
8.	Luis Javier Gómez Piedrahita DISEÑADOR LEGO-CÁTEDRA HUELLAS	CAP 8	AGOSTO
9.	Miguel Gastón Cedillo INGENIERO MEXICANO	CAP 9	AGOSTO
10.	Miguel Ramírez INGENIERO MEXICANO	CAP 10	AGOSTO
11.	Carlos Scolari COMUNICACIÓN Y MEDIOS	CAP 11	SEPTIEMBRE
12.	Ronald Pérez INGENIERO	CAP 12	SEPTIEMBRE
13.	Elena Stashenko QUÍMICA CÁTEDRA HUELLAS	CAP 13	SEPTIEMBRE

14.	Daniel Bergara - DISEÑADOR INDUSTRIAL	CAP 14	OCTUBRE
15.	Lorenzo Torres Hortelano - COMUNICADOR	CAP 15	NOVIEMBRE
16.	Giovanni Dosi - ECONOMISTA	CAP 16	DICIEMBRE
17.	Gediminas Valkiunas, BIÓLOGO	CAP 16	DICIEMBRE

HUELLAS METACAMPUS 2014

18.	Alfredo Molano, sociólogo	CAP 1
19.	Juan Manuel Roca. poeta	CAP2
20.	María Mercedes Durán de Villalobos, enfermera.	CAP 3
21.	Gustavo Román Campos, Médico	CAP 4
22.	Jorge Alberto Naranjo (Medellín) Ingeniero/escritor.	CAP 5
23.	Mario Barreneche, Arquitecto (Manizales)	CAP 6
24.	Darío Valencia, Poeta (Medellín)	CAP 7

Un total de 24 videos fueron realizados en el año 2014, estos están ubicados en la plataforma Metacampus, http://www.metacampus.unal.edu.co/ la cual será lanzada en enero de 2015. De igual manera la serie musical Playback (10 capítulos) del canal Prisma se reedito para ser parte del repositorio en el formato Conciertos y Audiciones.

••• ***Objetivo 3:*** Adecuar físicamente y dotar tecnológicamente un espacio de la Universidad que permita el registro de alta calidad de la actividad académica que se pretende difundir.

// ***Meta: 3.1*** Adecuar físicamente el Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo y dotarlo tecnológicamente para la producción audiovisual a más tardar el segundo semestre de 2014.

// **Actividades:**

3.1.1: Estudios previos y diseño arquitectónico
3.1.2: Contratación, construcción y obra del auditorio
3.1.3: Adquisición de equipos para producción de televisión y sus respectivos periféricos.

Por causas externas a Unimedios el proyecto está aplazado para 2015. Es importante resaltar que se ha hecho seguimiento permanente para poder cumplirlo. De común acuerdo con la oficina de Planeación según oficio ONP-324 del 16 de diciembre de 2013, se hizo reducción en el proyecto de Inversión de Unimedios con aportes de la nación en un valor de 796.435.333 considerando cubrir el déficit de funcionamiento de la Universidad. Se acordó ejecutar durante el presente año únicamente los estudios técnicos requeridos, esta meta se realiza en articulación con la Dirección de Infraestructura de la Sede Bogotá que tenía previsto la aprobación por parte de curaduría del proyecto en conjunto con el reforzamiento estructural del edificio Uriel Gutiérrez, amparado en la modificación del POT que fue declarado inexequible por el Consejo de Estado. Ante tanto no se aclare la ruta a seguir, la ejecución de esta meta continúa suspendida Considerando que en el segundo semestre continuó la situación, mediante oficio UMC – 269 del 16 de Septiembre de 2014 se solicitó disminuir la apropiación del proyecto 1685 en ochenta y cinco millones de pesos mcte ($85.000.000) e incorporarla en dicho proyecto para la vigencia de 2015. Este proyecto

Debido a que los equipos de producción se necesitaban de manera inmediata se optó por hacer la adquisición de los equipos e instalarlos en mobiliario portátil y modular que permita luego su uso en el espacio del Auditorio. Se realizó un estudio de mercado que arrojo las especificaciones técnicas para concretar los equipos que adquirirían, así como los precios que en ese momento había en el mercado y los proveedores. Luego de esto se procedió a realizar las invitaciones a cotizar a los proveedores existentes, finalmente se realizaron los procesos contractual en donde ganaron los proveedores que cumplieron con las especificaciones técnicas y las propuestas más económicas.

Los equipos que se adquirieron fueron:

Suministro de cámaras, trípodes y cable para remoto, para las grabaciones de los programas que harán parte del REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
• Cámaras SONY PMW-300K1 camcorder	3
• Tripodes Manfrotto 504HD Head w/546B 2- Stage Aluminum Tripod System	3
• Control Sony RMB-170 Handheld Remote Control Unit	3
• SONY RMB-150/50 US, Cable para remoto, extensión 50 metros.	3
• Porta Brace - CTC-1 Traveler Camera Case (Black)	1

Suministro de micrófonos, parlantes y consola de audio para las grabaciones de los programas que harán parte del REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
Blackmagic Audio Monitor	1
Mackie 1402VLZ4 14-Channel Compact Mixer	1
Whirlwind Medusa Standard Series 6 Channel (6x XLR Send & 3x XLR Return) Stagebox to Fanout Snake - 50'	1
Sennheiser EM 2050 Professional Microphone Twin Receiver	3
Transmisores inalambricosSennheiser SK 100 G3 Wireless Transmitter Body Pack	6
Sennheiser HS2-3 Head-Worn Microphone (Beige)	6

Suministro de switcher tricaster y monitores lg, para las grabaciones que requieren puesto fijo para los programas que harán parte del REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
Switcher TriCaster™ 410 + TriCaster™ 460, Control Surface Educational ,(for add-on to TC410 and TC460 Educational) (NEWTEK)	1
Monitor LG IPS 23MP65HQ (LG)	2

Suministro de sistema de intercomunicación, para las grabaciones que requieren puesto fijo para los programas que harán parte del REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
Sistema de intercomunicación TELEX alámbrico formado por: 1 Estación base 4 canales (MCE325 + MCS325 + MCP 90-18 + MCP1), 4 Diademas (HR-1R), 3 Belt packs (BP-351), Fuente de alimentación (PS-20 + MCP1), 2 Apuntadores inalámbricos (2xTT–16 + 2xTR– 16 + RTW-04 + CMT-92 + ET-4)	1

Suministro de equipos post-producción de audio para la oficina de unimedios televisión cargado al proyecto REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
Apple - 2.7GHz Quad-core Inte Core i5, Turbo Boost up to 3.2GHz, 16GB 1600MHz, DDR3 SDRAM - 2X8GB, 1TB Serial ATA, Drive @5400 rpm, Intel Iris Pro Graphics, Smart service care, Apple Magic Mouse,Apple Keyboard with Numeric Keypad,Apple USB Superdrive.	1
Avid - Pro Tools|HD Native Thunderbolt + HD OMNI System	1
Avid - MC Control V2, Artist Series US Features: - LED-backlit touch-screen interface (800 x 480 pixels) - Eight custom touch-sensitive rotary encoders. - Four touch-sensitive motorized faders - 12 assignable soft keys - Transport controls and data entry wheel. - Studio Monitor Express software - High-speed EuConTM Ethernet protocol.	1
Avid - Advantage, Pro Tools HD Systems, Elite per year	1
Avid - Advantage, Artist Series per year	1

Suministro de software y soporte para equipos de post- producción de imagen para la oficina de UNIMEDIOS TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, cargado al proyecto REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
Licencias de software Avid Media Composer | Software (End User) + Dongle	3
Avid Media Composer | Symphony Option	3
Avid Media Composer | Production Pack	3

Suministro de un sistema de interconexión y soporte para equipo portatil efp y equipos de postproducción para la oficina de UNIMEDIOS TELEVISIÓN, cargado al proyecto REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
MUEBLES TÉCNICOS PORTÁTILES Y MODULARES Y CABLEADO COMPLETO para interconexión completa de sistema de producción EFP. Compuesto por 2 o 3 Rack estándar 19", portátiles con puertas removibles, ruedas y manijas; elementos de	

montaje, cables, conectores, marquillas, accesorios, dos maletas para transporte de cámaras marca PortaBrace Modelo CTC-1 Color Azul. La instalación debe soportar la interconexión para 3 cámaras ENG de 50m, conexión interna para un switcher compacto, monitores de control de audio y video, equipos de intercom y unidades de control remoto cámaras más mezcladora de 16 canales y receptores inalámbricos. El implementador deberá entregar documentación general con planos de interconexión finales. 1

Conexión complementaria de equipos para cambios por modernización de elementos en sala de audio y tres salas de video del área de POSTPRODUCCIÓN UNIMEDIOS TV, Incluye revisión general y actualización de planos de interconexión.

Suministro de equipos post-producción de imagen para la oficina de UNIMEDIOS TELEVISIÓN, cargado al proyecto REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
• APPLE IMAC 27" 3.5GHz Quad-core Intel Core i7	3
• Blackmagic Design UltraStudio 4K Thunderbolt 2 • 1RU Rack Mount & Table-Top I/O Device • 2x 20Gb/s Thunderbolt 2 Ports • DCI/UHD 4K 4:2:2 Up to 30p by 1x 6G-SDI • DCI/UHD 4K 4:2:2 50p-60p by 2x 6G-SDI • DCI/UHD 4K 4:2:2 by HDMI • 1080p RGB 4:4:4 by Single-Link 3G-SDI • 1080p 4:2:2 by Single-Link HD-SDI • 1080p 4:4:4 by Dual-Link HD-SDI • Dual Channel 2D/3D Stereoscopic by SDI • HD Up/Down/Cross Conversion	3
• Sony PVMA170 17" Professional OLED Production Monitor • 6.5" Diagonal Screen Size • 10-Bit OLED with 1920 x 1080 Resolution • 3G-SDI, HDMI and Composite Inputs • Loop-Out for Both SDI Inputs • 89° Angle of View at > 10:1 Contrast • Black Pixels Switch Off Completely • OSD Waveform and Vector Scope • Recessed Rear Connectors • Serial and Parallel Remote Ports • Portable Design with Built-In Handle.	3
• M-Audio AV 40 Active 2-Way Desktop Monitor Speakers (Pair) Bass-Reflex Cabinet, 4" Polypropylene-Coated Woofer, 1" Silk Dome Tweeter, OptImage III Waveguide, 20W Per Channel Amplification.	1
• Wacom Intuos Pro Professional Pen & Touch Tablet (Medium).	3
• Promise Technology 12TB Pegasus2 R6 Thunderbolt 2 Raid Storage Array • 12TB Storage Capacity • Dual Thunderbolt 2 Ports • 6x 2TB 7200 rpm Internal SATA Drives • 6 Hot-Swappable Drive Bays • Pre-Configured in RAID 5 Mode • Supports RAID 0, 1, 5, 6, 10, 50 • Daisy-Chain Six Thunderbolt 2 Devices • Compatible with Time Machine in OS X • Mac Compatible	3
• E -Films MxR Extreme Expresscard Adapter	3
• Transcend 64GB UHS-1 SDXC Memory Card (Speed Class 3)	3
• Sony - BPU90 Rechargeable Lithium-Ion Battery	3

Suministro de un lente Tamron para cámara de video, destinado a la oficina de UNIMEDIOS TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, cargado al proyecto REPOSITORIO DIGITAL Y DEBATES PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Elemento	Cantidad
• Lente Tamron SP 24-70mm f/2.8 DI VC USD Lens	1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015

unimedios
unidad de medios de comunicación
Proyecto P•01

El Espectador // 27 de febrero 2014

El Espectador // 3 de abril 2014

El Nuevo Siglo // 3 de abril 2014

El Espectador // 19 de Septiembre 2014

Incremento del capital cultural y científico de la nación.

ICN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015

unimedios
unidad de medios de comunicación
Proyecto P•01

METACAMPUS

IMPACTO & RESULTADOS

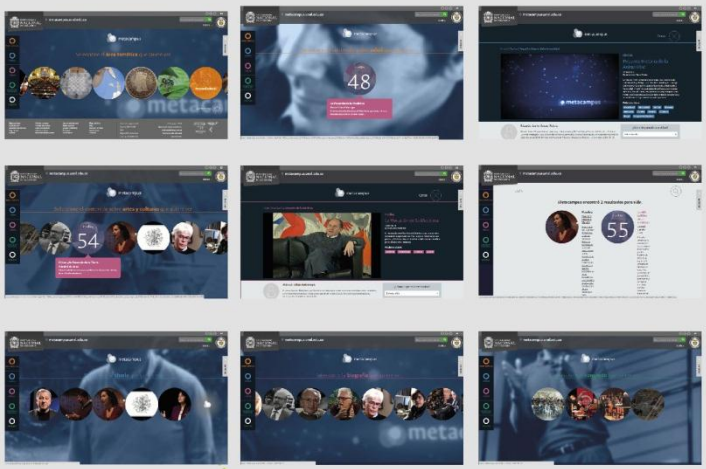
www.metacampus.unal.edu.co

Lanzamiento oficial: enero 2015

29 CHARLAS
2013: 14
2014: 15

20 BIOGRAFÍAS
2013: 13
2014: 7

12 CONCIERTOS
2013: 3
2014: 9



B•05

/ RUN 1687 - Fortalecimiento de la Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia.

PROYECTO FINALIZADO

Ejecución: 100%

Fecha de inicio: *16/09/2013*
Fecha de finalización: *31/12/2014*

Objetivo general: Fortalecer la interacción entre la Universidad Nacional de Colombia y la sociedad colombiana a partir del fortalecimiento de las estaciones y actividades de comunicación radiofónica existentes en Bogotá, Medellín y Manizales, y del análisis de viabilidad para estaciones de radio en las sedes Amazonía, Orinoquía y Caribe.

••• **Objetivo 1:** Fortalecer tecnológicamente las emisoras de Bogotá y Medellín, y el Centro de Producción de Manizales para que ellos constituyan el fundamento y soporte de un proyecto radiofónico a nivel nacional – RED RUN.

// **Meta 1.1:** Adquisición de 10 licencias para edición de audio; 2 híbridos telefónicos, 2 tarjetas de audio (interfaces); 2 grabadoras digitales para periodista, 5 audífonos, 5 micrófonos, 1 Blade para micrófonos, 1 Interfaz controladora de luces para estudio y 1 reproductor de discos compactos para UN Radio Bogotá.
// **Meta 1.2.** Adquisición de 5 licencias para edición de audio; 1 interfaz controladora de luces para estudio, 2 híbridos telefónicos, 2 tarjetas de audio (interfaces); 2 grabadoras digitales para periodista, 2 audífonos para UN Radio Medellín.
// **Meta 1.3.** Adquisición de 1 hibrido telefónico, 1 tarjeta de audio y 1 grabadora digital tipo periodista para el componente de UN Radio en Manizales.
// **Meta 1.4:** Instalación de un transmisor en FM de 1 kilovatio, de una consola digital de audio, de una antena tipo panel y de una antena para enlace en UN Radio Medellín.

// **Actividades (iguales para las 4 metas):**
1: Estudio de mercado y requerimientos
2: Invitación y selección proveedor
3: Adquisición e instalación

Para adelantar las metas desde la Oficina de Producción y Realización Radiofónica OPRR se adelantaron las actividades de estudio de mercado, invitación, selección del proveedor y compra de los elementos necesario para mejorar la infraestructura técnica de UN Radio Bogotá, UN Radio Medellín y del estudio de producción en Manizales.

••• ***Objetivo 2:*** Elaborar un estudio de viabilidad para la implementación de un proyecto radiofónico para las sedes Amazonia, Orinoquia y Caribe.

// ***Meta 2.1.*** En el primer semestre de 2014 contar con el estudio de viabilidad para la implementación de un proyecto radiofónico para las sedes Amazonia, Orinoquia y Caribe.

// ***Actividades:***
2.1.1: Consulta de documentación técnica y administrativa
2.1.2: Elaboración del ante-proyecto
2.1.3: Socialización y ajustes del ante-proyecto.
2.1.4: Elaboración del documento final del ante-proyecto

Para llevar a cabo el objetivo 2 se realizó la revisión de la documentación técnica y administrativa, la elaboración del proyecto para presentar ante el Sistema General de Regalías, el estudio de viabilidad de la Red Radiofónica de la Universidad. Se socializó con los directores de Sede de Presencia Nacional (2014.03.17) y con Vicerrectoría

(2014.03.31). Se realizó la escritura conceptual del ante-proyecto, cuadro de objetivos y actividades, cuadro de presupuesto y diagramas de problemas y objetivos.
En este momento se encuentra una versión registrada en el sistema Hermes. Adicionalmente, se realizó la revisión del primer estudio y se elaboró una segunda versión que está en proceso de registro, también en el Sistema Hermes, como actividad preliminar para ser presentado ante el Sistema General de Regalías. Para adelantar la revisión y ajustes al primer estudio se contrató a una profesional.

Red Radiofónica de la Universidad Nacional de Colombia

RUN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015

unimedios
unidad de medios de comunicación

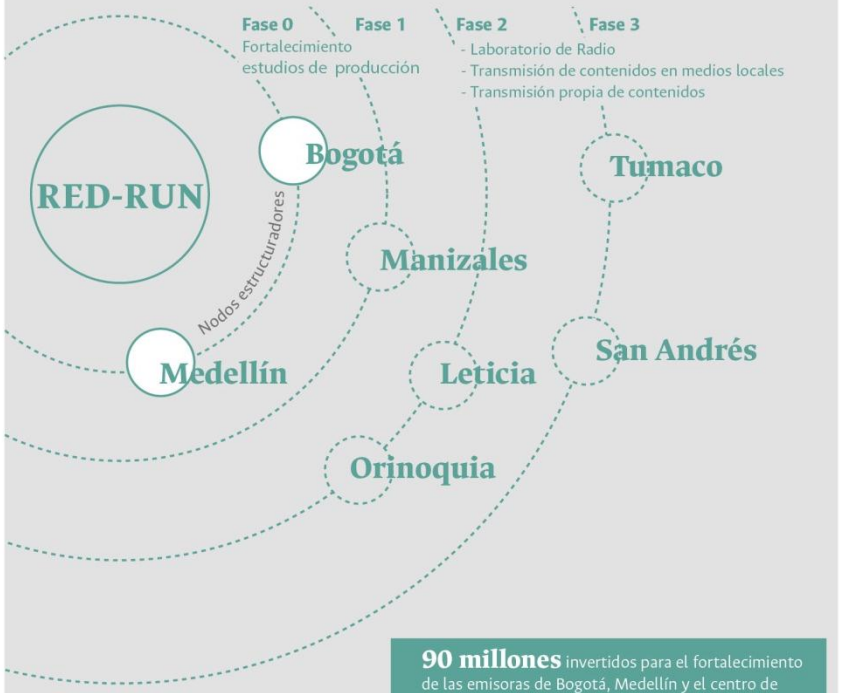
Proyecto P•03

RED RADIOFÓNICA

IMPACTO & RESULTADOS

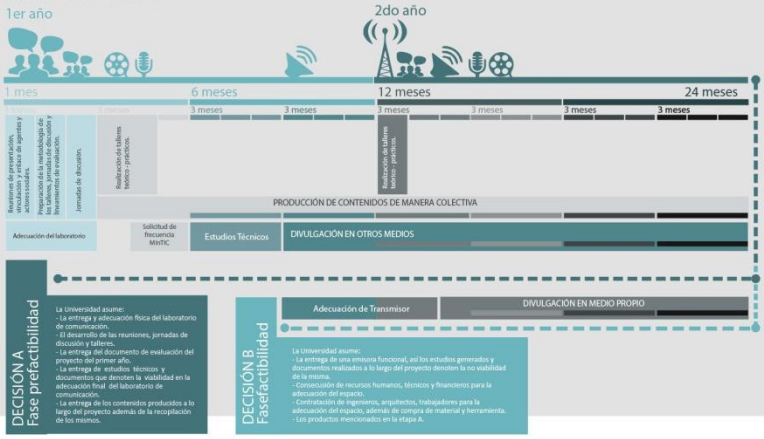
REFORMULACIÓN RED-RUN

- Apropiación social del conocimiento
- Participación ciudadana



90 millones invertidos para el fortalecimiento de las emisoras de Bogotá, Medellín y el centro de producción de Manizales.

LÍNEA DE TIEMPO



B • 06

/ *SCD 1688 - Sistema de Comunicación Digital de la Universidad Nacional de Colombia*

PROYECTO EN EJECUCIÓN

Ejecución: 83%

Fecha de inicio: *02/08/2013*
Fecha de finalización: *30/11/2015*

Objetivo General: Desarrollar un Sistema de Comunicación Digital, SCD, entendido como un conjunto de herramientas electrónicas de divulgación que permita una comunicación más efectiva de la Universidad con la comunidad universitaria y con el público en general; que logre mayor divulgación mediante el uso de dispositivos de información contemporáneos y entere tanto de los mensajes de interés institucional como de las distintas actividades y eventos que realiza la Universidad.

••• **Objetivo 1:** Actualizar el sistema de comunicación web de la Universidad y establecer lineamientos para garantizar una comunicación más efectiva con los diferentes públicos a los que se llega.

Metas 2014

// **Meta 1.3:** Adquisición de equipo de almacenamiento, servidor, tarjetas de conectividad e instalación física, eléctrica y lógica, para mejorar las condiciones de almacenamiento digital de Unimedios.

// **Meta 1.4:** Poner en funcionamiento la herramienta para la administración de la página principal y las plantillas web, articulando diseño, aplicación y equipo de almacenamiento para el I-2014.

La compra de equipos estuvo sujeta a la estructura general de la tecnología implementada y a implementar en la Oficina de Tecnología de la Sede Bogotá debido a que los servicios que se pusieron en marcha son de nivel nacional. Se realizaron los estudios para definir los requerimientos de los equipos a adquirir como Solución de servidores, Adquisición de encoders y Solución de almacenamiento. Se adquirió:

- 1 Blade de 8 compartimientos
- 2 Servidores que se encuentran en el centro de cómputo principal.
- 1 equipo de almacenamiento con 37 teras efectivas para almacenar los proyectos del Sistema de Comunicación Digital.
- Equipos para la actualización de la contribución y emisión del canal prisma tv en los proyectos del Sistema de Comujnicación Digital.
- 1 equipo MAC para edición de videos
- Licencias de publicación de aplicaciones para los store de IOS y ANDROID.

Posterior a las pruebas técnicas, se puso en funcionamiento desde el 17 de marzo de 2014 la nueva página principal de http://unal.edu.co. Se realizó la prueba de cardsorting para la definición de campos de la página principal http://168.176.56.213/cardsorting, la Prueba de stress con herramientas de evaluación comparativas (AB) y Se realizaron las pruebas de usabilidad. La versión beta culmino el 22 de abril 2014. Junto con la página principal salen los repositorios de formación académica http://programasacademicos.unal.edu.co/ y redes sociales http://redessociales.unal.edu.co/.

Se realizan micro talleres de imagen con los fotógrafos y web máster de la página principal para garantiza r la calidad de la comunicación en la página principal.

Se desarrollaron las siguientes herramientas:

- http://www.plantillasweb.unal.edu.co/
- http://identidad.unal.edu.co/guia-web/a-referentes-y-lineamientos/

••• **Objetivo 2:** Permitir a la sociedad en general y a la comunidad interna la consulta unificada de los eventos académicos y culturales que organiza la Universidad

// **Meta 2.1**: Creación del diseño para la agenda unificada equipos de escritorio para el II-2014.

// **Meta 2.2:** Poner en funcionamiento la herramienta web de la agenda unificada, articulando diseño, aplicación y equipo de almacenamiento para el II-2014.

Se puso en funcionamiento la Agenda Unifica Nacional de Eventos – Circular, se definió el "Flujo de la aplicación de la agenda Unificada" y el "Flujo de la agenda unificada". Se realizaron cuatro versiones de diseños para la agenda unificada. Se desarrolló el sistema de información en Typo3 y se administra circular.unal.edu.co/typo3. Se ajustaron los diseños para encontrar la mejor usabilidad en las tres formas de presentación del sistema de información (PC - Tablet y móvil) y se definieron filtros de búsqueda (fecha-área temática - eventos - cursos y diplomados).

Se realizó el afinamiento de la herramienta con el hardware y ya se encuentra en funcionamiento en la página principal, en el componente de agenda nacional de eventos. Se realizaron adecuaciones de mejora para que funcione igualmente en dispositivos móviles y tablets cumpliendo con los lineamientos web de identidad.unal.edu.co. Igualmente se elaboró un aplicativo en iOS (iPhone y iPad), se tramitaron las homolograciones ante Apple y se convirtió en la primera aplicación móvil de la Universidad que se puede descargar desde la Tienda de Apple.

Se realizó inclusión de información, asesoría , capacitación y socialización a las siguientes áreas de la Universidad Sede Manizales: Secretaria de Sede, Facultad de Administración, Ingeniería, Ciencias, OTIC, Planeación, Bienestar, Unimedios, Sede Medellín: Facultad de Minas, Vicerrectoría, Unimedios, Sede Palmira: OTIC, Unimedios, Sede Caribe: Dirección, Sede Bogotá: OTIC, Secretaria de Sede, facultad de Medicina, Facultad de Veterinaria y de Zootecnia, Facultad de Artes, Bienestar, Planeación, Dirección Nacional de Personal, se continuará en el proceso de socialización con las demás dependencias.

Las pruebas se realizaron satisfactoriamente desde todo tipo de dispositivos como computadores PC y Apple, navegadores Chrome, Mozilla firefox e Internet explorer, telefónos móviles con sistema iOS (iPhone) y Android y dispositivos tipo Tablet con sistema iOS (iPad) y Android. Se tomaron datos reales de los eventos de la Universidad proporcionados por las programaciones semanales de la sede Bogota y de Bienestar Sede.

Se realizó seguimiento a través de los insumos como son boletines enviados por postmaster, página web de las sedes e imagen institucional de Unimedios. Este seguimiento se mantendrá de manera constante para garantizar el buen uso y la centralización de los eventos en la agenda.

La agenda unificada implementada se puede consultar en la dirección web www.circular.unal.edu.co.

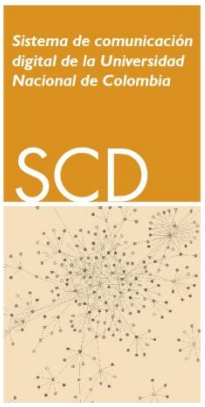
••• **Objetivo 3**: Generar un canal de divulgación de mensajes y campañas institucionales de tal manera que se contribuya al mejoramiento de la comunicación de la Institución con los diferentes públicos.

// **Meta 3.1:** Definir el flujo y soluciones informáticas
// **Meta 3.2:** Compra del aplicativo para las carteleras digitales y de discos duros para apoyar el equipo de almacenamiento.
// **Meta 3.3:** Entrega del diseño gráfico para las carteleras digitales el I-2015.
// **Meta 3.4:** Poner en funcionamiento la herramienta web de las carteleras digitales, articulando diseño, aplicación y equipo de almacenamiento para el II-2014.

Se realizó un esquema base de la metodología para realizar la captura de la información a través de las fuentes. Se definieron las distancias mínimas y máximas y los tamaños de pantalla recomendados para la ubicación en los puntos críticos de tránsito.

Se estableció la guía de carteleras que se encuentra en http://identidad.unal.edu.co/carteleras-digitales/b-guia-carteleras-digitales/b1-plantilla-carteleras-digitales/

Para la compra del aplicativo para las carteleras digitales, se realizaron estudios mercados pero los "players" que nos ofrecían eran propietarios de las marcas. Los players no cumplieron conmpletamente con lo requerido. Por lo anterior optó por personalizar la herramienta XIBO para que se pudiera cumplir con la estructura de contenidos. XIBO, es una herramienta libre. Esta herramienta es la implementada para los monitores nuevos de las carteleras digitales. Se concluyó que para la carteleras digitales se trabajará con una plantilla dinámica que tiene varias regiones y se explican en http://identidad.unal.edu.co/carteleras-digitales/b-guia-carteleras-digitales/b2-software-a-utilizar/ . Se compró el equipo para su funcionamiento con 37 teras.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

PLAN GLOBAL DE DESARROLLO 2013 - 2015

unimedios
unidad de medios de comunicación
Proyecto P•04

SISTEMA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

IMPACTO & RESULTADOS

1. Rediseño página WEB

Implementación de la nueva página web de la UN
www.unal.edu.co

Repositorio de programas de pregrado y posgrado

Repositorio de redes sociales

Guías de identidad
www.identidad.unal.edu.co

2. Primer aplicativo movil y tablet de la Universidad Nacional

Implementación de la agenda nacional de eventos de la UN
www.circular.unal.edu.co

iOS
Aprobada

Android
En aprobación

3. Carteleras digitales

Diseño y desarrollo del sistema de información para las carteleras digitales de la UN

7 instaladas:
- Bienestar - Bogotá
- Palmira
- Manizales (2 demos)

Carteleras en proceso:
- Manizales
- Registro
- Artes
- Bienestar - Bogotá

C

/// *Informe de Medios*

C•01

/ *Oficina de Producción y Realización Radiofónica*

Responsable: Carlos Raigoso

Informe de Ejecución Técnica.

1.1 PROGRAMACIÓN. COMPOSICIÓN Y ALCANCES.

La programación de las emisoras de la Universidad se puede describir de la siguiente manera:

// POR TIPO DE CONTENIDOS

UN Radio Bogotá[2]

CONTENIDO	HORAS/SEMANA	%
Temático	18,5	11
De actualidad	26,5	16
Musicales	123	73
TOTAL	**168**	**100**

UN Radio Medellín[3]

CONTENIDO	HORAS/SEMANA	%
Temático	16	10
De actualidad	20	12
Musicales	132	78
TOTAL	**168**	**100**

UN Radio Web

CONTENIDO	HORAS/SEMANA	%
Temático	63	37.5
De actualidad	85	51
Musicales	20	11.5
TOTAL	**168**	**100**

// POR SU LUGAR DE PRODUCCIÓN

UN Radio Bogotá

PRODUCIDA EN	HORAS/SEMANA	%
Bogotá	130,5	77,7
Medellín	22,5	13,4
Externo	14,5	8,6
Manizales	0,5	0,3
TOTAL	**168**	**100**

UN Radio Medellín

PRODUCIDA EN	HORAS/SEMANA	%
Bogotá	67	40
Medellín	99	59
Externo	2	1
TOTAL	**168**	**100**

Programación UN Radio Web

PRODUCIDA EN	HORAS/SEMANA	%
Radio web	92	55
Bogotá	60	36
Medellín	12	7
Manizales	4	2
TOTAL	**168**	**100**

[2] Ver Anexo18. Tabla. Composición de la programación de UN Radio Bogotá

[3] Ver Anexo 19. Tabla. Composición de la programación de UN Radio Medellín.

// POR PRODUCCIÓN NUEVA (ANUAL)

UN Radio Bogotá

ACTUALIDAD		TEMÁTICOS		MUSICALES		TOTAL (HORAS)
Horas	%	Horas	%	Horas	%	4058
853	21	616	15,2	2589	63,80	(169 días, aprox.)

UN Radio Medellín

ACTUALIDAD		TEMÁTICOS		MUSICALES		TOTAL (HORAS)
Horas	%	Horas	%	Horas	%	1900,5
94,5	5	251,5	13,2	1554,5	81,8	(79 días, aprox.)

UN Radio Web

ACTUALIDAD		TEMÁTICOS		MUSICALES		TOTAL (HORAS)
Horas	%	Horas	%	Horas	%	84
60	71,42	22	26,19	2	2,38	

1.2 PROGRAMACIÓN DE ACTUALIDAD – UN ANÁLISIS Y LA NACIONAL CULTURAL

El análisis académico sobre aspectos coyunturales y estructurales de la vida contemporánea y la divulgación de las actividades académicas, investigativas y de extensión son objetivo de las emisoras de la Universidad y abordada en la programación denominada de *actualidad,* que fundamentalmente se desarrolla a través de los programas **UN Análisis** y **La Nacional Cultural**, y que presenta las siguientes características:

- Replicabilidad

Conformada por la importancia que otros medios le otorgan a las producciones de UN Radio y que son reproducidas por otros medios a nivel nacional e internacional de la siguiente manera:

MEDIO	NÚMERO DE RÉPLICAS	PORCENTAJE
Nacional	16	61%
Internacional	10	29%
Total	26	100%

- Perfiles de analistas e invitados

Registra algunas características de los invitados y panelistas que conforma en grupo de analistas que participan en el desarrollo de esta información. Se pueden caracterizar a partir de la siguiente información:

Por género

GÉNERO	NÚMERO DE ENTREVISTAS	PORCENTAJE
Femenino	650	22%
Masculino	2179	76%
Sin consultor o consultora	6	2%
Total	2835	100%

Por distribución geográfica

ORIGEN	ENTREVISTADOS - ENTREVISTADAS	PORCENTAJE
Internacional	745	26%
Nacional	1031	36%
Universidad Nacional	1059	38%
Total	2835	100%

Por filiación institucional

TIPO DE INSTITUCIONES	ENTREVISTADOS - ENTREVISTADAS	PORCENTAJE
Asociación	19	0.7%
Centro de Pensamiento	156	5.5%
Empresa Privada	42	1.5%
fuente oficial	15	0.6%

Fundación	43	1.5%
Gobierno	116	4%
Gremio	63	2%
Independiente	208	7%
Medios	51	1.8%
ONG	57	1.9%
Organismo Internacional	10	0.3%
Partido Político	66	2.3%
Sociedad Civil	57	1.9%
Universidad Privada	654	24%
Universidad Pública	1278	45%
Total	2.835	100%

Por Sedes de la Universidad Nacional de Colombia

SEDE	ENTREVISTADOS - ENTREVISTADAS	PORCENTAJE
Amazonia	0	0%
Bogotá	1020	86.4%
Caribe	3	0.2%
Manizales	44	3.7%
Medellín	91	8%
Nivel Nacional	15	1.2%
Pacífico	4	0.4%
Palmira	2	0.1%
Total	1179	100%

1.3 PRODUCTOS DERIVADOS

Por las características de la información radiofónica producida bajo la orientación *Actualidad* desde la OPRR se genera de manera regular una serie de subproductos para *Agencia de Noticias*.

Boletines producidos desde UN Radio para Agencia de Noticias

TIPO DE CUBRIMIENTO	CANTIDAD
En texto	66
En Audio	201
TOTAL	**267**

Adicionalmente y con el propósito de tener una información actualizada sobre diversas actividades en la ciudad (externos) y en el campus de la Universidad (internos) se adelanta una serie de cubrimientos de diferentes actividades. Entre ellos:

Cubrimientos UN Radio

TIPO DE CUBRIMIENTO	CANTIDAD
Interno	9
Externo	23
TOTAL	**32**

1.4 INTERACCIÓN CON LA SOCIEDAD

1. Interés público

   Dada su naturaleza jurídica, administrativa y conceptual las emisoras de la Universidad se comprometieron con la transmisión de diferentes eventos con marcada importancia para el país, algunos de ellos asociados con el Plan de Desarrollo de Unimedios y otros con entidades externas. Dentro de los más importantes se pueden señalar:

   - Transmisión Foro Alfonso López Pumarejo
   - Transmisión Debates UN. Candidatos al Congreso
   - Transmisión Debates UN. Candidatos a la presidencia
   - Transmisión Feria Internacional de Libro 2014
   - Transmisión Redición de cuentas Universidad Nacional de Colombia (por UN Radio Web)
   - Transmisión Debates UN. Orinoco: entre la ambición y las promesas
   - Transmisión Reconocimientos de la Convocatoria Comunica en Paz

- Transmisión Debates UN. Ciencia e innovación ¿Para qué modelo de país?
- Transmisión Debates UN. Concepto de Universidad (desde Manizales)
- Transmisión para Bogotá y Medellín del 7º Foro Urbano Mundial WUF7 UN-HABITAT. Medellín. 2014.
- Transmisión para Bogotá y Medellín de la Fiesta del Libro y de la Cultura de Medellín 2014.

Adicionalmente, la OPRR continuó con la realización de diferentes intercambios publicitarios que fortalecen la presencia institucional de las emisoras de la Universidad a la vez que apoya las actividades de diferentes agentes culturales en las ciudades en donde las emisoras funcionan (Bogotá y Medellín). Estos se pueden sintetizar de la siguiente manera[4]:

NÚMERO DE ACUERDOS LOGRADOS	VALOR DE LOS INTERCAMBIOS	DURACIÓN (SEG.)	IMPACTOS	TIEMPO AL AIRE (SEGUNDOS)
16	$ 53.113.280,00	484	95	38.607

2. Respuesta y participación de los oyentes

Como respuesta a la producción y circulación de contenidos a través de las emisoras de la Universidad se recibieron diferentes respuestas a través de diferentes medios electrónicos de comunicación que brindan una idea sobre la recepción de contenidos y su valoración:

- Correos electrónicos recibidos[5]

FELICITACIONES	QUEJAS	SUGERENCIAS	INQUIETUDES / SOLICITUDES GENERALES	TOTAL
81	3	4	67	155

La respuesta a la programación también se puede apreciar por la participación de los oyentes en redes sociales (*Facebook* y *Twitter)*.

- Facebook

TIPO DE PROGRAMAS	CANTIDAD DE PROGRAMAS	NO. AMIGOS Y/O SEGUIDORES
Musicales Bogotá[6]	14	19417
Musicales Medellín[7]	7	**8983**
Temáticos Bogotá [8]	7	4350
Temáticos Medellín	1	463
De actualidad (UN Análisis)	1	3.301
TOTAL	**18**	**32191**

- Twitter

TIPO DE PROGRAMAS	CANTIDAD DE PROGRAMAS	NO. AMIGOS Y/O SEGUIDORES
Musicales Bogotá[9]	5	1497
Musicales Medellín[10]	5	5767
Temáticos Bogotá[11]	1	276
De actualidad (UN Análisis)	1	2940
UN Radio Medellín	General	3029
TOTAL	**13**	**9934**

Las actividades de distribución de contenidos (transmisión de programas) se han extendido a otras estaciones de radio.[12] En el momento se retransmiten dos programas en ciudades nacionales diferentes de Bogotá y Medellín, y dos programas en otros países (*UN Análisis* en Asunción, Paraguay y *Libros al aire* en Madrid, España).

[4] Ver Anexo 20. Tabla - Intercambios publicitarios (Canjes y promociones patrocinadas)
[5] Ver Anexo 21. Tabla - Correos electrónicos recibidos
[6] Ver Anexo 22. Tabla - Seguidores en Facebook Programas Musicales en Bogotá
[7] Ver Anexo 23. Tabla - Seguidores en Facebook Programas Musicales en Medellín
[8] Ver Anexo 24. Tabla - Seguidores en Facebook Programas Temáticos en Bogotá
[9] Ver Anexo 25. Tabla - Seguidores en Twitter Programas Musicales en Bogotá
[10] Ver Anexo 26. Tabla - Seguidores en Twitter Programas Musicales en Medellín
[11] Ver Anexo 27. Tabla - Seguidores en Twitter Programas Temáticos en Bogotá

1.5 INTEGRACIÓN CON LAS SEDES

Con este propósito se adelantaron las siguientes actividades con las sedes de Medellín y Manizales de la Universidad:

a. Inclusión en la programación de UN Radio Bogotá de un programa sobre investigación (La UN Investiga) adelantada en la sede de Medellín
b. Transmisión de UN Análisis desde Medellín, del 07 al 15 de abril
c. Inclusión en la programación de UN Radio Bogotá de un programa sobre análisis crítico de medios (Enfoque) adelantada en la sede de Medellín.
d. Inclusión en la programación de UN Radio Bogotá de un programa sobre músicas nacionales (Revista Música) adelantada en la sede Medellín.
e. Continuidad a un (1) programa semanal en UN Radio Bogotá de un programa de investigación adelantada en la sede de Manizales (Puertas Abiertas).
f. Grabación y emisión a través de UN Radio Web conferencias realizadas en Manizales.

1.6 LA ACADEMIA Y LA UNIVERSIDAD EN UN RADIO

Son diversas las iniciativas que vinculan a UN Radio con diferentes entidades de la Universidad. Entre ellos:

1. Proyectos radiofónicos orientados por diferentes agentes de la Universidad

Conformados por la dirección y participación de profesores, unidades académicas, administrativas, y estudiantes de la Universidad[13]. Esta participación se puede resumir así:

TIPO DE PROGRAMA	NO. DE AGENTES
Temático	13
Musical	2
De actualidad	5
Clips	1
TOTAL	21

2. Difusión y promoción institucional

El apoyo en la **difusión** y **promoción** de las actividades académicas, investigativas y culturales que se adelantan en la Universidad se realiza a través de la producción y emisión de piezas radiofónicas (cuñas)[14]. Los siguientes datos reflejan este compromiso:

NO. DE PROMOCIONES (CUÑAS) PRODUCIDAS	NO. DE EMISIONES (IMPACTOS)	TIEMPO AL AIRE (SEGUNDOS)	COSTO ESTIMADO DE EMISIÓN ($)[15]
65	3363	166084	$50.445.000

En ese sentido, la publicidad efectiva que se ha adelantado desde la Universidad y para la sociedad en general equivale a 50.445.000 pesos.

3. Campañas radiofónicas

Con el propósito de resaltar y fortalecer algunos valores de la Universidad, e impulsar otros, la OPRR ha participado en la divulgación de dos campañas institucionales Cada una de ellas estuvo compuesta por un conjunto de clips radiofónicos que se emitieron a lo largo de la programación durante el presente año.

CAMPAÑA	NO. DE CLIPS
Orgullo UN	38
Exprésate bien, comunícate mejor.	4

[12] Ver Anexo 28. Tabla - Programas emitidos en otras Estaciones de Radio
[13] Ver Anexo 29. Tabla - Proyectos radiofónicos orientados por diferentes agentes de la Universidad
[14] Ver Anexo 30. Tabla - Difusión y promoción institucional
[15] Valor estimado tomando como base un costo de 15.000 pesos por impacto (emisión de una cuña una vez), precios que están por debajo de los costos comerciales y que algunas emisoras culturales aplican, sin incluir el costo de producción.

1.7 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

La actividad de las emisoras de la Universidad durante el presente año ha sido merecedora de dos reconocimientos:

i. Su inclusión como uno de los medios de comunicación radiofónica consultados por los líderes de opinión, según el VI panel de Opinión, realizado por la firma CIFRAS Y CONCEPTOS.
ii. Premio Nacional al Periodismo Agropecuario SAC, 2014. para UN Análisis.

2 Informe de ejecución administrativa

El Desarrollo de la actividad de la emisora contó con funcionarios de planta y personas y entidades contratadas por órdenes de servicio.

TOTAL CONTRATACIONES PERSONAS JURÍDICAS Y NATURALES	
Total contratistas al finalizar el año - Servicios técnicos y profesionales	22
Total empresas - Mantenimiento	4

3 Informe de ejecución financiera.

TOTAL VALOR CONTRATACIÓN EN UN RADIO	
Total contratistas (Periodistas, realizadores, productores)	378.873.955
Total Mantenimientos (Transmisores, Aires Acondicionados y Antenas)	30.263.799
Total ATI Transporte	21.000.000
Total aseo el cerro (Materiales y suministros)	1.787.295
TOTAL	**$ 431.925.049**

C•02

/ *Oficina de Producción y Realización Audiovisual*

Responsable: Liseth Sayago

Informe de Ejecución Técnica.

1.1 IMAGEN UN

El primer campo corresponde al fortalecimiento de la imagen de la Universidad Nacional de Colombia en medios de comunicación, a nivel interno y externo, a través de las siguientes acciones:

- Realización de 680 clips informativos que apoyan los boletines diarios de la Agencia de Noticias de la Universidad Nacional de Colombia
- Grabación de la Rendición de Cuentas Nivel Nacional 2013, y *streaming* del evento por el canal Prisma TV
- Transmisión de eventos académicos, como los Doctorados Honoris Causa, los eventos culturales realizados en el Auditorio León de Greiff y los Foros Académicos.
- Grabación de la Rendición de Cuentas Sede Bogotá 2013, y *streaming* del evento por el canal Prisma TV

De igual manera, OPRA prestó asesoría en los procesos de realización de distintos productos para las dependencias y facultades de la Universidad Nacional, dándole solución a requerimientos específicos en cuanto a la grabación de charlas, entrevistas y clases magistrales. A través de la generación de Autorizaciones de Transferencia Interna, ATIs, con diversas facultades, departamentos y dependencias de la Universidad, se realizaron productos audiovisuales de gran interés tanto para la comunidad académica como para el público general.

1.2 CANAL PRISMA TV/GENERACIÓN DE CONTENIDOS

En un segundo gran campo de acción, OPRA enfocó sus esfuerzos en el enriquecimiento de la parrilla de programación del canal *web* Prisma TV, con la realización de 15 series originales sobre arte, opinión, investigación científica y social, para un total de 173 capítulos. Seis de las series fueron producidas desde las sedes de Manizales y Medellín, y las otras desde el centro de producción en Bogotá. Además se realizó un convenio de programación con el Ministerio de Cultura para incorporar la serie "Cultura al Aire" a la parrilla de programación del canal.

1.3 SINERGIA UNIMEDIOS

El cuarto campo estuvo relacionado con el trabajo en conjunto con las distintas oficinas de Unimedios. Se realizaron especiales sinérgicos alrededor de temas específicos con los productos de los distintos medios. A través del Boletín UN se promocionaron series radiales, audiovisuales y escritas para todo la comunidad universitaria y publico externo, y a través de la Agencia de Noticias y UN Radio se difundió el Boletín de Estrenos de Programación de Prisma para buscar captar sus audiencias. Además se ajustaron y perfeccionaron los protocolos para la transmisión de eventos, de modo que todas las oficinas estuvieron involucradas y actuaran según una estrategia de trabajo conjunto.

La convocatoria "Comunica en paz", fue un trabajo que reunió el esfuerzo de todas las oficinas, en el cual se vio reflejado la experiencia y calidad de cada uno de los productos que se realizaron.

1.4 UNIMEDIOS TV: PROYECTO MULTISEDE

El quinto campo de trabajo se encaminó al fortalecimiento de la producción en las distintas sedes de la Universidad. Para esto, la Oficina principal de la sede Bogotá de la Universidad, realizó un acompañamiento continuo a las sedes de Medellín y Manizales. Así, nuestros realizadores radicados en dichas sedes, produjeron series audiovisuales para el Canal Prisma TV, reportajes para la Agencia de Noticias, y diversos productos propios a las necesidades institucionales que les eran requeridas por otras dependencias y vicerrectorías en cada ciudad.

Entre el 28 de enero y el 7 de febrero de 2014 periodistas y realizadores audiovisuales de las oficinas de enlace de las sedes de Medellín y Manizales, además de la oficina principal de Bogotá, participaron en el curso "Apropiación social de la ciencia, la tecnología y la innovación", en el marco de la Escuela Internacional 2014, organizada por la Dirección Académica de la Vicerrectoría de Sede de la sede Bogotá de la Universidad Nacional.

OPRA realizó el *spot* publicitario de la campaña "Tenemos que hablar" de la Vicerrectoría de Sede (Bogotá), al igual que el *spot* para carteleras digitales de la campaña "Reciclaje" adelantada por la Dirección de Bienestar Universitario.

Se generó una estrategia conjunta entre las sedes de OPRA de Bogotá, Medellín y Manizales para el cubrimiento y desarrollo de la séptima versión del Foro Urbano Mundial (WUF7) liderado por la Organización de Naciones Unidas, que se realizó del 5 al 11 de abril en Medellín. Dentro de esta iniciativa se diseñó y se produjo una serie de productos audiovisuales bajo el título "Conocimiento y acción por la vida, la equidad y los derechos territoriales."

Junto al Departamento de Biología se realizo un desplazamiento a el Guaviare, en donde se realizó la grabación del trabajo de campo que los estudiantes realicen cada semestre, de este viaje se realizan actualmente la serie "Reino Animal", el documental "Taxonomia Animal" y el video Playa Güio Guaviare: La naturaleza como opción de vida.

Con el Departamento de Filosofía se adelantó la grabación de los cursos virtuales de Filosofía que servirán de apoyo a las actividades de los docentes que trabajan en regiones apartadas del país.

1.5 CONTENIDOS AUDIOVISUALES REALIZADOS EN EL MARCO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Con el acompañamiento del Ministerio de Cultura, Unimedios diseñó y realizó la convocatoria nacional de contenidos audiovisuales y radiofónicos "Comunica en Paz". Esta convocatoria, que contó con una amplia acogida y tuvo cerca de cuatrocientos participantes de todo el país, fue lanzada en el marco de un eventual posconflicto derivado de los diálogos de paz de La Habana, y contó con la asesoría del Centro de Pensamiento y Seguimiento a los Diálogos de Paz de la Universidad Nacional de Colombia.

En el marco de una estrategia de comunicación para la Facultad de Imongeniería de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, se realizaron dos series audiovisuales dirigidas a público juvenil: "Andrea y la ingeniería" e "Ingenios"; el capítulo piloto de la serie radiofónica "Frecuencia Ingeniería", capítulo que fue presentado ante el comité de programación de la emisora UN Radio con miras a su realización durante el año 2015; un video para la reinauguración del Edificio Insignia Julio Garavito Armero (antes Edificio 401); un video institucional de la Facultad; y videos promocionales de las series.

En asocio con la Facultad de Medicina, se realizaron 16 capítulos correspondientes a las temporadas tercera y cuarta de la serie "Estación Salud", que se emite por el Canal Institucional.

OPRA realizó un video para el lanzamiento del "Acuerdo por lo Superior 2034" del Ministerio de Educación Nacional.

En asocio con el Centro de Pensamiento y Seguimiento a los diálogos de paz se produjo el docuweb "¿Por qué una salida negociada al conflicto armado interno?"

OPRA coprodujo el documental "Casa Vacía" en alianza con el Grupo de Investigación "Comunicación Visual" del Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECO-Comunicación Visual.

Cátedras de Sede y Cursos Escuela Internacional 2014, Dirección Académica (Bogotá)

Durante el año 2014 la oficina de Producción y Realización audiovisual grabó y editó 130 sesiones de cátedras y 65 sesiones de cursos para la Dirección Académica de la Universidad Nacional Sede Bogotá, para un total de 195 sesiones. (ver anexo 31)

1.6 CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA PLAN GLOBAL DE DESARROLLO

En el marco del Plan Global de Desarrollo 2013-2015 de la Universidad Nacional de Colombia, se realizaron 10 videos para el proyecto "Debates y Repositorio Digital de la Universidad Nacional de Colombia". Los videos de "Debates" fueron transmitidos vía *streaming* a través del canal *web* Prisma TV y hacen parte de la página www.debates.unal.edu.co, que es administrada por Unimedios. Asimismo se realizaron tres series audiovisuales que alimentarán el repositorio digital Metacampus (www.metacampus.unal.edu.co): Charlas (16 cap), Huellas (7 cap) y Conciertos/Audiciones.

En el proyecto Campañas Institucionales, la Oficina de Producción y Realización Audiovisual diseñó y produjo tres videos correspondientes a la serie "La UN Transforma Vidas": Lagos de Yahuarcaca, Amazonas; Prótesis de Mano;

y Luis Alfonso Lezcano. Asimismo se diseñó y se produjo el comercial institucional para el Código Cívico "Universidad Nacional de Colombia: Patrimonio de Todos."

OPRA también participó en la Campaña Institucional "Exprésate bien, comunícate mejor", junto al Departamento de Lingüística, a través de dos series audiovisuales: "Detrás de las Palabras" y "Hablan las Palabras", cada una de cuatro capítulos.

Serie "Detrás de las Palabras":

- capítulo 1, referencia: aprendiente
- capítulo 2, referencia: corregidor
- capítulo 3, referencia: tocayo
- capítulo 4, referencia: propina

Serie "Hablan las Palabras":

- capítulo 1, referencia: imprimido/impreso
- capítulo 2, referencia: aplicar/aplicación (anglicismos)
- capítulo 3, referencia: palabras con doble escritura
- capítulo 4, referencia: muletilla

En el proyecto Debates la oficina de Producción y Realización Audiovisual realizo las siguientes grabaciones:

DEBATES					
Nombre	**Sesión**	**Fecha**	**VTR**	**Spot**	**Transmisión**
Orinoco: Entre ambiciones y promesas	Sesión 1	JUNIO	SI		si
¿De qué Pacífico Hablamos?	Sesión 1		SI		si
¿De qué Pacífico Hablamos?	Sesión 2		SI		si
De qué Pacífico Hablamos	Sesión 3		SI		si
De qué Pacífico Hablamos	Sesión 4		SI		si
Acuerdos y Desacuerdos en lo Superior	sesión 1	SEPTIEMBRE	SI		si
Ciencia e Innovación ¿Para qué modelo de país?	Sesión 2	OCTUBRE	SI		si
Autonomía y libertad de cátedra	Sesión 3	OCTUBRE	SI		si
Concepto de Universidad	Sesión 4	OCTUBRE	SI		si
Lo público y lo privado	Sesión 5	NOVIEMBRE	SI		no

1.7 PROYECTO: CONVOCATORIA COMUNICA EN PAZ

El desarrollo del proyecto se estructuró en siete etapas: Planeación, Promoción, Producción, Edición, Evaluación, premiación y Difusión y circulación.

Planeación (Diseño y Organización)
En esta etapa se realizaron las contrataciones necesarias para definir los términos de referencia de la convocatoria; la coordinación de los cronogramas de producción; y el diseño e implementación la plataforma informática para la promoción del evento e inscripción de participantes y recepción de piezas, orientada a garantizar la cobertura y participación nacional. De igual manera, se estructuró la unidad gráfica asociada tanto al sitio en internet como a las piezas promocionales.

Promoción
Se realizaron las contrataciones inicialmente planteadas para la difusión de la convocatoria a través de prensa nacional y regional, y de emisoras universitarias. Allí se incluyeron las actividades de difusión y circulación de las piezas seleccionadas.
En trabajo conjunto con el Ministerio de Cultura se estableció una agenda de trabajo para divulgar la iniciativa, a partir de una estrategia de comunicación que incluyó redes sociales, *free press*, *mailings*, entrevistas de los directivos de la Universidad Nacional y del Ministerio, acercamiento a socios estratégicos (Reconciliación Colombia, emisoras comunitarias, Cinemateca Distrital, Canales comunitarios, facultades de comunicación), envío de material impreso y presencia en diferentes eventos de carácter nacional.

Producción

Se realizaron los productos comunicativos para invitar a la ciudadanía a participar en la convocatoria. Estos fueron diseñados tanto para el entorno web como para medios de comunicación analógica. Allí se elaboraron cuñas radiofónicas y videos promocionales con el concurso de conocidas figuras de la academia, el arte y el deporte.
Durante esta fase se recibieron las piezas de los participantes tanto en físico como a través de la plataforma que se adecuó para este fin. Además, se atendieron y respondieron las diferentes preguntas formuladas por las ciudadanas y ciudadanos participantes.
Una vez consolidado el material y conocida la alta participación regional y nacional se consideró, junto con el Ministerio de Cultura, la necesidad de establecer dos grupos de jurados para realizar la valoración de las piezas participantes y se definieron los jurados.

Edición
A partir de las inscripciones realizadas se adelantó la revisión administrativa del material y documentos recibidos con el fin de garantizar el cumplimiento de los parámetros establecidos por la convocatoria. Dentro de este proceso se atendieron diferentes inquietudes manifestadas por los participantes.
Aquellas inscripciones que cumplieron con estos lineamientos pasaron a un proceso de alistamiento técnico, previo al envío para el proceso de preselección y evaluación final por parte de los dos grupos de jurados que se constituyeron.

Evaluación
Para el proceso de evaluación se diseñó una matriz por cada modalidad que contemplara los criterios de evaluación planteados en la convocatoria y que se tuvieron en cuenta para la valoración de cada pieza. El proceso de evaluación se desarrolló en dos etapas.
En la primera etapa de evaluación se contó con la participación de expertos profesionales en el campo de la radio, la televisión y la cultura, vinculados mediante resolución y encargados de definir un máximo de dieciocho (18) piezas que pasarían a un segundo proceso de evaluación final. Esta actividad se llevó a cabo los días 12 y 13 de junio de 2014. Para tal fin se adecuaron espacios audiovisuales en las instalaciones de UN Televisión y UN Radio. Como resultado de este proceso se definieron 17 piezas de video y 16 de audio.
Para adelantar el segundo proceso de evaluación se conformó un jurado, también mediante resolución, con reconocida trayectoria en el ámbito cultural, político y académico. A partir de las piezas seleccionadas se definieron aquellas que se consideraron merecedoras de reconocimiento económico y suplentes, en cada categoría y modalidad (la excepción se presentó en la modalidad de Audio, categoría Expertos/Profesionales, que fue declarada desierta).

Premiación
Para hacer un reconocimiento público a las piezas seleccionadas y a sus autores la Universidad Nacional de Colombia-Unimedios realizó un evento que contempló el diseño y circulación de invitaciones a diferentes autoridades de la Universidad, del Ministerio y de otras organizaciones académicas y culturales; la producción de piezas promocionales; la elaboración piezas audiovisuales resumen para ser presentadas durante la transmisión en directo; la participación de diferentes artistas nacionales; la elaboración conjunta de un guión; la proyección y audición de las piezas seleccionadas y un servicio de *catering*.
Durante el evento se entregaron diplomas de reconocimiento tanto a las piezas seleccionadas como a las ganadoras.
El evento se transmitió vía *streaming* por Prisma TV y por la página web del Ministerio de Cultura, y por UN Radio, y tuvo lugar en el auditorio Alfonso López Pumarejo de la Universidad Nacional de Colombia. El registro audiovisual puede ser consultado en http://www.prismatv.unal.edu.co/nc/detalle-serie/detalle-programa/article/evento-de-entrega-de-reconocimientos.html

Difusión y Circulación
El plan de difusión de las piezas preseleccionadas se desarrolló teniendo en cuenta lo indicado en el Convenio 569, firmado entre el Ministerio de Cultura y la Universidad Nacional de Colombia. Su desarrollo obedeció a una acción coordinada entre las dos instituciones.

En ese sentido, la difusión de las piezas de audio incluyó su emisión por la emisora de la Universidad Nacional de Colombia UN Radio, en los diales 98.5 FM en la ciudad de Bogotá, 100.4 FM en Medellín, y en UN RADIO WEB, www.unradio.unal.edu.co ; el envío de las piezas a RCN, Caracol (dos de los medios que se incorporaron al proceso de difusión), RECONCILIACIÓN COLOMBIA y RTVC; y la transmisión de las 16 piezas de audio por 32 emisoras de la Red de Radio Universitaria en todo el país.

Las 16 piezas de video se han incorporado en la parrilla de programación del canal *web* de la Universidad Nacional de Colombia http://www.prismatv.unal.edu.co/; se enviaron a RECONCILIACIÓN COLOMBIA y a múltiples canales regionales, comunitarios y públicos, actividad coordinada con el Ministerio de Cultura.

Es importante indicar que tanto las piezas de audio como las de video son consultables en los portales de UN Radio, http://www.unradio.unal.edu.co/nc/clips/cat/clips-radiales.html y de Prisma TV, http://www.prismatv.unal.edu.co/nc/detalle-serie/detalle-programa/article/yo-creo-la-paz-pieza-seleccionada-comunica-en-paz.html hasta el 31 de diciembre de 2014.

DATOS Y VALORACIÓN GENERAL
CONVOCATORIA
COMUNICA EN PAZ 2014
Número total de inscritos: 391
Número total por modalidad:
Audio: 177
Video: 214
Rechazados:
Audio: 44
Video: 82
Aceptados totales:
Audio: 133
Video: 132
Aceptados por categoría:
Audio Aficionados: 72
Audio Grupos: 22
Audio Expertos: 39
Video Aficionado: 68
Video Grupos: 21
Video Expertos: 43

Preselección:
Audio: 16
Video: 17

Reconocimientos
En la modalidad de audio:
-la categoría expertos/profesionales fue declarada desierta por los miembros del jurado
-categoría aficionados se hizo entrega de **dos** reconocimientos:
Alejandro Rodas Martínez, con su trabajo "Escape A La Paz".
Manuel Alejandro Henao Garzón, con su trabajo "¿A Qué Te Suena La Paz?".
-categoría grupos, el seleccionado fue el Colectivo Radial Y Cultural "Localízate", con su trabajo "La Paz Se Juega Y Se Toma De La Mano".

En la modalidad de video:
-categoría aficionados, la ganadora fue María Victoria Olaya, con su trabajo "¿Cómo Veo La Paz?".
-categoría expertos/profesionales, el ganador fue René Castellanos, con su trabajo "Yo Creo La Paz".
-categoría grupos, el ganador fue Visual Sónica, con su trabajo "Construyendo Paz".

Consideraciones generales sobre la convocatoria
En primer lugar, se resalta que la iniciativa tuvo una importante participación de la ciudadanía y logró llegar a muchas regiones del país. En ese sentido, la convocatoria cumplió con las expectativas de la Universidad Nacional en cuanto logró acceder a espacios de comunicación cercanos a los ciudadanos y a formatos no convencionales de expresión como la producción visual y sonora. Es justamente en este marco de participación y alcance de la convocatoria que nos parece plenamente satisfactoria la participación de *Aficionados* que en ambas modalidades (Audio y Video) duplicó la participación de *Expertos/Profesionales* y triplicó la de *Grupos*.

Sin embargo, es importante anotar que en términos de contenido la riqueza de las piezas de video supera a las propuestas de audio. Una razón posible razón que explica este fenómeno puede obedecer a la condición que se estableció en la convocatoria para las piezas de audio que implicaba su producción en formatos de *paisaje sonoro* y/o *radioarte* que están mucho más cerca a la producción artística experimental que a ciertos formatos de comunicación radiofónica de corte periodístico.

Por esta misma razón, se considera desde la Universidad que allí existe un espacio para impulsar la formación en producción sonora, para fomentar una cultura del sonido asociado con los espacios y las vivencias de la población colombiana. En cierto sentido esta experiencia confirma un fenómeno que ha sido registrado en muchos ámbitos: la preeminencia de una sociedad visual sobre una auditiva.

Sobre los contenidos de la convocatoria
Modalidad audio
La calidad de las piezas recibidas fue aceptable, las más creativas se encuentran en la categoría de aficionados, su lógica argumental estaba enfocada a resaltar el discurso esperanzador, donde se utilizaron elementos auditivos representados como sonidos de la naturaleza, de voces de niños o de música autóctona colombiana. Otra de las líneas utilizadas, aunque con menor frecuencia fue la de recursos sonoros asociados con figuras políticas nacionales, por ejemplo ex presidentes. En cuanto a las propuestas metafóricas estas fueron pocas. En las piezas más explicitas se escucharon sonidos de soldados, botas y armas. La presencia de sonidos caribeños fue predominante para mostrar escenarios de alegría y esperanza.

En la modalidad de Video
La calidad de las piezas recibidas fue aceptable, y como se señaló su creatividad y desarrollo superaron en los contenidos a las propuestas de audio. Hubo un predominio por piezas de tipo promocional, como si los participantes quisieran vender el concepto de "una paz posible". Se vieron diversos géneros y formatos como el documental, la ficción (dramatizado) y la animación.

En general los participantes se centraron en imágenes de niños, paisajes y vida cotidiana, en donde se resaltaban conceptos como la amistad, el trabajo en equipo y la convivencia. De hecho los contenidos registrados visualmente, en su mayoría, son coincidentes con los escuchados en las piezas de audio.

En suma se podría indicar que las piezas de audio y de video asocian un estado de posconflicto con la tranquilidad de la naturaleza, la inocencia de la infancia o la festividad y alegría de nuestras costas: significados comunes, convencionales y en cierto sentido básicos, que se evidencian en propuestas cercanas a piezas promocionales que evidencian un anhelo de paz, comprendida esta en un sentido romántico, poco problemático y crítico. En muy pocos casos las piezas arriesgaron una perspectiva de paz futura asociada con ciertas condiciones sociales, como la salud, el empleo y la educación.

Productos audiovisuales realizados desde Prisma TV
En el marco de la Convocatoria Comunica en Paz se realizaron los siguientes productos audiovisuales:

- Video Spot 1 - Fotografías
- Video Spot 2 - Texto informativo
- Video Spot 3 Personajes IRENE VASCO
- Video Spot 4 Personajes ANA MAZAHARI
- Video Spot 5 Personajes ALEJANDRA MIRANDA
- Video Spot 6 Personajes FERNANDO SOLORZANO
- Video Spot 7 Personajes CESAR LOPEZ
- Video Spot 8 Personajes FLORENCE THOMAS
- Video Spot 9 Personajes MARIA ISABEL URRUTIA
- SPOT 10 Invitación EVENTO CEP
- VIDEO Resumen CONVOCATORIA CEP
- Transmisión EVENTO ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS

1.8 ASESORÍAS INTERNAS

Agencia de Noticias
La Agencia de Noticias agrupa las oficinas de Unimedios en sus componentes de radio, prensa, televisión y medios digitales. La Oficina de Producción y Realización Audiovisual, OPRA, en sus distintas sedes, realizó alrededor de 680 notas periodísticas para apoyar los boletines de Agencia de Noticias (ver anexo 32).

Cubrimiento de Eventos Académicos, Culturales, y Solicitudes Institucionales
En el año 2014, OPRA en las sedes Bogotá. Manizales y Medellín; adelantó los procesos de producción, realización y edición de alrededor de 40 productos de interés para la comunidad interna, buscando difundir políticas

institucionales; la participación de diversas Facultades, Departamentos y Grupos de Investigación de la Universidad en ferias; la presencia de invitados internacionales en el campus; y las producciones de naturaleza exclusivamente académica.

Asimismo se realizó la grabación y edición de 195 Cátedras de Sede durante los dos semestres del año 2014, de los cursos intersemestrales de la Escuela Internacional y el Foro Colombo-Alemán.

También se realizó la transmisión a nivel nacional de las Distinciones Académicas Doctorado Honoris Causa; los conciertos realizados al interior del campus; y la grabación y la transmisión vía *streaming* en el canal Prisma TV de la Rendición de Cuentas UN 2013. Se dio solución a la mayor cantidad de requerimientos institucionales, en cuanto a imágenes de archivo, reediciones, cotizaciones y copias de productos ya realizados.

Se está realizando la grabación de los *time-lapse* que harán parte del video final para la entrega de la remodelación del Hospital Universitario y el nuevo edificio de la Facultad de Enfermería.

De igual maneras se realizó la grabación y la transmisión vía *streaming* en el canal Prisma TV de la Rendición de Cuentas de la sede Bogotá 2013.

Por requerimiento institucional se realizaron 93 grabaciones (ver anexo 33)

1.9 Contenidos para PRISMA TV

Para la parrilla de programación de Prisma TV se realizaron 17 series, entre documentales, programas de opinión e institucionales, con un promedio de 173 capítulos. También se realizó la transmisión en vivo o directos de alrededor de 20 programas. Algunos de estos productos se emitieron en el Canal Institucional del Sistema de Medios Públicos-Señal Colombia.

La realización audiovisual para Prisma TV, se ha caracterizado por tener una visión fresca y creativa con respecto a cómo se divulgan y difunden los contenidos de carácter científico, humanístico y cultural. Como siempre nuestro objetivo es tener una propuesta visual versátil, dinámica y de gran gusto estético.

Gracias a una alianza con la Facultad de Artes, un grupo de estudiantes de pregrado realizó un estudio de usabilidad de la página del canal, el cual arrojó interesantes resultados que en un futuro permitirán mejorar la experiencia de los usuarios que acceden a los contenidos audiovisuales de Unimedios.

En cuanto a la emisión de programación nueva se contó con alrededor de 310 nuevos contenidos en el 2014 (ver anexo 34)

Se emitieron 79 programas de producción externa como resultado de convenios y cesiones de derechos. (ver anexo 35)

Se realizaron 183 capítulos de 17 series (ver anexo 36)

Se plantearon pilotos y propuestas externas para alimentar la parrilla de programación:

PRISMA TV		
Grabación piloto Opera	No emitido	JUNIO
PROYECTOS Y CONVOCATORIAS		
INICIATIVA DE ACUERDO DE COOPERACIÓN UNIMEDIOS - ETB	No	JULIO

El total de visitas al canal Prisma TV entre los meses de enero y noviembre de 2014 fue de 125.318, y el número total de páginas del canal visitadas en el mismo período fue de 22.722.

Sitio Web	**Visitas**												
	Ene	**Feb**	**Mar**	**Abr**	**May**	**Jun**	**Jul**	**Ago**	**Sep**	**Oct.**	**Nov**	**Dic.**	**TOTAL**
Canal Prisma TV	2.205	5.863	12.578	12.678	13.895	11.979	9.191	13.202	13.149	14.546	16.032		**125.318**

Sitio Web	Páginas Visitadas												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct.	Nov	Dic.	TOTAL
Canal Prisma TV	4.965	11.348	21.637	20.549	23.957	20.883	16.842	24.541	25.330	26.785	25.885		**222.722**

2 Informe de ejecución administrativa

El Desarrollo de la actividad contó con funcionarios de planta y personas y entidades contratadas por órdenes de servicio.

TOTAL CONTRATACIONES PERSONAS JURÍDICAS Y NATURALES	
Total contratistas al finalizar el año - Servicios técnicos y profesionales	38
Total empresa	13

3 Informe de ejecución financiera.

ATI´s

a) Producción de Videos Institucionales

La oficina fue contratada por dependencias del nivel nacional y de sede para la producción de videos institucionales, asesorías, estrategias de comunicación, series televisivas, videos promocionales y Cátedras de Sede. De igual manera se realizó el video para el lanzamiento del "Acuerdo por lo Superior 2034", del Ministerio de Educación Nacional.

	NIVEL CENTRAL			
ATI No	**Producto**	**Actividades**	**Fecha**	**VALOR**
27	Grabación del Seminario de Formación Docente	Grabación y edición de todas las sesiones correspondientes al seminario.		$ 3.437.000
47	Realización de un video Institucional "Tarjeta Inteligente TIUN"	Preproducción, producción y posproducción del video institucional de la Tarjeta TIUN.	Noviembre 14	$ 6.300.000

	DIRECCIÓN ACADÉMICA			
ATI No	**Producto**	**Actividades**	**Fecha**	**VALOR**
8	cursos "Procesos control *engineering*" y "Apropiación social de la ciencia y la innovación", correspondientes a la Escuela Internacional 2014-primer semestre.	Grabación y edición de todas las sesiones correspondientes a los dos cursos.	Febrero 3	$ 12.250.000
15	de las cátedras: Marta Traba, Manuel Ancízar, José Celestino Mutis y Bogotá Musical Internacional	Grabación y edición de todas las sesiones correspondientes a las cuatro cátedras.	Marzo 3	$29.460.000
14	Grabación de la cátedra "Huellas que Inspiran"	Grabación y edición de todas las sesiones correspondientes a la cátedra.	Marzo 3	$ 3.928.000
190	Grabación de los cursos correspondientes a la Escuela Internacional 2014-segundo semestre.	Grabación y edición de todas las sesiones correspondientes a los cuatro cursos.	Junio 9	$ 12.766.000

260	Grabación y edición de las cátedras: Marta Traba, Manuel Ancízar, José Celestino Mutis, Jorge Eliecer Gaitán, Huellas que Inspiran y Bogotá Musical Internacional	Grabación y edición de todas las sesiones correspondientes a las seis cátedras.	Agosto 11	$ 37.807.000

	DIRECCIÓN DE BIENESTAR			
ATI No	**Producto**	**Actividades**	**Fecha**	**VALOR**
11	Grabación de un video Institucional para el área de salud dental.	Preproducción, producción y posproducción del video del Programa Sonría.	Marzo 10	$ 5.000.000

	FACULTAD DE MEDICINA			
ATI No	**Producto**	**Actividades**	**Fecha**	**VALOR**
103	Grabación de un video Institucional sobre los 10 años del Doctorado en salud pública.	Preproducción, producción y posproducción del video institucional sobre los 10 años del Doctorado en Salud Pública.	Agosto 15	$ 5.000.000

	FACULTAD DE CIENCIAS			
ATI No	**Producto**	**Actividades**	**Fecha**	**VALOR**
104	Grabación de un video Institucional del proceso de acreditación de la Maestría en Estadística.	Preproducción, producción y posproducción del video institucional del proceso de acreditación de la Maestría en Estadística.	Diciembre 12	$ 5.500.000
97	Realización de videos Institucionales para la Facultad de Ciencias	Investigación, diseño de formatos y escritura de capítulos piloto de videos promocionales e institucionales de la Facultad	Noviembre 18	$ 50.000.000

	FACULTAD DE MEDICINA			
ATI No	**Producto**	**Actividades**	**Fecha**	**VALOR**
18	Proyecto Fase II Estrategia de Comunicación Año 2014 para la Facultad de Ingeniería.	Realización de las series "Ingenios" y "Andrea y la Ingeniería", con sus respectivos *trailers*. Realización del video institucional de la Facultad de Ingeniería. Realización del video para la reinauguración del Edificio 401. Artículos periodísticos de divulgación de la Facultad de Ingeniería.	Marzo 25	$ 57.320.000

Consolidado de ATI's:

ATI No	**VALOR**	**VALOR TOTAL**
NIVEL CENTRAL		
27	$ 3,437,000	**$ 9,737,000**
47	$ 6,300,000	

DIRECCIÓN ACADÉMICA		
8	$ 12,250,000	**$ 96,211,000**
15	$ 29,460,000	
14	$ 3,928,000	
190	$ 12,766,000	
260	$ 37,807,000	
DIRECCIÓN DE BIENESTAR		
11	$ 5,000,000	**$ 5,000,000**
FACULTAD DE MEDICINA		
103	$ 5,000,000	**$ 5,000,000**
FACULTAD DE CIENCIAS		
104	$ 5,500,000	**$ 55,500,000**
97	$ 50,000,000	
FACULTAD DE MEDICINA		
18	$ 57,320,000	**$ 57,320,000**
	TOTAL ATI's	**$ 228,768,000**

C•03

/ *Oficina de Prensa*

Responsable: Nelly Mendivelso

Informe de Ejecución Técnica.

ACCIONES TRANSVERSALES Y SINÉRGICAS

Prensa:

- Apoyó al Centro de Pensamiento y Seguimiento a los Diálogos de Paz con el cubrimiento periodístico de los 4 foros de víctimas realizados en Barranquilla, Barrancabermeja, Villavicencio y Cali.
- Realizó conjuntamente con Naciones Unidas la convocatoria a los medios de comunicación y las ruedas de prensa sobre el viaje de las víctimas a la Habana.
- Realizó los boletines de prensa y la invitación a medios de comunicación del lanzamiento y clausura de la convocatoria Comunica en Paz, insumo que empleó para su divulgación la Oficina de prensa del Ministerio de Cultura.

Sinergia Unimedios

A través de la Agencia de Noticias se publicaron temas de interés nacional e internacional en versión multimedia (radio, prensa y televisión):

- Chicungunya y ébola
- Fracking o fracturamiento hidraúlico
- Tecnología al servicio de la salud
- Retos del agro y paro agrario
- Salud mental
- Situación en Gaza
- Cultura, educación y memoria
- Seguridad alimentaria, ética y conocimiento

Se publicaron en Agencia de Noticias boletines de estrenos de Prisma TV y debates de UN Análisis.
A través del Boletín UN se promocionaron entre la comunidad interna y externa temas de UN Periódico, UN Radio y Prisma TV.

UN PERIÓDICO

Durante 2014 circularon 11 ediciones de UN Periódico. Su distribución fue la siguiente: nacional (con El Tiempo a suscriptores y municipios) 205.611, y local 27.389 en instituciones afines a la UN, gobierno local, nacional, embajadas y consulados, entre otros, así como a colegios distritales de las localidades de Teusaquillo y Barrios Unidos. También dentro del campus con el apoyo de estudiantes probono. De igual manera, además de convenir con El Tiempo la distribución de 10.000 ejemplares con el diario ADN en distintos puntos de Bogotá. En el nuevo contrato suscrito a partir del mes de noviembre, se seleccionaron puntos de distribución de ADN en Medellín y Cali.

En cuanto a contenidos, además de análisis de expertos en las áreas económica, política y social (nacional e internacional), y artículos periodísticos sobre ciencia, tecnología e innovación, continuó fortaleciéndose la publicación de artículos sobre arte y cultura. Entretanto, los artículos correspondientes al proyecto APA (arquitectura) se ampliaron a colecciones científicas de la Institución en todas sus sedes.

Se realizaron cuatro (4) especiales sobre temas de alto impacto nacional.

- Especial arquitectura en cárceles del país. Ed. 175
- Especial Orinoquia. Ed. 178
- Especial víctimas y proceso de paz. Ed. 181
- Especial educación superior. Ed.182

A partir de febrero del 2014 circuló UN Periódico con nuevo diseño.

La firma Quester Ltda. realizó el lunes 10 de noviembre la encuesta bianual a un grupo seleccionado de suscriptores de El Tiempo y el próximo mes entregará los resultados.

MONITOREO Y ASESORÍAS

En la misma línea se desarrolló el monitoreo de medios de comunicación para cuantificar el impacto de la información producida por la Agencia, así como aquella que en general se relaciona con la Institución. Sobre el viaje de los grupos de víctimas a la Habana, y por solicitud de la Oficina de Prensa de Naciones Unidas y el Centro de Pensamiento y Seguimiento a los Diálogos de Paz de la UN, se realizó el monitoreo luego de cada rueda de prensa y de la llegada de las víctimas al país. Este se le entregó a las entidades solicitantes.

También se realizó free presss diario de noticias sobre ciencia, logrando aumentar el impacto de la información positiva de la UN en los medios de comunicación externos, particularmente RCN Televisión, El Espectador y la Luciérnaga de Caracol.

El archivo digital se depuró carpeta por carpeta, para guardar las fotografías de calidad técnica e informativa y darle paso al nuevo material que llega de todas las sedes. Actualmente contiene 313.030 fotografías digitales en 14.576 carpetas, distribuidas así: Amazonas, 3458 fotografías; San Andrés, 3932 fotografías; Arauca, 3097 fotografías; Tumaco, 2654 fotografías; Medellín, 6231 fotografías; Palmira, 3973 fotografías; Manizales, 71717 fotografías.

Se organizó un banco institucional de imágenes de alta calidad técnica y composición que renuevan diariamente la página de la Universidad Nacional de Colombia. El total a la fecha es de 164 imágenes.

APARICIONES EN MEDIOS 2014

- Menciones (Universidad Nacional + Unimedios)

TIPO DE MEDIO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	TOTAL
PRENSA	298	457	528	610	601	571	718	826	648	677	**5934**
INTERNET	540	690	824	976	1077	1007	1557	1899	1545	1337	**11452**
RADIO	44	71	79	127	153	57	108	213	142	116	**1110**
TELEVISIÓN	27	41	63	71	91	40	72	136	162	150	**853**
TOTAL MENCIONES	**909**	**1259**	**1494**	**1784**	**1922**	**1675**	**2455**	**3074**	**2497**	**2280**	**19349**

OTRAS ACTIVIDADES

- Se realizaron tres (3) números del documento *Claves para el debate público* :

  1- Claves número 61, abril del 2014
  Título: Educación superior: una reforma inaplazable

  2- Claves número 62, junio del 2014
  Título: Orinoquia: entre la ambición y las promesas

  3- Claves número 63, noviembre del 2014
  Título: Lo que está en juego en la educación superior: disensos y consensos sobre el Acuerdo 2034

- La Oficina de Prensa apoyó la asesoría académica de cada una de las sesiones Debates UN.

MONITOREO DE MEDIOS
CONSOLIDADO 2014
a octubre 31

19.349 MENCIONES EN MEDIOS

- Prensa **5934**
- Internet **11452**
- Radio **1110**
- Televisión **853**

Medios impresos que más publican temas de la Universidad

Nacionales: **1575**
// El Tiempo
// El Espectador
// El Nuevo Siglo
// La República
// Portafolio

Regionales: **2159**
Medellín **695** // El colombiano // El Mundo
Barranquilla **650** // La libertad
Manizales **338** // La Patria
Bogotá **289** // ADN //El Periódico
Cali **187** // El país

1.528 IMPACTOS DE AGENCIA DE NOTICIAS

- Manos a la medida de sueños infantiles 16 de octubre 2014 **7**
- U.N. Inaugura primer Centro de Estudios del Pacifico de Colombia 21 de Noviembre 2014 **9**
- Hospital Universitario de la U.N. se encuentra avanzado en un 80 % 26 de agosto 2014 **26**
- Proyecto Comunica en paz Mayo-Julio 2014 **20**

Otros casos

- Televisión / prensa
  Neutrones y rayos gamma detectan minas antipersona
  5 de Noviembre 2014
- Televisión /radio / prensa
  Cáncer de estómago podría prevenirse con uva caimarona
  12 de Noviembre 2014
- Prensa El Tiempo y el Espectador
  En 30 años, agua en laguna de Fúquene descendió un metro
  18 de Noviembre 2014

RCN Televisión
// 18 de Noviembre 2014

El Espectador
// 21 de Noviembre 2014

Revisión de Fúquene

RCN Televisión
// 10 de Noviembre 2014

El Tiempo
// 19 de Noviembre 2014

Neutrones y rayos gamma para detectar minas antipersonas

C•04

/ *Oficina de Proyectos Estratégicos*

Responsable: Ramiro Chacón

Informe de Ejecución Técnica.

La Oficina de Proyectos Estratégicos participó en 17 grupos de acciones propias abarcando así sus responsabilidades institucionales con la Universidad Nacional de Colombia y Unimedios; además trabajo ATI´S con 23 clientes internos y 01 cliente externo por valor de **$ 280.232.668** para Unimedios, que dejaron excedentes por valor de **$133.490.086**.

- CORPORACIÓN SALUD UN
  Se realizó el re-diseño de la imagen de apoyo, para resaltar y especificar que este será un servicio autónomo y privado, independiente de la Universidad Nacional de Colombia. También se realizaron las respectivas correcciones a la Guía de Identidad Visual, para propender su correcto uso en el desarrollo de las aplicaciones sugeridas.

- TARIFARIOS
  Se ajustaron y propusieron nuevos diseños para los tarifarios de productos y servicios ofrecidos por las oficinas de Prensa (UN Periódico), UN Radio y Proyectos Estratégicos para el año 2014 y 2015; los cuales están adaptados a los nuevos parámetros y características que fueron establecidas por la Dirección de Unimedios.

- PAUTA UN PERIÓDICO
  VIII Cátedra de Ingeniería
  Divulgación de los cursos dictados durante los días de duración del curso.
  Página completa.

  Facultad de Ciencias Humanas – Educación Continua
  Divulgación de los cursos (programación) del primer semestre del 2014.
  Tamaño: ¼ página

  Proceso Continuo de Rendición de Cuentas – Vigencia 2013
  Divulgación del evento de Rendición de Cuentas del 2013.
  Tamaño: ¼ página

- PAUTA UN RADIO
  Se realizó la tabulación, graficación y análisis de los resultados del Estudio Colombiano de Audiencia de Radio – ECAR, primera ola de 2014, para la creación de un ayuda ventas para la emisora. También se elaboraron propuestas y contrapropuestas, recepción de órdenes externas, elaboración de órdenes internas de pauta, coordinación de operaciones, seguimiento y control de pauta y de actividades para:

AGENCIAS Y CENTRALES DE MEDIOS	VALORES NEGOCIADOS	APROBADO
Inversiones Inrai Ltda.	$516.040	SI
Comunicación Radial Ltda.	$3.876.120	SI
Dortiz Publicidad y Medios S.A.S.	$543.200	SI
TOTAL 2014	**$4.935.360**	

CLIENTES DIRECTOS	VALORES NEGOCIADOS	APROBADO
Biored+ de Usaid	$1.500.000	NO
OCESA Colombia – Joe Satriani	$1.257.120	NO
Escuela de Música Fernando Sor Kurt Rosenwinkel	$1.734.120	SI
Escuela de Música Fernando Sor Chic Corea	$578.700	SI
Escuela de Música Fernando Sor Musicians Institute	$ 949.860	SI
Club Los Búhos – Producción	$500.000	NO

Club Los Búhos – Pauta	$ 2.484.000	NO
TOTAL 2014	**$ 29.425.769**	**$ 3.262.680**

CANJES	VALORES NEGOCIADOS	APROBADO	CONSECUTIVOS
Revista Viajeros – Oratoria	$10.257.840	SI	CE459
RB Producciones Mera Carranga	$ 7.800.000	NO	CE071 CE072
Cine Color - Pompeii	$ 1.400.000	SI	CE149 CE154-1
5° Festival Iberoamericano de Creatividad & Estrategia - FICE	$ 10.068.000	NO	CE150 CE152-1
Revista Innovación y Ciencia ACAC	$ 11.948.000	NO	OPE010 OPE011
Casa Ensamble - Junio	$ 8.680.000	SI	OPE059 OPE 060
Casa Ensamble - Agosto	$ 10.000.000	SI	OPE104 OPE105
IV Festival Internacional Latinoamérica de Concierto	$ 7.900.000	SI	OPE136 OPE137
Casa Ensamble - Septiembre	$ 5.440.000	NO	OPE145 OPE147
Warner Bros – Cine Colombia Relatos Salvajes	$ 1.742.000	SI	OPE155 OPE156
Casa Ensamble - Septiembre	$ 2.440.00	SI	OPE159 OPE160
Casa Ensamble – Octubre	$ 7.160.000	SI	OPE167 OPE168
Cinecolor Films – Agencia Stern El Sanador	$ 1.100.000	SI	OPE175 OPE176
Uy Festival	$ 4.300.000	SI	OPE213 OPE214
Casa Ensamble Noviembre/Diciembre	$ 6.900.000	SI	OPE218-1 OPE219-1
TOTAL 2014	**$ 94.695.840**	**$ 59.439.840**	

Finalmente, por solicitud de la Dirección de Unimedios, se realizó la descripción de cómo se debían manejar los cupos de patrocinio (OPE157) y el proceso de comercialización para la UN Radio (OPE158).

- FERIA DE SERVICIOS (SEMESTRE 1–2014 // 2–2014)
  Se gestionó la participación de Unimedios en la Feria de Servicios que organiza Bienestar de Sede para los estudiantes que ingresan a primer semestre durante los dos semestres del año, llevando nuestro stand y repartiendo material, como: UN Periódico, Revista Matices, Claves, Plegables APA y Debates UN.

- RECTORÍA
  Diseño y producción de piezas impresas para el lanzamiento de la colección de los libros editados por Rectoría ***Apuntes Maestros***, junto con la organización y la logística del evento que se realizó el jueves 16 de octubre en el auditorio de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Colombia.

- PROCESO CONTINUO DE RENDICIÓN PÚBLICA DE CUENTAS – VIGENCIA 2013
  Se planeó, coordinó y realizó el evento Rendición de Cuentas de Rectoría 2013, incluyendo la búsqueda y cotización de diferentes lugares para su realización, visita técnica del lugar seleccionado, promoción (creación de imagen, banners, avisos de prensa, mailings, agenda e invitaciones), gestión de personal de apoyo y transporte de elementos y equipos, ambientación, apoyo logístico, de seguridad y protocolo, catering, realización del evento e informe de gestión final del mismo.

Adicionalmente, por tratarse de un proceso continuo, este año se adicionaron algunos elementos de promoción, incluida la producción del Brochure/Balance Social, su condensación en forma de plegable e inclusión como inserto en el diario Portafolio y la revista Responsabilidad Social, el desarrollo del aplicativo web para que la comunidad haga parte del proceso, lo visualice y evalué constantemente, la elaboración de pendones como elemento práctico y portátil que pudiera servir de apoyo visual y de marca en todos los eventos asociados.

Los documentos relacionados a este trabajo son: Inserto R.C. 17x12; Formato Inclusión Evento; 2014-05-08 Directriz Sello Rendición de Cuentas; Guía de Orientación Metodológica y de Imagen, mailing participación PPRC 01, mailing participación PPRC 02. Consecutivos: CE-112; OPE-001, OPE-109, OPE-112, OPE-114, OPE-180 y OPE-192.

- 27ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BOGOTÁ – FILBO 2014
  Colaboración conjunta con la Editorial UN en la coordinación, diseño de la imagen y montaje del stand para la intervención de la Universidad Nacional de Colombia en la Feria del Libro 2014, incluida la realización del informe final de participación CE-082 y manejo de la imagen.

- SEMANA UNIVERSITARIA 2014
  Desarrollo de la imagen institucional y de la guía de utilización de esta para que pudiera ser utilizada por las diferentes dependencias de la sedes UN.

- IMAGEN INSTITUCIONAL
  Desde comienzo de año y hasta el 29 de abril del presente año (fecha en la que se hizo la entrega oficial de Imagen Institucional a Medios Digitales) se hizo el trabajo de auditorías aleatorias y toma de evidencia fotográfica de piezas gráficas ubicadas en el campus de la Universidad Nacional de Colombia para la realización de cartas de Imagen Institucional que fueron enviadas por mail a las dependencias correspondientes, para un total de 87 cartas institucionales.

  También se hicieron aproximadamente 924 asesorías (Enero – Abril) a oficinas y dependencias de las diferentes sedes de la UN que solicitaban vía mail o telefónicamente este servicio para el correcto uso de la imagen de la universidad.

- REDES SOCIALES
  El 14 de agosto se crearon las cuentas oficiales de la Universidad Nacional de Colombia en las redes sociales Facebook y Twitter. Durante este tiempo se han realizado publicaciones en ambas cuentas diariamente (excepto fines de semana). Al día de hoy se ha logrado llegar a una amplia cantidad de usuarios, obteniendo como resultado un total de:

  Facebook/UNColombia
  Seguidores: 19.561 Me Gusta*

  Twitter @UNColombia
  Seguidores: 3.081 personas*
  ***Estadísticas generadas el 28 de noviembre de 2014**

  Estas cifras ascienden diariamente, con lo cual logramos ampliar la visibilidad de la marca UN y de las actividades y demás que son consideradas importantes para ser publicadas y las cuales tienen que ver con toda la información resultante de las cuentas en redes sociales de otras sedes, facultades, Agencia de Noticias UN, página web, correos electrónicos, etc.

  Los contenidos manejados en las cuentas de la Universidad Nacional de Colombia son netamente institucionales y dirigidos principalmente a la comunidad universitaria y al público externo que se interesa por lo que pasa en la UN y así poder brindar todo tipo de información que sea relevante. Hasta el momento se ha logrado interacción con la comunidad y se estableció una estrategia de contenidos (OPE-212). Aparte de este trabajo, también se hace la publicación de contenidos en las cuentas de las redes sociales de la oficina de Proyectos Estratégicos y de Debates UN.

- EVENTO CONMEMORATIVO ALFONSO LÓPEZ MICHELSEN
  En el mes de enero se nos solicitó colaboración para la realización de un evento en conmemoración del natalicio del expresidente Alfonso López Michelsen y el cual se denominó Paz y Derecho Internacional Humanitario.

El evento se realizó con la colaboración y el apoyo de la Presidencia de la República y el Congreso, quienes eran los encargados de la convocatoria y de los panelistas que asistirían ese día. Desde la oficina de Proyectos Estratégicos se realizó el diseño y producción e piezas gráficas impresas y la organización y logística del evento y de la exposición sobre Alfonso López Michelsen que se ubicó en la parte de afuera del auditorio del centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo.

- OFICINA NACIONAL DE CONTROL INTERNO – ONCI
  Esta oficina nos solicitó apoyo para la realización de la imagen de un boletín informativo que buscaba convertirse en un referente general para la consolidación de una cultura organizacional en la UN; imagen que fue entregada y aprobada por ellos para incluirla en el formato del boletín.

- ORGULLO UN
  Semanalmente se realiza el diseño de cada uno de los mailings que son requeridos y estos son enviados a postmaster y compartidos en las redes sociales propias @OrgulloUN en Facebook y Twitter, para un total de 90 imágenes que fueron compartidas.

- CONCURSO COMUNICA EN PAZ
  Se realizaron y presentaron diferentes propuestas gráficas para la imagen de apoyo y la Guía de Identidad Visual requeridas para el concurso COMUNICA EN PAZ.

- ESTRATEGIA DE MARCA
  UNIMEDIOS
  Se creó una estrategia por medio del consecutivo OPE-184, para la exposición de las marcas Universidad Nacional de Colombia – Unimedios y de campañas institucionales durante la realización de eventos y actividades en cuales las grandes cadenas nacionales realizan entrevistas especiales a personalidades de renombre nacional e internacional, aprovechando estos escenarios para obtener reconocimiento de marca como promotor, anfitrión, realizador y vocero de las diferentes temáticas que se tratan al interior de la Universidad. También se desarrolló una nueva imagen para cada una de las oficinas que hacen parte de Unimedios y se produjeron pendones, libretas y lapiceros para la divulgación de esta dependencia.

- SEDE TUMACO
  Acompañamiento y seguimiento a las necesidades de comunicación de la sede, mediante el apoyo en diseño de diferentes piezas gráficas que eran requeridas para la divulgación de eventos.

- GERENCIA NACIONAL FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA
  Por solicitud de la Gerencia Nacional y teniendo en cuenta que la realización del "III Encuentro Colombiano de gestión Universitaria – SUE" iba a realizarse en el campus de la UN Sede Bogotá, se realizó el diseño de la imagen que iba a ser utilizada en las diferentes piezas gráficas y digitales que se requerían para la divulgación del evento.

- VICERRECTORÍA GENERAL
  PROYECTO SIGA
  Se presentó y entregó propuesta para el desarrollo de estudio de benchmarking, creación de imagen de apoyo y manual de uso para el proyecto del Sistema Integrado de Gestión Académica, Administrativa y Ambiental - SIGA.

CONVENIOS INTERNOS - ATI´S

- ÁREA DE SALUD
  Luego de presentada y aprobada la propuesta CE463-2, se realizó el diseño y producción de piezas gráficas impresas, que buscaban visibilizar y divulgar los servicios y espacios con los que cuenta el Área de Salud y que benefician a toda la comunidad universitaria de la Sede Bogotá de la Universidad Nacional de Colombia.

  También se hizo la producción de una valla para el Hospital Universitario UN que era requerida para visibilizar la Curaduría de la obra.

- FACULTAD DE ODONTOLOGÍA

Luego de presentada y aprobada la propuesta CE082, se realizó el diseño y producción de piezas gráficas impresas con la que se buscaba la divulgación del convenio firmado entre esta facultad y el Área de salud para ofrecer servicios de salud oral a los estudiantes de la sede Bogotá.

- VICERRECTORÍA DE SEDE BOGOTÁ
  En el primer semestre del año se nos solicitó desde la Vicerrectoría de Sede de Bogotá, apoyo para el diseño y producción de material gráfico impreso para la divulgación de los servicios que comenzaban a ofrecer algunas de las cafeterías para la comunidad universitaria y se finalizó con la instalación que estaba pendiente de pendones en el anillo vial del campus universitario.

  Durante el segundo semestre, se comenzó con el trabajo para la creación de una estrategia de comunicaciones para la consecución de recursos para el FONDEA (Fondo para la Excelencia Académica) que maneja actualmente la Oficina de Relaciones Interinstitucionales, ORI de la sede Bogotá, propuesta que fue entregada y presentada a la Vicerrectoría y a la Oficina de Planeación de la sede, propuesta entregada y enviada bajo el consecutivo OPE-226. También se ha apoyado a la Vicerrectoría con el diseño de comunicados dirigidos a la comunidad universitaria de la sede, los cuales son enviados por postmaster y escritos directamente por el Vicerrector.

CÁTEDRA DE INGENIERÍA 2014
ORI – FACULTAD DE INGENIERÍA
Se realizó y envío la propuesta CE581-1 para el diseño y producción del material de divulgación de la Cátedra de Ingeniería 2014 que comenzaría en el mes de junio en la Universidad Nacional de Colombia. Esta propuesta fue aprobada e incluía el diseño de la imagen general del evento, junto con demás material gráfico requerido para la divulgación de los cursos, como fueron brochures, afiches, pendones y un aviso para UN Periódico.

GERENCIA NACIONAL FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA
Mediante solicitud directa de la Dirección de Unimedios, se hace entrega a la Gerencia Nacional Financiera y Administrativa de la propuesta final de costos CE132-2 para la producción de la Revista CAN. En el primer semestre se hizo la primera producción y en el mes de noviembre se solicitó hacer una segunda producción de esta pieza.

DEPARTAMENTO DE MICROBIOLOGÍA
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y DE ZOOTECNIA
Teniendo en cuenta la solicitud realizada por la profesora Martha Cecilia Suarez, se hace entrega de la propuesta OPE12 del 5 de mayo de 2014, en la que presentan las estrategias de divulgación y organización del evento denominado "Segundo Seminario de Mastitis Bovina y Calidad de la Leche". Luego de que la propuesta fuera aprobada mediante ATI N°3 se realizó el diseño de la imagen de apoyo y el desarrollo creativo de diferentes piezas gráficas para el evento.

INSTITUTO DE ESTUDIOS URBANOS
Mediante solicitud del profesor Carlos Alberto Patiño, Director del Instituto de Estudios Urbanos, se presentó la propuesta final OPE85-3 que incluía el diseño y la producción de las piezas graficas que eran necesarias para la divulgación interna del Instituto. Esta propuesta fue aprobada mediante el ATI No. 305 del año 2014 y en esta se estableció la realización de pendones, libretas y afiches.

OFICINA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO
FACULTAD DE INGENIERÍA
Desde el mes de agosto del presente año, se trabajaron diferentes propuestas para la organización del evento Reinauguración Edificio 401 de la Facultad de Ingeniería. Finalmente bajo el consecutivo OPE118-5 del 7 de noviembre, se aprobó la realización y producción de un (1) backing museográfico.

DEPARTAMENTO DE MICROBIOLOGÍA
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y DE ZOOTECNIA
Se presentó la propuesta OPE130-2 para la realización del diseño y producción de piezas gráficas y servicio integral para el evento Mastitis Bovina y Salud de Hato, la cual fue aprobada mediante el ATI No. 19 del 2014, siendo entregados los siguientes productos: adaptación del diseño de la imagen de apoyo, diseño de mailing de difusión, diseño y producción de libretas, diseño y producción de pendón, cubrimiento periodístico y servicio integral de catering.

ÁREA CURRICULAR DE FORMACIÓN EN CIENCIAS
FACULTAD DE CIENCIAS
Por solicitud del profesor Fredy Monroy, se entregó la propuesta OPE160-2 para la realización del diseño y producción de diferentes piezas de divulgación de la Maestría en Enseñanzas de las Ciencias Exactas, la cual fue aprobada mediante el ATI No. 79 del 2014 para el desarrollo de las siguientes piezas: cartillas, plegables y afiches.

PROYECTO VISIÓN 2034
Se realizó y entregó una propuesta para el diseño de la imagen de apoyo y la producción del material de divulgación para el Plan de Prospección en Educación de la Universidad Nacional de Colombia a 20 años (Visión 2034). La propuesta incluía el diseño y producción de tres (3) libros, mailings, afiches y demás entregables que fueran requeridos.

FACULTAD DE MEDICINA
MEDICINA INTERNA
Se realizó y entregó propuesta para la elaboración de batas médicas, con el fin de fomentar y apoyar la representatividad de los médicos UN en otras instituciones, por medio de la inclusión del escudo de forma correcta. Adicionalmente, se trabajó en el rediseño del formato de comunicación interna para los eventos del departamento, implementando la utilización de afiches informativos.

TARJETA INTELIGENTE – TIUN
Se comenzó con un trabajo previo de planteamiento de medios para la divulgación de la nueva tarjeta TIUN que utilizaría la comunidad universitaria de la Sede Bogotá, junto con el diseño de la misma, apoyados en todo momento por Imagen Institucional. En el mes de agosto se entregó la propuesta OPE-115 con la estrategia de comunicación y costos y de esta se aprobó por medio de la ATI No.47 la producción de un video y la entrega de los artes que habían sido diseñados previamente.

SECRETARÍA GENERAL
Se nos solicitó cotizar y hacer la producción del afiche previamente diseñado por Unimedios del Plan Global de Desarrollo 2013-2015 para ser entregado por esta oficina a todas las demás dependencias de la universidad.

FACULTAD DE CIENCIAS
Diseño y producción de plegable informativo, para la ceremonia de premiación del examen final de esta Facultad.

FACULTAD DE AGRONOMÍA
Se presenta mediante solicitud del profesor Aníbal Herrera, la propuesta OPE-234 en la cual se define la realización dl diseño y producción de una referencia de libro "Evaluación de estrategias de control de plagas en plantas aromáticas con fines de exportación".

DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA
Se presentó y entregó la propuesta de diseño y producción de piezas graficas e insertos para carpeta, los cuales contenían la información de los docentes, carreras, doctorados, especializaciones, programas de extensión, grupos de investigación y maestría del Departamento de Geografía. Esta propuesta fue aprobada mediante el ATI No. 136 del 2014.

CONVENIOS EXTERNOS

COLOMBIA - CHALLENGE YOUR KNOWLEDGE (CCYK)
CCYK Es una campaña de la red de universidades acreditadas de Colombia, el Ministerio de Educación, ICETEX, Proexport, Colciencias y otros aliados estratégicos nacionales para promocionar a Colombia como destino de colaboración académica y científica. Los principales objetivos de CCYK son promover y difundir la investigación Colombiana, programas académicos y de extensión en el extranjero, fortalecer la internacionalización de las universidades acreditadas de Colombia, estudiar las tendencias actuales de la internacionalización y promover procesos de calidad en todas las instituciones de educación superior de Colombia.

Como miembros del Comité de Mercadeo, hemos participado activamente del desarrollo de estrategias de comunicación y en el diseño de piezas gráficas para la promoción de la campaña en las diferentes ferias internacionales en la que se participó durante el año, junto con el apoyo requerido por ellos cuando ha sido necesario.

PROYECTOS EXTERNOS			
PROYECTO	**VALOR PROYECTO**	**GASTO**	**UTILIDAD**
CCYK	$ 3.600.000		$ 3.600.000
		TOTAL UTILIDAD	**$ 3.600.000**

CLIENTES PROSPECTADOS

Durante el transcurso del 2014 se ha realizado constantemente la prospección de posibles clientes para Unimedios, como se evidencia en el ***Anexo 18*** de este informe (OPE-237) y en el cual se evidencia que se trabajaron 135 prospectos aprox., se hicieron y entregaron 100 propuestas aprox. para diferentes clientes (internos y externos) y 43 proyectos fueron ejecutados.

La prospección de clientes también se realizó mediante el envío de mailings institucionales en los que se resaltó el nuevo nombre de la oficina de Proyectos Estratégicos y se visibilizaron los trabajos realizados previamente, utilizando el slogan "Materializamos Ideas". Para llegar a los decanos de la sede Bogotá, se hizo un trabajo previo de envío de mails, contacto telefónico para agendar citas, en las que se les contaba sobre los servicios de Unimedios, junto con la entrega de una fotografía de ellos del día que habían sido designados.

2 Informe de ejecución administrativa

ATI ATC	FACULTAD	OBJETO	INGRESO	ODC ODS	GASTO	UTILIDAD
136	Ciencias Humanas	Transferencia interna del proyecto 2013 Posgrado en geografía II semestre a la unidad administrativa y financiera Unimedios para el diseño y producción de piezas gráficas. La cotización hace parte integral de la orden.	$ 4.403.200	1	$ 3.085.600	$ 1.317.600
1	Ciencias Humanas	Transferencia interna del proyecto 2014-peec-cursos y diplomados de educación continua I semestre 2014 dir: luz amparo fajardo código quipu 311010020764 al fondo especial Unimedios empresa 1011 con el objeto de realizar la publicación del aviso de prensa en UN periódico tamaño 1/4 de página 12.3 cm * 20 cm impar, ByN	$ 3.500.000			$ 3.500.000
67	Nivel Central Sede Bogotá	Realizar transferencia a la oficina de comunicación de Unimedios para desarrollar e implementar la propuesta de creatividad diseño y producción de los pendones y vallas de licencias de construcción de las obras que comenzaran a desarrollase en los edificios de enfermería, archivo y el comedor central universidad	$ 18.005.433	ODC 23/2013	$ 15.059.746	$ 2.945.687

		nacional de Colombia sede Bogotá.				
2	Odontología	Transferir al fondo especial de Unimedios para visibilizar el convenio que actualmente tiene el área de salud y la facultad de odontología.	$ 3.335.750	4	$ 1.135.640	$ 2.200.110
4	Nivel Central Sede Bogotá	Realizar transferencia al fondo especial de Unimedios para realizar el diseño y producción de 5.000 brochures y 5.000 volantes que serán entregados a la comunidad universitaria de la sede Bogotá, pertenecientes a acciones del proyecto de convivencia, cultura y comunicación de la ciudad universitaria de la sede Bogotá.	$ 4.400.000	3	$ 2.140.200	$ 2.259.800
11	Fondo Especial Nivel Nacional	Transferencia al fondo especial de Unimedios para cubrir las necesidades en comunicación de la vicerrectoría de la sede Bogotá, en el marco del proyecto convivencia, cultura y comunicación del campus de la sede Bogotá.	$ 8.000.000	ODS 172	$ 6.180.000	$ 1.820.000
16	Fondo Especial Nivel Nacional	Transferencia con contraprestación para el diseño y producción de afiches del plan global de desarrollo de la universidad nacional de Colombia (2013-2015)	$ 800.000	ODC 2	$ 464.000	$ 336.000
22	Ingeniería	Autorización de transferencias interna para el diseño e impresión de piezas gráficas para la VIII cátedra internacional de ingeniería.	$ 15.027.529	ODC 11	$ 2.946.400	$ 12.081.129
3	Medicina Veterinaria y Zootecnia	Transferencia a Unimedios con el fin de realizar la divulgación (diseño y producción de piezas graficas) y organización del "segundo seminario de mastitis bovina y calidad de la leche" establecido como compromiso dentro del proyecto de investigación "Caracterización microbiológica y desarrollo de un protocolo de	$ 8.018.000	ODS 47	$ 1.682.000	$ 2.719.954
				ODC 13	$ 3.166.046	
				ODS 52	$ 450.000	

		tratamiento y control de la mastitis bovina en la sabana de Bogotá" financiado por Colciencias.				
24	Fondo Especial Nivel Nacional	Transferencia con contraprestación para la producción de la revista de las recomendaciones informe de la comisión asesora de la universidad nacional CAN.	$ 1.530.000	ODC 6	$ 1.271.360	$ 258.640
26	Dirección de Bienestar	Transferir recursos al fondo especial de Unimedios para el desarrollo de la propuesta de la oficina de comunicación estratégica, relacionado con el diseño y producción de las piezas impresas que se utilizarán para la divulgación de los servicios y ubicación de los puntos de atención con los que cuentan actualmente el área de salud de la universidad nacional de Colombia - sede Bogotá.	$ 8.162.500	ODC 10	$ 2.204.000	$ 5.122.140
				ODC 9	$ 836.360	
25	Fondo Especial Nivel Nacional	Transferencia interna con contraprestación para prestar servicios relacionados con la rendición de cuentas del rector de la vigencia del 2013, de acuerdo con lo estipulado en el acuerdo del consejo superior 139 de 2014, cuya realización será coordinada por Unimedios.	$ 98.689.626	ODS 39	$ 5.549.984	$ 50.765.218
				ODS 42	$ 15.318.264	
				ODC 12	$ 9.206.920	
				ODS 48	$ 1.200.000	
				ODS 46	$ 2.784.000	
				ODS 50	$ 1.495.000	
				ODS 118 Se anuló	$ 0	
				ODS 121	$ 12.370.240	
46	Sede Manizales	Camisetas Tienda Universitaria	$ 7.515.680	ODC 20	$ 6.902.000	$ 613.680
6	Nivel Central Nivel Nacional	Proyecto Visión 2034	$ 44.505.000	ODC 30 ODS 147	$ 25.238.020	$ 19.266.980
305	Dirección Académica	Instituto de Estudios Urbanos - IEU	$ 3.220.920	ODC 27	$ 1.913.710	$ 1.307.210
45	Fondo Especial Nivel Nacional	Evento Rectoría "Apuntes Maestros"	$ 14.898.430	ODC 26	$ 7.723.744	$ 7.174.686
19	Medicina Veterinaria y Zootecnia	Veterinaria	$ 4.900.000	ODC	$ 1.999.840	$ 2.900.160
79	Ciencias	Maestría en Ciencias Exactas	$ 7.170.800	ODC 29	$ 3.848.880	$ 3.321.920
34	Hospital UN	Producción e instalación de valla 4x2mts.	$ 800.000		$ 400.000	$ 400.000

117	Ingeniería	Diseño y producción de Backing para el evento de la reinauguración del Edificio 401.	$ 4.336.800	ODC	$ 3.364.000	$ 972.800
	Medicina	Diseño y producción de afiches y Batas institucionales marcadas.	$ 8.232.000	ODS A ODS B	$ 6.041.628	$ 2.190.372
	Agronomía	Diseño y producción de una referencia de libro "Evaluación de estrategias de control de plagas en plantas aromáticas con fines de exportación".	$ 6.400.000	ODC	$ 4.046.000	$ 2.354.000
	Gerencia	Reimpresión de la Revista CAN 2.	$ 3.576.300			$ 3.576.300
	Ciencias	Producción de 100 Plegables.	$ 804.700		$ 319.000	$ 485.700
		TOTAL	**$ 280.232.668**		**$ 150.342.582**	**$ 129.890.086**

3 Informe de ejecución financiera

UTILIDAD OFICINA PROYECTOS ESTRATÉGICOS 2014		
INGRESO	**EJECUTADO**	**SALDO**
$283.832.668	**$150.342.582**	**$133.490.086**

*UN RADIO OFICINA PROYECTOS ESTRATÉGICOS 2014	
Alianzas Estratégicas	$8.198.040
Canjes	$59.439.840
TOTAL	**$67.637.880**

* Por medio de la negociación directa con otras entidades se pudieron ejecutar canjes de pauta con la UN Radio por el valor representado en el cuadro.

INGRESOS GENERADOS OFICINA PROYECTOS ESTRATÉGICOS 2014	
UTILIDADES	**VALOR**
ATI'S	$129.890.086
Proyectos Externos	$3.600.000
Publicidad	$8.198.040
TOTAL	**$141.688.126**

CONLUSIÓN

Teniendo en cuenta la tabla denominada **[INGRESOS GENERADOS OFICINA PROYECTOS ESTRATÉGICOS 2014]** y en la cual se puede apreciar el valor de los trabajos realizados durante el transcurso del año, podemos concluir que los excedentes generados ($141.688.126) alcanzan para cubrir el pago del 70% aproximadamente, de las ODS que actualmente están contratadas, con los incrementos de ley correspondientes para el 2015.

PERSONAL ODS					
NOMBRE	**CARGO**	**VALOR MENSUAL**	**INCREMENTO ANUAL**	**TOTAL**	**COSTO ANUAL (11 MESES)**
Cristina Pérez	Ejecutiva	$1.980.000	10%	$2.178.000	$23.958.000

Jennifer Balaguera	Ejecutiva	$1.650.000		$1.815.000	$19.965.000
Juan Sánchez	Diseñador	$1.863.000		$2.049.300	$22.542.000
Kerly Molano	Creativa	$1.500.000		$1.650.000	$18.150.000
Giovanni Ahumada	Mercadeo	$2.200.000		$2.420.000	$26.620.000
Viviana Martínez	Asistente	$1.400.000		$1.540.000	$16.940.000
Camilo Novoa	Mixto	$1.980.000		$2.178.000	$23.958.000
Lorena Rodríguez	Comercial	$1.800.000		$1.980.000	$21.780.000
				TOTAL	**$173.913.300**

C•05

/ *Oficina de Medios Digitales*

Responsable: Martha Chaves

Informe de Ejecución Técnica.

DEFINICIÓN Y DESARROLLOS DE SITIOS WEB Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- **Repositorio digital de pregrado y posgrado,** Desarrollo y puesta en marcha de sitio web http://programasacademicos.unal.edu.co/ donde se presenta la oferta académica de la Universidad Nacional de Colombia.
- **Repositorio de Redes Sociales:** permite agrupar las redes sociales institucionales de la Universidad. http://redessociales.unal.edu.co/
- **Rutina de código para el repositorio de programas de pregrado y posgrado,** Este componente se desarrolló en typo3 para brindar a la comunidad interna, la oferta académica personalizada acompañada con el código para que lo inserten en el fuente el sitio web, este desarrollo genera información detallada a nivel de Sede-Facultad y Programa.
- **Solicitudes Unimedios:** Este sistema de información web permite controlar y administrar las solicitudes de imagen institucional. http://www.solicitudesunimedios.unal.edu.co
- **Rediseño de la página principal:** Con el nuevo diseño se contempla la arquitectura de información, el adelgazamiento de información y la implementación de los parámetros de GEL y la NTC 5854 en la parte de usabilidad y accesibilidad http://unal.edu.co/
- **Desarrollo de la plantilla web institucional**: se desarrolló en HTML la plantilla para facilitarle a los desarrolladores de los sitios de la Universidad su implementación en los diferentes CMS http://www.plantillasweb.unal.edu.co/ numeral 1
- **Desarrollo de la plantilla de Correo**: La rutina fue programada en HTML para la adaptación en los diferentes dispositivos http://www.plantillasweb.unal.edu.co/ numeral 4.
- **Guía en línea:** se desarrolló las guías institucionales en la web con el fin de facilitarle a la comunicación interna su implementación en los desarrollos web http://identidad.unal.edu.co/guia-web/a-referentes-y-lineamientos/
- **Desarrollo de la aplicación que administra el contenido de las carteleras digitales:** a nivel Nacional, Sedes, Facultades y Dependencias. Teniendo en cuenta contenidos como fotografía, videos, contenidos nacionales y personalizados.
- **Rediseño y desarrollo de la página del Estatuto Administrativo** en typo3 para la administración de los comentarios que la comunidad interna le realizaba a cada capítulo. http://www.estatutopersonaladministrativo.unal.edu.co/
- **Desarrollo de la página de directorio de egresados**, para facilitar a los egresados la información pertinente http://egresados.unal.edu.co/directorio/ .
- **Rediseño y administración del sitio de distinciones** http://www.unal.edu.co/distinciones/
- **Desarrollo y administración de Rendición de Cuentas**: se desarrolló este sitio para tener una constante administración de contenidos por sedes http://rendiciondecuentas.unal.edu.co/
- **Desarrollo del formulario de aceptación de información para redición de cuentas** y generación de la alerta al correo de la persona encargada en planeación para la verificación de los datos http://www.solicitudesunimedios.unal.edu.co/ activar opción de rendición de cuentas para visualizar formulario.
- **Desarrollo del formulario de encuesta**: es necesario para el sitio del Proceso Permanente de Rendición de cuentas http://rendiciondecuentas.unal.edu.co/ y haga clic en "Ayúdenos a mejorar el Proceso Permanente de rendición de Cuentas – Encuesta-"
- **Desarrollo y administración del sitio de régimen disciplinario**: visualiza los comentarios a la nueva versión http://regimendisciplinario.unal.edu.co/
- **Modificación para adicionar servicios a valar en Solicitudes Unimedios:** Este sistema de información web permite controlar y administrar las solicitudes de imagen institucional orientados a web. http://www.solicitudesunimedios.unal.edu.co
- **Maquetación, corte y desarrollo de Metacampus,** a partir del diseño png el grupo de medios digitales lo integra a la herramienta de typo3 www.metacampus.unal.edu.co
- **Maquetación, corte y desarrollo de Especiales Unimedios,** http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/especiales.html

Detalle especiales Unimedios:

1	Formas de habitar la ciudad	07 -ene-2014
2	Estrategias para mejorar vidas	20-ene-2014
3	Retos medioambientales en Colombia: una apuesta por el futuro	03-feb-2014
4	Minería, minerales y medio ambiente	12-feb-2014
5	Alfonso López Michelsen	18-feb-2014
6	Partidos políticos y Educación Superior	05-mar-2014
7	"Obamacare": no es solo un problema de cobertura	18-mar-2014
8	El Cable, símbolo contemporáneo de patrimonio	02-abr-2014
9	"Diseño carcelario" y humanización de la reclusión	15-abr-2014
10	Candidatos a la Presidencia: de cara a la educación superior	02-may-2014
11	Situación de Ucrania	27-may-2014
12	Minería	17-jun-2014
13	Cambio Climático	02-jul-2014
14	Negociaciones y un eventual estado de posconflicto	23-jul-2014
15	Seguridad alimentaria, ética y conocimiento	04-ago-2014
16	Cultura, educación y memoria	11-ago-2014
17	Situación en Gaza	29-ago-2014
18	Salud Mental	15-sep-2014
19	Retos del agro y paro agrario	03-oct-2014
20	Tecnología al servicio de la salud	15-oct-2014
21	Fracking o fractura mientohidráulico	23-oct -2014
22	Chikungunya y Ébola	13-nov-2014

- **Diseño, desarrollo de la campaña institucional**: se visualiza y administra todos los contenidos de la campaña exprésate bien comunícate mejor expresa http://expresatebien.unal.edu.co/
- **Diseño y desarrollo de la página Facultad de veterinaria y de Zootecnia** http://medicinaveterinariaydezootecnia.bogota.unal.edu.co/
- **Desarrollo de formularios para los tramites embajada y Aero civil** con interfaces entre los sistemas de SIA y Sara y así general sus respectivas cartas los link son: http://www.dre.unal.edu.co/nc/formularios/aerocivil.html
- http://www.dre.unal.edu.co/nc/formularios/embajada.html

TRANSMISIONES EN DIRECTO POR EL CANAL PRISMA TV DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

- Transmisión de debates con MINTIC 18-feb 2014
- Transmisión de debates desde el cubo de Colsubsidio 26-feb-2014
- Transmisión de debates desde Manizales 05-mar-2014
- Transmisión de debates candidatos presidenciales 02-abr-2014
- Transmisión de rendición de cuentas 29 de mayo de 2014
- Transmisión foro de paz desde Orinoquia con PNUD 3 de junio 2014
- Transmisión foro de paz 4 y 5 de julio 2014
- Transmisión premiación comunica en paz 10 de julio 2014
- Transmisión foro de la paz 5 de agosto 2014
- Transmisión de debates educación y tecnología (1) 18 de septiembre 2014
- Transmisión Honoris Causa 25 de septiembre 2014
- Transmisión de debates educación y tecnología (2) 1 de octubre 2014
- Transmisión del evento de Rectoría UN con la embajada de Alemania 2 de octubre 2014
- Transmisión de debates educación y tecnología (3) 16 de octubre 2014
- Transmisión de debates 23 de octubre 2014
- Transmisión de debates desde Manizales 27 de octubre de 2014

ASESORÍA PERMANENTE A DEPENDENCIAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA EN ORIENTACIÓN WEB

- **SITIOS WEB – PLANTILLAS INSTITUCIONALES WEB:**
  SIA, Admisiones, DNTIC, OTIC Sede Bogotá, Revista Equilibrio, grupo de investigación EIBOS de la facultad de Ciencias, Facultad de Veterinaria y de Zootecnia, Planeación, vicerrectoria General, facultad de artes, HERMES,

Vicerrectoria de Investigación, dirección Nacional de Innovación Académica, Secretaria Sede Bogotá, Dirección Nacional de Pregrado y Posgrado, Facultad de Ciencias Económicas, Planeación Sede Bogotá, Vicerrectoria Académica, Maestría de Discapacidad, IPARM, Dirección Nacional de Relaciones Exteriores, Editorial, Registro, Bienestar Nacional, Bienestar Sede Nacional, FEGES, BDEFG, Toxicología, grupo de investigación IUN, facultad de Derecho, Facultad de Ingenieria, Programas de Egresados, Dirección Académica Sede Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas, Gerencia General, Sede Orinoquia, Instituto de Genética, Interventoria de Alimentos, Calidad, Divulgación Cultural, Museos, Comunica en paz, SINAB, Donaciones, Pediatría, Electrodiagnostica CIUM, Sede Manizales, Sede Medellín, Sede Caribe, Sede Amazonía, Universidad Central, Universidad UIS, Universidad Autónoma, Alcaldía de aguazul, Cámara de Comercio, Embajada de Alemania, Archivo Histórica, Universidad de la Sabana.

- **CIRCULAR**
  Sede Manizales: Secretaria de Sede, Facultad de Administración, Ingenieria, Ciencias, OTIC, Planeación, Bienestar, Unimedios,
  Sede Medellín: Facultad de Minas, Vicerrectoria, Unimedios,
  Sede Palmira: OTIC, Unimedios,
  Sede Caribe: Dirección,
  Sede Bogotá: OTIC, Secretaria de Sede, facultad de Medicina, Facultad de Veterinaria y de Zootecnia, Facultad de Artes, Bienestar, Planeación, Dirección Nacional de Personal

- **CARTELERAS DIGITALES**
  Sede Bogotá: Facultad de veterinaria, Facultad de odontología, Facultad de Ingenieria, Facultad de ciencias económicas, Facultad de Medicina, Vicerrectoria de investigación,
  Gerencia General, Registro, División de personal docente y administrativo, Admisiones,
  Museos, Divulgación,
  Sede Medellín: Facultad de Minas,
  Sede Manizales: Facultad de Administración; Facultad de Ciencias Exactas y Naturales,
  Sede Amazonia,
  Sede Orinoquia,
  Sede Caribe.

  Cantidad de carteleras:
  Implementadas son 5 (dos de bienestar sede bogota y tres de Palmira)
  Implementadas en demo son 2 (Manizales)
  Interesadas en implementar son: registro 2 monitores – Diseño Industrial (Luis Miguel tarquino) 3 monitores

REPORTE RCW

- Reporte 10 - 18 febrero 06 de marzo 2014 – Presentación consejo académico
- Reporte 11- 09 septiembre 2014 – Guía web

GOOGLE PLUS

- Se crea la Red Comunicadores y Webmaster 30 abril 2014 con 10 seguidores- 781 visitas miembros 8 e invitados 95

DESARROLLO DE APP iOS

- Circular circular.unal.edu.co

IMAGEN INSTITUCIONAL

- Señalización
  Solución de solicitudes a través de señalización provisional basada en el actual manual de Imagen Institucional.
- Tipografía institucional Ancízar
  Apoyo en la gestión de registro de la fuente. Seguimiento y control de entrega de la familia Tipográfica Ancizar a las dependencias con proyectos autorizados por la dirección de Unimedios para su uso. Envío de la tipografía en versiones actualizadas y en otras extensiones. Realización de pruebas para verificación de funcionalidad en los diferentes medios e informe de errores para ajustes para la orientación web
- Comité de imagen institucional
  Participación activa en el Comité de Imagen institucional, realizada de acuerdo a la necesidad, y realización de Actas en las siguientes fechas: Febrero 3 de 2014, Febrero 14 de 2014, Marzo 3 de 2014, Marzo 17 de 2014, Marzo 31 de 2014, Abril 21 de 2014, Junio 17 de 2014, Agosto 11 de 2014, Septiembre 1 de 2014, Los

objetivos de los comités es trabajar en temas tales como Tipográfica Ancizar, Rediseño de logos institucionales, Directrices, Campañas Institucionales, etc. y darle seguimiento a los mismos.

- Solicitudes a través de correo electrónico
  Para el año 2014 el promedio aproximado de solicitudes (correos) diarios es de 13,5**.** El total aproximado para este año (Enero a Noviembre) ha sido de 2901 correos a los cuales se les da respuesta de acuerdo a la complejidad de la solicitud incluyendo correcciones, retroalimentación y aval; el tiempo de respuesta para una solicitud son 3 días hábiles. Cabe anotar que también se realizan asesorías vía telefónica y personalizadas.
  Estas solicitudes pueden ser revisión y aval de piezas gráficas, digitales, industriales (promocionales, stands, etc), solicitud de platillas y logos institucionales, solicitud de papelería institucional, etc.
- Control y seguimiento de imagen institucional a través de toma fotográfica.
  Para 2014 se realizaron auditorias aleatorias y toma de evidencia fotográfica (5 mensuales) de piezas gráficas ubicadas en el campus y se realiza un informe mensual del uso incorrecto de la imagen institucional de estas piezas. (Anexos)
  Entre enero y abril se enviaron 87 mailings de revisión y observaciones a las piezas evidenciadas en el campus. A partir del mes de octubre se retoma el envío de los mailings enviando 5 mensuales para un total del 97 mailings para el año 2014.
- Asesorías
  Se realizaron asesorías personalizadas para aplicación del nuevo cabezote para mailing a los responsables de generar los postmaster de las diferentes dependencias de la universidad y También se realizaron asesorías generales en imagen institucional.
- Desarrollo de directrices
  Se desarrolló el borrador de la Guía de Identidad Gráfica en su primera parte para el nuevo logo símbolo institucional.
- Página de solicitudes Unimedios
  Se realizaron ejercicios de solicitudes reales en paralelo a través del correo de imagen y de la Página de Solicitudes de Unimedios para evaluar su correcto funcionamiento

SITIOS ADMINISTRABLES INTERNOS

Rectoría, Vicerrectoría General, Tumaco, orgullo UN, Debates, Identidad, Calidad, Donaciones, Rendición de cuentas, distinciones, circular, página principal, programas académicos y redes sociales.

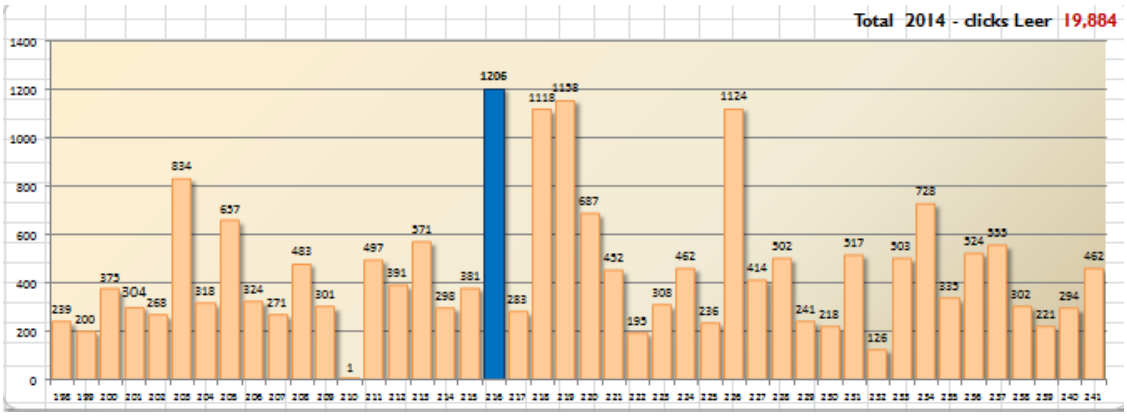
2 Informe de Estadísticas:

Para Unimedios es muy importante controlar la información que divulga, a continuación se presentan:

a. Boletín UN,

Este boletín se publica todos los jueves y tiene tres categorías (ver, Leer, escuchar).

- Leer

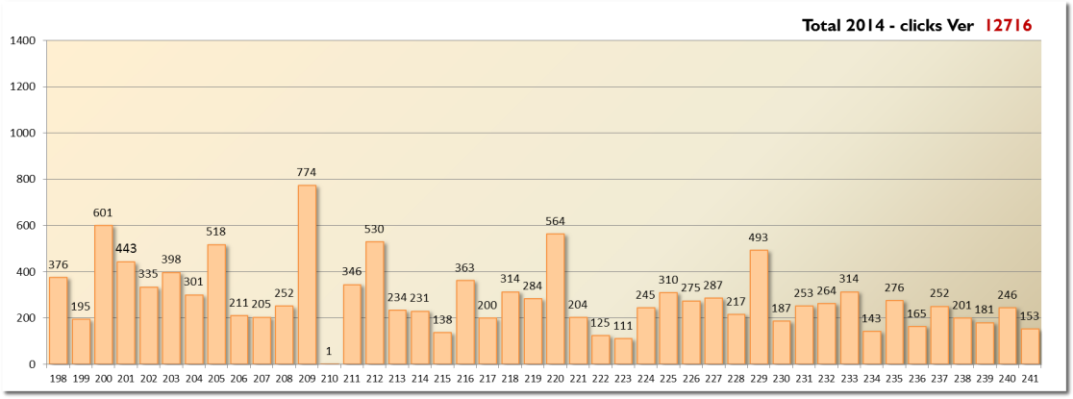


2014

ID	TITULO	FECHA	CLICKS
198	Isoftwarei permitirá sustentabilidad pesquera en san Andres	22.01.14	239
199	En Tumaco combaten los estigmas de la tuberculosis	29.01.14	200
200	Humedales de bogota se asfixian por plantas invasoras	05.02.14	375
201	Producen arroces más tolerantes al frio	13.02.14	304
202	Educacion debe posicionarse en la agenda electoral	19.02.14	268

203	Científicos hallan restos de un gigante Marino en Sachica Boyacá	26.02.14	834
204	Guía evitaría destrucción de las cavernas	05.03.14	318
205	Nueva arquitectura humaniza cárceles del país	12.03.14	657
206	Mutis no rindió cuentas de la expedición botánica	19.03.14	324
207	En nordeste antioqueno reducen 25 el uso de mercurio en minería	26.03.14	271
208	Los siete retos de la educación superior	02.04.14	483
209	Descubren 120 especies de líquenes que sorprenden por su biodiversidad	09.04.14	301
210	Determinan léxico de bebes colombianos y trastornos del lenguaje	22.04.14	1
211	Minería para construcción la cara ignorada del desastre ambiental	24.04.14	497
212	Descontaminar aire de bogota evitaría 21000 muertes en adultos	30.04.14	391
213	Abren cajas bicentenarios del sabio caldas	07.05.14	571
214	Arsénico pone en peligro acuíferos en santurban	14.05.14	298
215	Residuos de palma africana purifican agua y aire	21.05.14	381
216	**Las matemáticas detrás de la operación jaque**	**28.05.14**	**1206**
217	Método simula desarrollo de los huesos	04.06.14	283
218	Espirulina haría parte de la dieta colombiana	11.06.14	1118
219	ADN revela que no todos los indígenas de Colombia eran chibchas	18.06.14	1158
220	Reforma laboral monopolizaría ahorro pensional	25.06.14	687
221	El país cuenta con mapas detallados de zonas inundables	02.07.14	452
222	Cuatrecasas hogar de la flora del pacifico colombiano	09.07.14	195
223	Corales con potencial anticancerígeno en red mundial de investigación	16.07.14	308
224	Se mueve mano robótica que escucha	23.07.14	462
225	Nichos in vitro alternativa para estudiar la leucemia	30.07.14	236
226	La guerra que volvió a EEUU nuestro mayor socio comercial	06.08.14	1124
227	Ialfa sentantisi operación naval de alta tecnología	13.08.14	414
228	Rotavirus infectaría células cancerígenas	20.08.14	502
229	Dilemas de la reforma judicial	27.08.14	241
230	Los primeros libretos de la realidad colombiana	03.09.14	218
231	Arboles viejos vitales para mitigar calentamiento del planeta	10.09.14	517
232	Victimas ejemplo de compromiso con la paz	17.09.14	126
233	Recuperar la navegación en el magdalena una obra de ficción	24.09.14	503
234	Cuidado con la angustia de los niños	01.10.14	728
235	Criollas superelite del laboratorio al campo	08.10.14	335
236	Manos a la medida de sueños infantiles	15.10.14	524
237	Colombia no levanta cabeza al espacio	22.10.14	555
238	Montanas dificultan localización de rayos	29.10.14	302
239	Biotecnología recupera el ñame en la costa atlántica	05.11.14	221
240	Después del muro Alemania sigue buscando su identidad	12.11.14	294
241	Néctar de las flores pone a pensar a las abejas	19.11.14	462
	TOTAL		**19.884**

- Ver

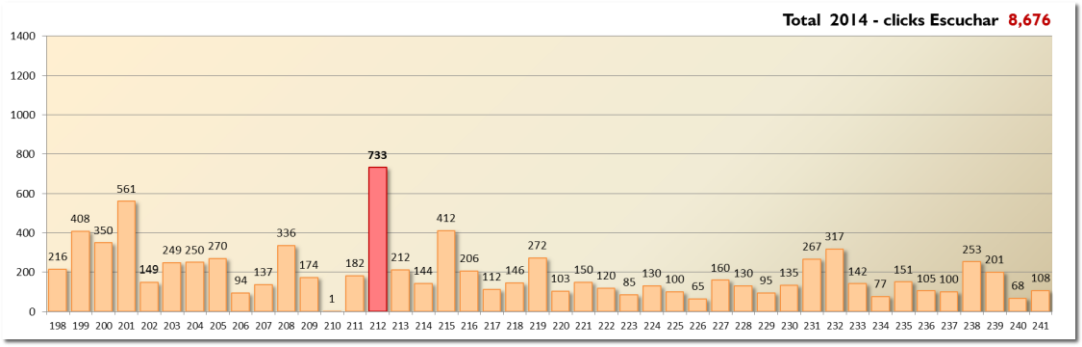


2014

ID	TITULO	FECHA	CLICKS
198	Cáncer de mama humanos y caninos	22.01.14	376
199	Deterioro progresivo del arbolado urbano	29.01.14	195
200	La energía de las nubes	05.02.14	601
201	Periquitos aliblancas en el amazonas	13.02.14	443
202	Alfonso Lopez Michelsen y la Universidad Nacional de Colombia	19.02.14	335

203	Osteoporosis	26.02.14	398
204	Qué lugar ocupara la educación superior en el próximo congreso	05.03.14	301
205	Uso del lenguaje con perspectiva de genero	12.03.14	518
206	Facultad de ciencias	18.03.14	211
207	Facultad de minas de la sede Medellín edificio m3	26.03.14	205
208	El cementerio de libros	02.04.14	252
209	**Candidatos a la presidencia de cara a la educación superior**	**09.04.14**	**774**
210	La estética	22.04.14	1
211	Cirugía de cadera asistida por computador	24.04.14	346
212	Guitarra y flauta	30.04.14	530
213	La espiral del cronotopo	07.05.14	234
214	Cáncer y proteína kinasa	14.05.14	231
215	Samoga tercera generación	21.05.14	138
216	Situación de ucrania	28.05.14	363
217	La un cuenta i parte	04.06.14	200
218	Jubilo inmortal	11.06.14	314
219	Bailando	18.06.14	284
220	Nubuponia fin de la agricultura	25.06.14	564
221	Grupo de investigación de alimentos frutales	02.07.14	204
222	El agro	09.07.14	125
223	Evento de entrega de reconocimientos	16.07.14	111
224	Conflicto y paz alejo Vargas	23.07.14	245
225	Gloria margarita varón	30.07.14	310
226	Vtr de que pacifico hablamos	06.08.14	275
227	Mil años de la música	13.08.14	287
228	Ovase	20.08.14	217
229	Corsario	27.08.14	493
230	Grupo de ambientes inteligentes adaptativos GAIA	03.09.14	187
231	Solab	10.09.14	253
232	Rodrigo Jimenez	17.09.14	264
233	El carpintero payaso de Chicaque	24.09.14	314
234	Museo de arte moderno de Medellín	30.09.14	143
235	Dúo de saxofones des souvenirs	08.10.14	276
236	Grupo de investigación en aplicación de nuevas tecnologías	15.10.14	165
237	Desarrollo rural	22.10.14	252
238	3x3 op 9	29.10.14	201
239	Colección apuntes maestros	05.11.14	181
240	Suicidio	12.11.14	246
241	Riesgo de desastre y gestión del riesgo en Manizales	19.11.14	153
	TOTAL		**12.716**

- Escuchar



2014

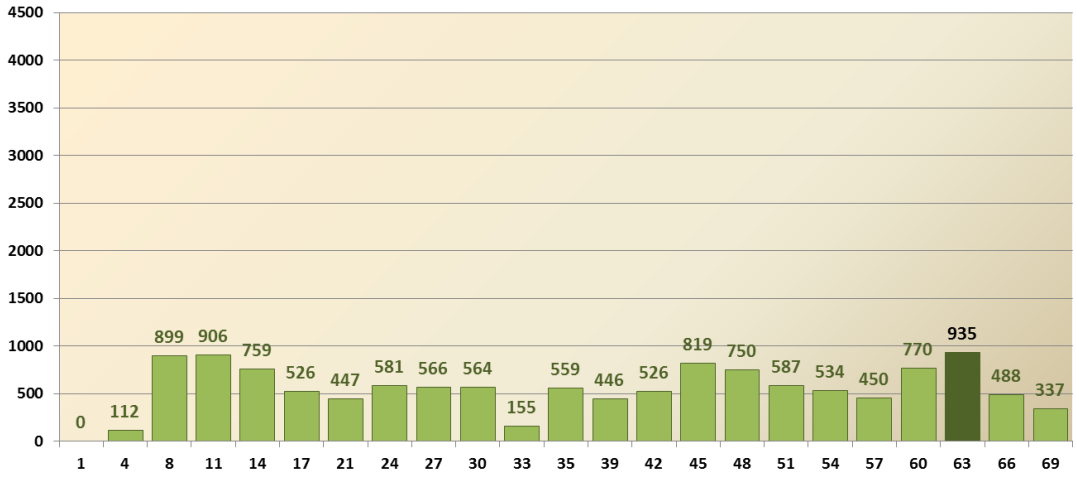
ID	TITULO	FECHA	CLICKS
198	Ética y seguridad alimentaria	22.01.14	216
199	Silvius leopold weiss 4	29.01.14	408
200	Salvador Dalí	05.02.14	350
201	70 años del fin del sitio de Leningrado	13.02.14	561
202	Juan Carlos Arciniega	19.02.14	149
203	Cárceles en Colombia	26.02.14	249
204	Latino resiste 20 años del ezln	05.03.14	250

205	Política en medios	12.03.14	270
206	Carlos Barreiro Ortiz homenaje	18.03.14	94
207	Atención farmacéutica en epilepsia	26.03.14	137
208	21 de marzo día nacional de la música colombiana	02.04.14	336
209	Heterogeneidad de la pobreza	09.04.14	174
210	DANE	22.04.14	1
211	Electroacústica en América latina y Colombia inicios	24.04.14	182
212	**Caldas tear trascendental hallazgo tectónico en Colombia**	**30.04.14**	**733**
213	Jóvenes compositores del conservatorio	07.05.14	212
214	Martes de temas sociales	14.05.14	144
215	La física de macondo	21.05.14	412
216	Ignacy Jan Paderewski	28.05.14	206
217	Restitución de tierras	04.06.14	112
218	Informe global 2014 desplazados internos por los conflictos y la violencia	11.06.14	146
219	Jazz Colombia	18.06.14	272
220	Transición y egreso hospitalario primera parte	25.06.14	103
221	Punk céltico	02.07.14	150
222	Desaparición en Colombia	09.07.14	120
223	Criminalidad en Medellín	16.07.14	85
224	Todo cambió en 1914	23.07.14	130
225	Microbios, ¿amigos o enemigos?	30.07.14	100
226	Entrevista a Rubén Mendoza	06.08.14	65
227	Crisis humanitaria en Chocó	13.08.14	160
228	Rock al parque, desde afuera	20.08.14	130
229	Conceptos políticos del islam	27.08.14	95
230	Las mujeres en un medio de hombres	03.09.14	135
231	Jueves de economía	10.09.14	267
232	Conflicto ucrania y Rusia	17.09.14	317
233	Resonancias música de cámara latinoamericana	24.09.14	142
234	Cairo 20	30.09.14	77
235	Educacion virtual	08.10.14	151
236	Martes de temas sociales	15.10.14	105
237	Nougaro diez años después	22.10.14	100
238	Movilidad académica 1	29.10.14	253
239	Qué bonito canciones variopintas	05.11.14	201
240	El papel del periodismo en los procesos de paz	12.11.14	68
241	Fact checking	19.11.14	108
			8.676

b. Orgullo UN

Campaña institucional que tiene tres categorías:

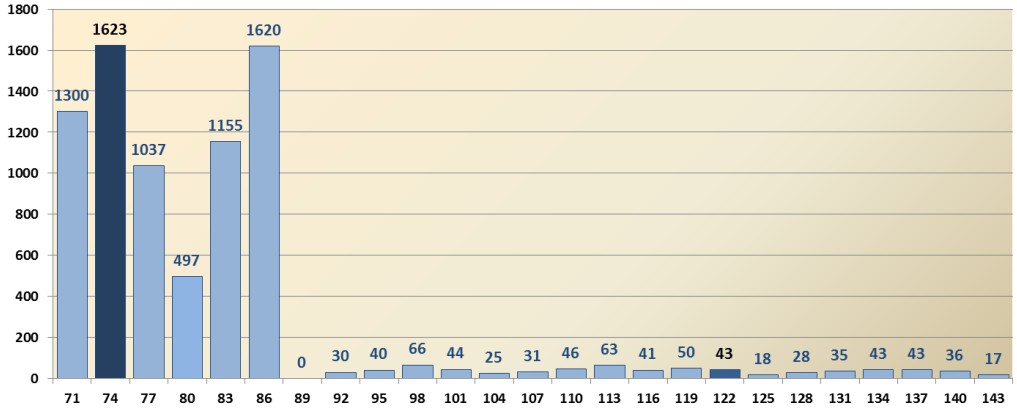
- Patrimonio:



ID	Título	Fecha	Clicks	Sede
72	Edificio Ciro Molina Garcés: ejemplo de arquitectura bioclimática en el país	02.01.14	414	Palmira
75	Biblioteca Efe Gómez, para la academia y cultura	19.01.14	489	Medellín
78	**Museo Entomológico (Bogotá), el más importante de tipo agrícola en la región Cundí-boyacense**	**31.01.14**	**694**	**Bogotá**
81	Ciudad Blanca resguarda colección de plantas secas, semillas y frutos	13.02.14	565	Bogotá
84	UN tiene el primer catálogo colombiano en insectos primitivos	26.02.14	685	Bogotá
87	Instituto de Ciencias Naturales cuenta con colección de peces	10.03.14	591	Bogotá
90	Maestría en Genética Humana recibe acreditación	25.03.14	0	Bogotá
93	Estadio Alfonso López: claridad conceptual	11.04.14	18	Bogotá
96	Edificio de Ciencias de la U.N.: epicentro del desarrollo	25.04.14	36	Bogotá
99	Observatorio Astronómico Nacional	09.05.14	9	Bogotá
102	U.N. custodia patrimonio documental de Manuel Ancízar	22.05.14	20	Bogotá
105	Sede de Bellas Artes: escenario artístico que trasciende	04.06.14	20	Bogotá
108	Ornitología U.N. la más completa colección de aves colombianas	17.06.14	31	Bogotá
111	U.N. en Palmira tiene la colección de insectos más grande del país	29.06.14	13	Palmira
114	Museo de suelos de la U.N., único en el suroccidente colombiano	13.07.14	18	Bogotá
117	Xiloteca de la U.N. Sede Medellín, referente mundial en maderas	28.07.14	11	Medellín
120	Micrófono de Jorge Eliécer Gaitán es custodiado por la U.N.	08.08.14	26	Bogotá
123	Campus Universitario de U.N. en Bogotá revolucionó concepto de ciudad en Latinoamérica	20.08.14	34	Bogotá
126	U.N. en Medellín alberga plantas recién descubiertas para la ciencia	03.09.14	27	Medellín
129	Única colección magnetofónica de obras colombianas de antaño está en la U.N.	16.09.14	13	Bogotá
132	Museo de la Ciencia y el Juego, pionero en Colombia	26.09.14	18	Bogotá
135	Herbario Agrario de la U.N.: el más completo de la Región Andina del país	08.10.14	23	Bogotá
138	Cien mil ejemplares integran colección de peces más documentada del país	22.10.14	16	Bogotá
141	Colección de crustáceos del Instituto de Ciencias Naturales, la más grande del país	04.11.14	27	Bogotá
144	U.N. custodia uno de los tres únicos ejemplares de pez graso en el mundo	14.11.14	51	Bogotá
	TOTAL		**3.849**	

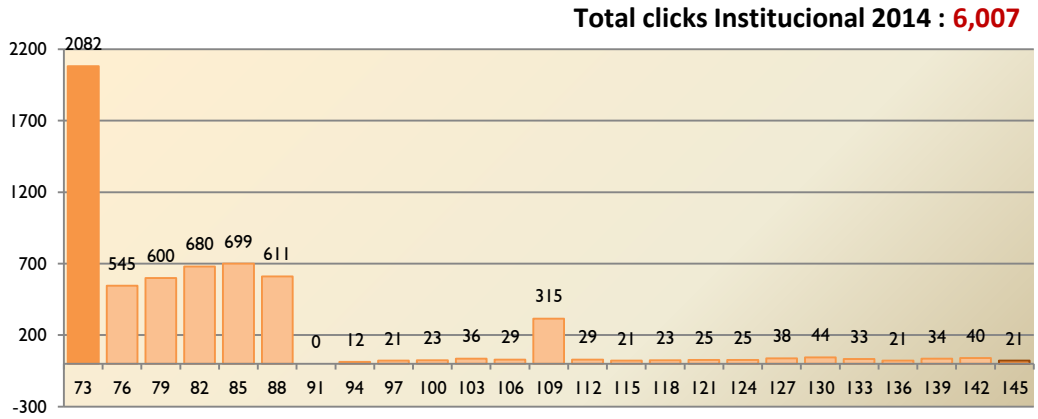
- Comunidad

Total clicks Comunidad 2014 : 7,931



ID	Título	Fecha	Clicks	Sede
71	Premio Henri Becquerel para física médica de la U.N.	31.12.13	1300	Bogotá
74	**Premio Corona para grupo interdisciplinar de investigación de la U.N.**	**26.01.14**	**1623**	**Medellín**
77	Premio "US Open Beer Championship" a cerveza hecha en casa	07.02.14	1037	Bogotá
80	U.N. en Manizales, campeona regional en tenis de mesa	12.02.14	497	Manizales
83	Egresado de la U.N. sobresale en las artes escénicas	25.02.14	1155	Bogotá
86	Estadístico de la U.N. recibe premio de la Universidad de California (Berkeley)	09.03.14	1620	Bogotá
89	Sociedad Americana de Ingenieros Civiles de EE. UU.	21.03.14	0	Bogotá
92	OPS y Red Cochrane Iberoamérica premian estudio	09.04.14	30	Bogotá
95	Premio Scopus en el área de Matemáticas	24.04.14	40	Manizales
98	Egresado de la U.N. gana premio nacional en Historia	08.05.14	66	Bogotá
101	Premio Juan March Cencillo de España a novela de escritor de la U.N.	21.05.14	44	Medellín
104	Diseñadores premiados en Concurso Nacional Mejores Trabajos de Grado Otto de Greiff'	05.06.14	25	Bogotá
107	Artista de la U.N. obtiene Premio Casa de las Américas	15.06.14	31	Bogotá
110	Grado de honor para ingeniero civil de la U.N. Sede Manizales	27.06.14	46	Manizales
113	Premio Otto de Greiff' para matemático de la U.N.	10.07.14	63	Bogotá
116	Científicos de la U.N. recibieron Premio Vida y Obra a los Investigadores Eméritos	24.07.14	41	Bogotá
119	Científico de la U.N. participó en descubrimiento de nuevo elemento químico	06.08.14	50	Bogotá
122	Profesor de la U.N. obtiene Premio Colombo-Suizo de Fotografía	20.08.14	43	Palmira
125	Premio continental a egresado de la U.N. Sede Palmira	02.09.14	18	Palmira
128	Uno de los "30 jóvenes que cambian el mundo" es de la U.N.	15.09.14	28	Manizales
131	Premio Vida y Obra Socolen 2014 a entomólogo de la U.N.	26.09.14	35	Palmira
134	Premio Alejandro Ángel Escobar para la U.N. por investigación en aves	08.10.14	43	Bogotá
137	Premio Ponce de León para Ingeniería Industrial	22.10.14	43	Bogotá
140	Premio latinoamericano para zootecnista de la U.N.	04.11.14	36	Palmira
143	Premio de la Organización de Estados Americanos para egresado de la Sede Manizales	14.11.14	17	Manizales
	TOTAL		**7.931**	

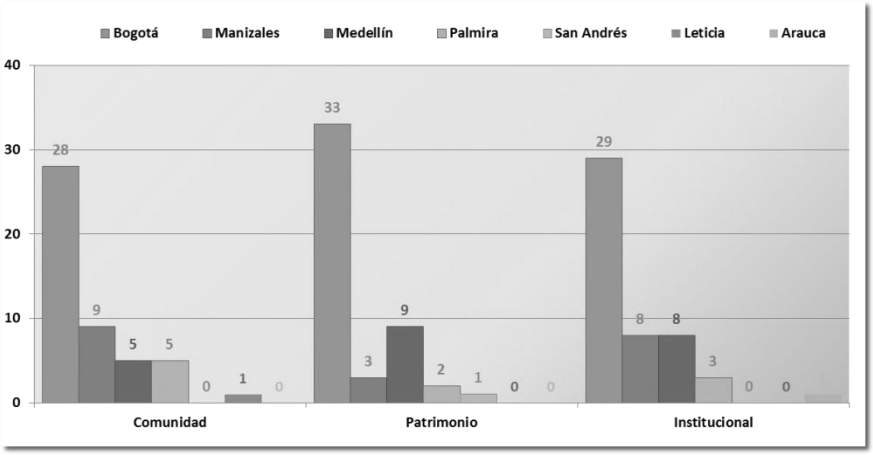
- Institucional:



ID	Título	Fecha	Clicks	Sede
73	**U.N., entre las mejores 350 universidades del mundo**	**03.01.14**	**2082**	**Bogotá**
76	UN Manizales, la mejor en prueba Saber - Eje Cafetero	21.01.14	545	Manizales
79	UN, líder en medallería a nivel distrital juegos ASCUN	02.02.14	600	Bogotá
82	U.N., pionera en política de equidad de género	14.02.14	680	Bogotá
85	AUIP premia cuatro maestrías de la U.N. en Medellín	27.02.14	699	Medellín
88	Maestría en Genética recibe acreditación alta calidad	12.03.14	611	Palmira
91	Maestría en Historia obtiene acreditación	28.03.14	0	Bogotá
94	Maestría en Enfermería con acreditación	13.04.14	12	Bogotá
97	Alta calidad de la Maestría en Toxicología	27.04.14	21	Bogotá
100	Orden Roberto López para la Facultad de Ciencias Agrarias	11.05.14	23	Medellín
103	Acreditación de alta calidad para Doctorado en Biología	23.05.14	36	Bogotá
106	U.N., par académico de la Sociedad Max Planck	05.06.14	29	Bogotá
109	Acreditación de alta calidad para laboratorio de suelos de la Sede Orinoquia	18.06.14	315	Arauca
112	U.N. crea primera Maestría en Actuaría de Colombia	01.07.14	29	Bogotá
115	Premio Orquídea de Oro para Grupo Gidia de la U.N. Sede Medellín	15.07.14	21	Medellín
118	En U.N. Sede Manizales, primer Centro de Excelencia en Latinoamérica	26.07.14	23	Manizales
121	Administración de Empresas de la U.N. Sede Palmira ingresa a ligas internacionales	10.08.14	25	Palmira
124	Acreditación en alta calidad para Doctorado en Matemáticas	22.08.14	25	Bogotá
127	U.N., certificada nuevamente en gestión de calidad	03.09.14	38	Bogotá
130	U.N. entregó al país 4.087 nuevos profesionales	17.09.14	44	Medellín
133	U.N. primera en Ranking U. Sapiens	30.09.14	33	Bogotá
136	Maestría en Ciencias Agrarias de la U.N. en Medellín recibe certificación de calidad	08.10.14	21	Medellín
139	Nuevos doctores honoris causa en la Universidad Nacional	23.10.14	34	Bogotá
142	U.N. integra equipo mundial de gran colisionador de hadrones	04.11.14	40	Manizales
145	Colección Apuntes Maestros, patrimonio de la U.N.	19.11.14	21	Bogotá
	TOTAL		**6.007**	

- En resumen:

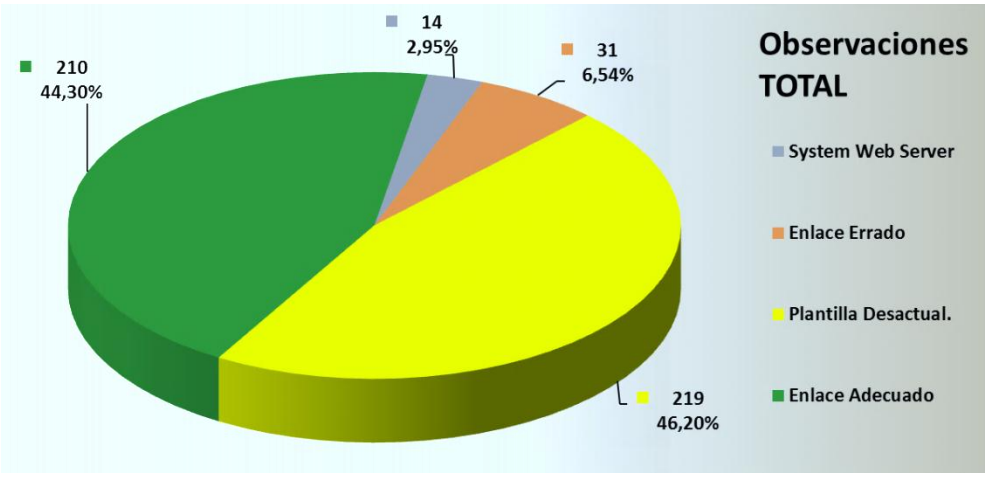
Orgullo UN por Sedes				
Sede	Comunidad	Patrimonio	Institucional	Total
Bogotá	28	33	29	90
Manizales	9	3	8	20
Medellín	5	9	8	22
Palmira	5	2	3	10
San Andrés	0	1	0	1
Leticia	1	0	0	1
Arauca	0	0	1	1
				145

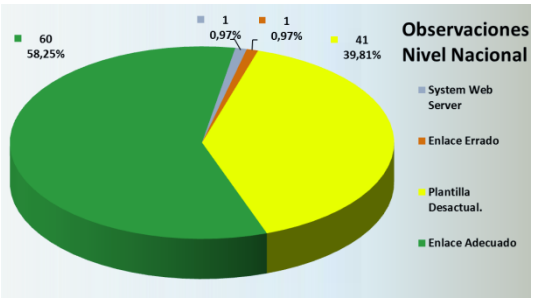


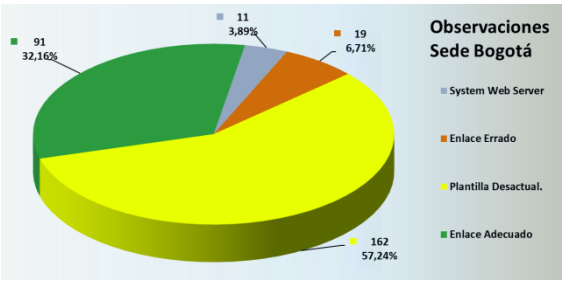
AUDITORIA A LOS SITIOS WEB DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA PRIMER SEMESTRE JUNIO DE 2013

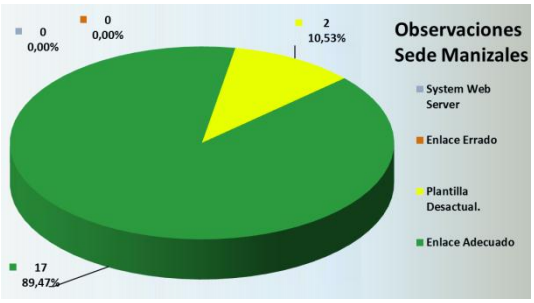
- Valoración sitios web:

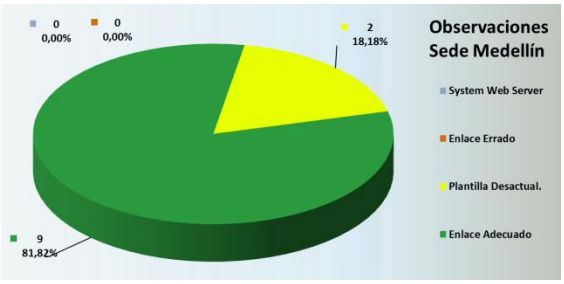
SEDE	CANTIDAD DE SITIOS	VALORACIÓN			
		SYSTEM WEB SERVER	ENLACE ERRADO	PLANTILLA DESACTUAL.	ENLACE ADECUADO
Nivel Nacional	**90**	1	1	41	60
Sede Bogotá	**252**	11	19	162	91
Sede Manizales	**17**	0	0	2	17
Sede Medellín	**9**	0	0	2	9
Sede Orinoquia	**5**	0	0	3	4
Sede Palmira	**25**	0	0	1	24
Sede Amazonas	**7**	0	0	7	2
Sede Caribe	**3**	0	0	1	2
Sede Tumaco	**1**	0	0	0	1
Sin Sede determinada	**13**	2	11	0	0
TOTAL	**422**	**14**	**31**	**219**	**210**

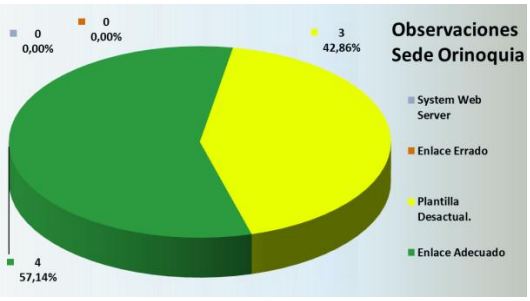


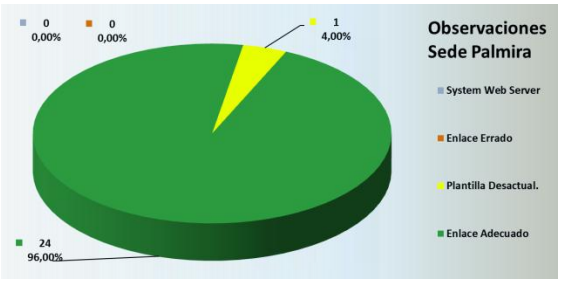


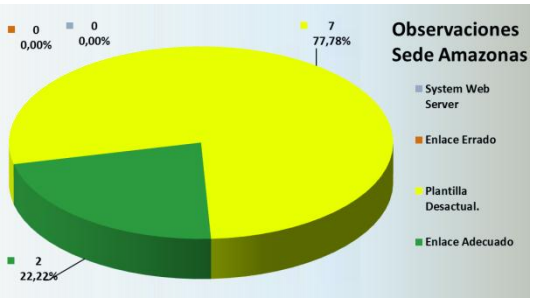


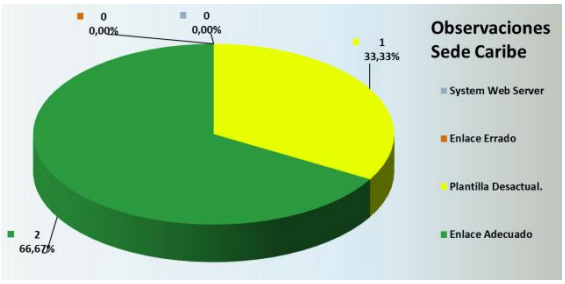


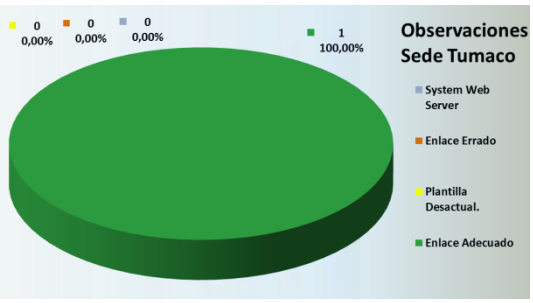


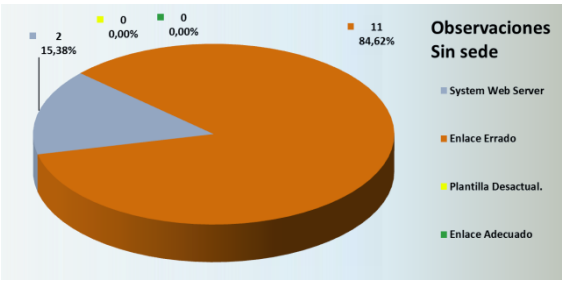






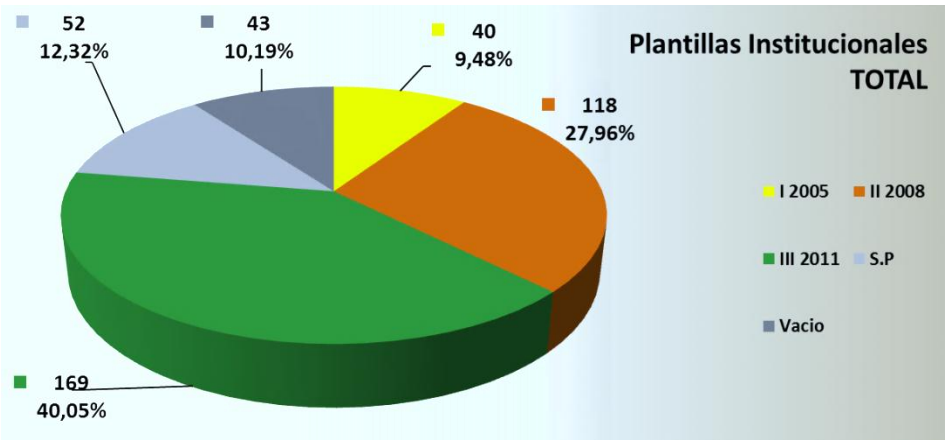


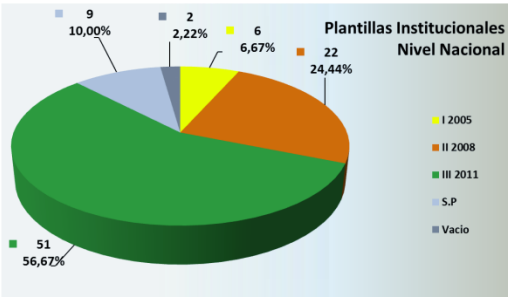


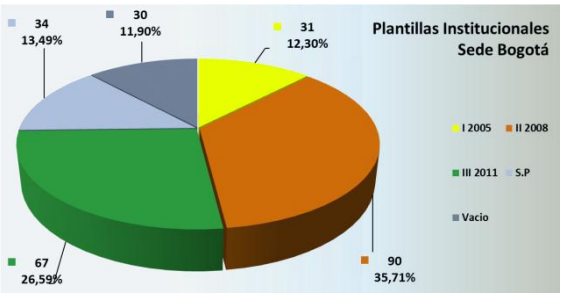


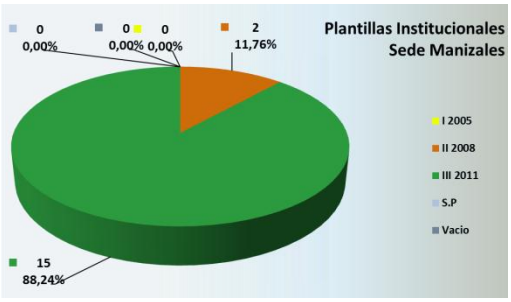
- Estado de plantillas web :

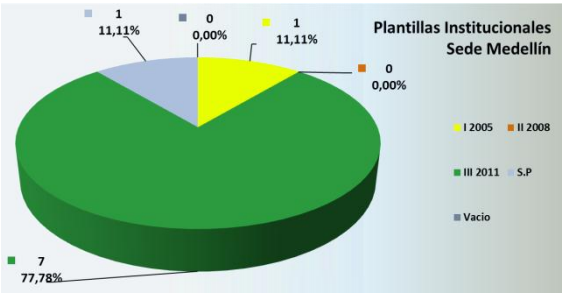
NOMBRE SITIO	CANTIDAD DE SITIOS	IMAGEN INSTITUCIONAL - PLANTILLA WEB				
		I 2005	II 2008	III 2011	S.P	VACIO
Nivel Nacional	**90**	6	22	51	9	2
Sede Bogotá	**252**	31	90	67	34	30
Sede Manizales	**17**	0	2	15	0	0
Sede Medellín	**9**	1	0	7	1	0
Sede Orinoquia	**5**	0	1	2	2	0
Sede Palmira	**25**	1	0	24	0	0
Sede Amazonas	**7**	1	3	0	3	0
Sede Caribe	**3**	0	0	2	1	0
Sede Tumaco	**1**	0	0	1	0	0
Sin Sede determinada	**13**	0	0	0	2	11
TOTAL	**422**	**40**	**118**	**169**	**52**	**43**

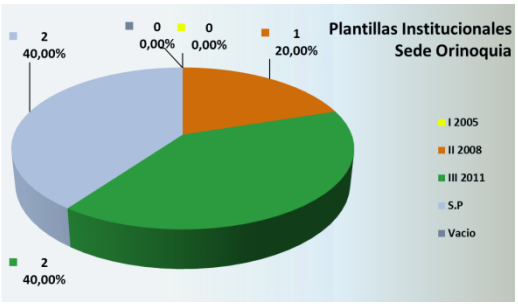

Plantillas Institucionales
TOTAL
52
12,32%
43
10,19%
40
9,48%
118
27,96%
169
40,05%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio

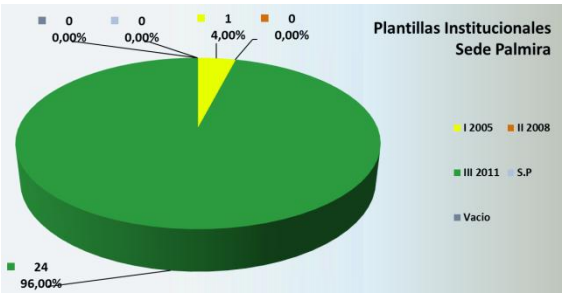

Plantillas Institucionales
Nivel Nacional
9
10,00%
2
2,22%
6
6,67%
22
24,44%
51
56,67%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio

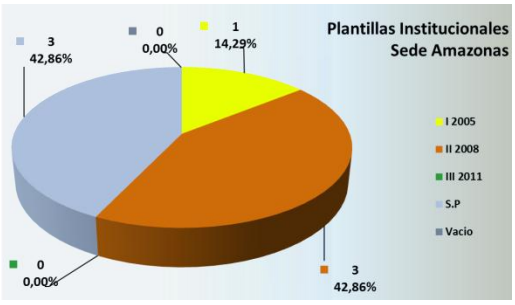

Plantillas Institucionales
Sede Bogotá
34
13,49%
30
11,90%
31
12,30%
67
26,59%
90
35,71%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio

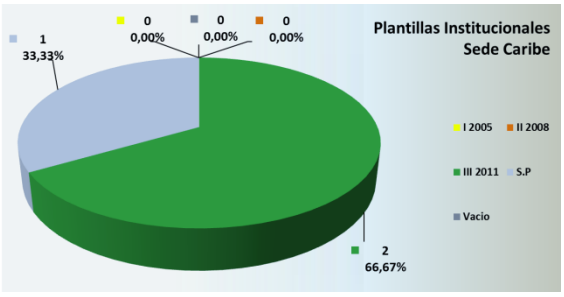

Plantillas Institucionales
Sede Manizales
0
0,00%
0
0,00%
0
0,00%
2
11,76%
15
88,24%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio

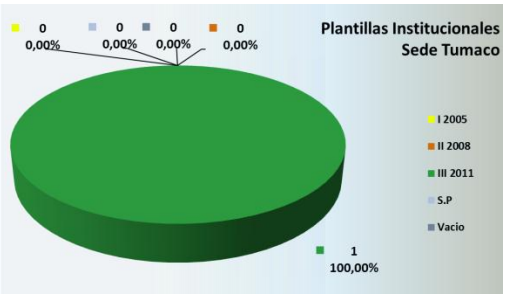

Plantillas Institucionales
Sede Medellín
1
11,11%
0
0,00%
1
11,11%
0
0,00%
7
77,78%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio

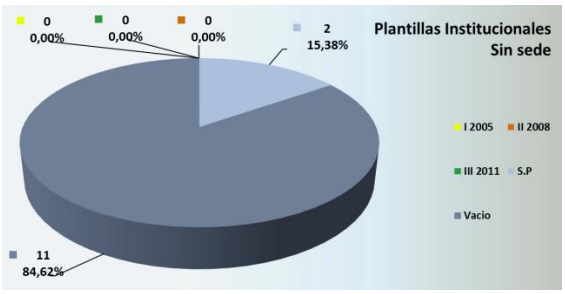

Plantillas Institucionales
Sede Orinoquia
2
40,00%
0
0,00%
0
0,00%
1
20,00%
2
40,00%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio


Plantillas Institucionales
Sede Palmira
0
0,00%
0
0,00%
1
4,00%
0
0,00%
24
96,00%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio


Plantillas Institucionales
Sede Amazonas
3
42,86%
0
0,00%
1
14,29%
0
0,00%
3
42,86%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio


Plantillas Institucionales
Sede Caribe
1
33,33%
0
0,00%
0
0,00%
0
0,00%
2
66,67%
I 2005
II 2008
III 2011
S.P
Vacio





3 Informe de ejecución financiera

En el año en curso, Medios Digitales recibió ingresos directos significativos de los siguientes productos:

- Rendición de Cuentas $ 6.000.000
- Juridica Nacional $ 2.000.000
- FMVZ $ 11.000.000
- Universidad Central - FEGES $ 18.000.000
- Interventoria de Alimentos $ 9.000.000
- Gerencia General $ 15.000.000
- Orinoquia $ 8.000.000
- Planeación – proyecto 2034 $ 15.000.000
- Personal $ 19.000.000

También intervino indirectamente en contratos asignados a otras oficinas de Unimedios

C•06

/ *Unidad Administrativa y Financiera*

Responsable: Jaime Lesmes

Informe de Administrativa y Financiera.

Las actividades de la Unidad Administrativa y Financiera Unimedios durante el periodo comprendido entre enero a noviembre de 2014 estuvieron encaminadas a desarrollar objetivos y metas como planear y garantizar la ejecución de los recursos en el marco de la normatividad, basado en la ejecución del ingreso y gasto, propendiendo por el fortalecimiento de UN Radio, UN Periódico, UN Televisión, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa y el servicio de Comunicación Estratégica y Medios Digitales, con el fin de fortalecer los espacios comunicativos de enlace entre la Universidad con la comunidad universitaria y la sociedad.

Los resultados de la gestión administrativa y financiera se muestran en dos fases los recursos por el Nivel Central y el Fondo Especial de Unimedios tanto en el ingreso como en el gasto a continuación se relacionan:

EMPRESA -1005 - NIVEL CENTRAL POR RUBROS				
	Apropiación	**Recaudado**	**Ejecutado**	**Disponibilidad**
Remuneración	622.034.845	622.034.845	620.337.243	1.697.602
Gastos Generales	1.969.385.554	1.239.756.378	1.210.124.755	29.631.623
TOTAL NIVEL CENTRAL	**2.591.420.399**	**1.861.791.223**	**1.830.461.998**	**31.329.225**

En este cuadro se está comparando lo recaudado frente a lo ejecutado y no frente a lo apropiado ya que este año la Universidad sujeto los gastos generales a la devolución de Iva y los rendimientos.

NIVEL CENTRAL EMPRESA 1005 – DETALLADO

	Ingresos		
	Apropiado	**Recaudado**	**%**
Total Ingreso	**2.591.420.399**	**1.861.791.223**	71,8
Gastos de Personal	**622.034.845**	**622.034.845**	**100,0**
Ingresos Corrientes	**116.176.000**	**182.031.803**	156,7
Devolución IVA	116.176.000	182.031.803	156,7
Otros			
Recursos de capital	**1.853.209.554**	**1.057.724.575**	57,1
Rendimientos Financieros	8.684.000	12.704.167	146,3
Excedentes Financieros Nivel Nacional	1.287.005.146	487.500.000	37,9
Excedentes Financieros-Nivel Central	557.520.408	557.520.408	100,0

	Gastos		
	Apropiado	**Ejecutado**	**%**
Total Gasto	**2.591.420.399**	**1.830.461.998**	**70,6**
Gastos de Personal	**622.034.845**	**620.337.243**	**99,7**
Remuneración por servicios	622.034.845	620.337.243	99,7
Gastos Generales	**1.969.385.554**	**1.210.124.755**	**61,4**
Compra de equipo	40.000.000	35.002.056	87,5
Materiales y Suministros	80.000.000	44.206.445	55,3
Mantenimiento	97.000.000	55.255.695	57,0
Viáticos y gastos de viaje	33.952.027	21.270.197	62,6
Impresos y publicaciones	1.628.433.527	997.453.981	61,3
Comunicación y Transporte	60.000.000	35.139.508	58,6
Impuestos, tasas y multas	30.000.000	21.796.873	72,7

En este cuadro se puede verificar que en gastos generales se ejecutó el 61% debido a que se realizaron economías en el mantenimiento en Radio y Televisión, se realizó otro ajuste en comunicación y transporte donde se dejó de ejecutar contratos con personas jurídicas en el arrendamiento de camionetas y se realizó una alianza con la Sede de Bogotá en el contrato de vales de Taxi donde se refleja un menor gastos.

NIVEL CENTRAL 1005

ÁREAS POR RUBROS

	Apropiación	**Recaudado**	**Ejecutado**	**Disponibilidad**
ÁREA RADIO - **NIVEL CENTRAL**				
Remuneración	207.344.949	207.344.949	206.498.582	846.367
Gastos generales	102.556.689	102.556.689	69.120.653	33.436.036
TOTAL NIVEL CENTRAL	**309.901.638**	**309.901.638**	**275.619.235**	**34.282.403**
ÁREA PRENSA - **NIVEL CENTRAL**				
Remuneración	207.344.948	207.344.948	206.518.130	826.818
Gastos generales	105.604.662	109.624.829	73.370.237	36.254.592
TOTAL NIVEL CENTRAL	**312.949.610**	**316.969.777**	**279.888.367**	**37.081.410**
ÁREA TELEVISIÓN - **NIVEL CENTRAL**				
Remuneración	207.344.948	207.344.948	207.320.531	24.417
Gastos generales	72.290.676	72.290.676	33.884.742	38.405.934
TOTAL NIVEL CENTRAL	**279.635.624**	**279.635.624**	**241.205.273**	**38.430.351**
ÁREA DIRECCIÓN - **NIVEL CENTRAL**				
Remuneración	0	0	0	0
Gastos generales	1.688.933.527	955.284.184	1.033.749.123	-78.464.939
TOTAL NIVEL CENTRAL	**1.688.933.527**	**955.284.184**	**1.033.749.123**	**-78.464.939**
TOTAL AREAS REMUNERACIÓN DISPONIBILIDAD				1.697.602
TOTAL AREAS GASTOS GENERALES DISPONIBILIDAD				29.631.623
Disponibilidad				**31.329.225**

Nota: Por el Nivel Nacional Nivel Central no está contemplado los rubros que puedan cubrir tanto en gastos de personal (Honorarios) como en gastos generales el área de Comunicación Estratégica por lo anterior todo el gasto lo asume el Fondo Especial de Unimedios con recursos propios.

Nota: el saldo negativo que se refleja en el área de Dirección es por el ingreso de UN. Periódico que depende del PAC de la Gerencia Nacional para trasladar los recursos para el pago a Casa Editorial El Tiempo.

EMPRESA -1011-FONDO ESPECIAL POR RUBROS				
	Apropiación	**Recaudado**	**Ejecutado**	**Disponibilidad**
Remuneración	1.143.746.899	953.946.739	912.473.815	41.472.924
Gastos Generales	467.474.869	663.108.029	292.457.906	370.650.123
TOTAL FONDO ESPECIAL	**1.611.221.768**	**1.617.054.768**	**1.204.931.721**	**412.123.047**

FONDO ESPECIAL EMPRESA 1011 - DETALLADO

	Ingresos		
	Apropiado	**Recaudado**	**%**
Total Ingreso	**1.611.221.768**	**1.617.042.348**	**100,4**
Ingresos Corrientes	**727.064.000**	**730.311.906**	100,4
		0	
Otros		120.000	
Bienes Inmuebles (Centro de Conve.)	84.000.000	69.765.000	83,1
OP. Internas por prestación de servicios	412.701.000	511.763.717	124,0
Publicidad y Patrocinios	110.000.000	16.006.993	14,6
Devolución de Iva	88.093.000	111.539.472	126,6
Realización de Programas	32.270.000	21.116.724	65,4
Recursos de capital	**884.157.768**	**886.730.442**	100,3
Rendimientos Financieros	27.467.000	30.039.674	109,4
Excedentes de liquidez	856.690.768	856.690.768	100,0

En este cuadro se refleja que hay unos ingresos que superaron lo proyectado en el 2013 y otros solo alcanzaron el 14%; esto compenso de alguna manera el recaudo en toda la vigencia, pero hay que tener en cuenta que hubo una reducción en el presupuesto del fondo especial y se dejo de percibir significativamente ingresos por convenios o contratos interadministrativos esto debido a la Ley de garantías por elecciones presidenciales.

	Gastos		
	Apropiado	**Ejecutado**	**%**
Total gastos	**1.611.221.768**	**1.204.931.721**	**74,8**
Gastos de Personal	**1.143.746.899**	**912.473.815**	**79,8**
Remuneración por servicios	1.142.746.899	912.473.815	79,8
Estimulo Estudiantes Auxiliares	1.000.000	0	
Gastos Generales	**467.474.869**	**292.457.906**	**62,6**
Compra de equipo	62.860.000	17.395.706	27,7
Materiales y Suministros	24.600.000	11.750.566	47,8
Mantenimiento	55.000.000	14.180.797	25,8
Servicios Públicos	2.400.000	2.366.949	
Arrendamientos	47.500.000	29.069.439	61,2

Viáticos y gastos de viaje	12.000.000	5.752.583	47,9
Impresos y publicaciones	170.978.222	143.550.379	84,0
Comunicación y Transporte	34.065.647	28.266.057	83,0
Seguros	7.871.000	352.512	
Otros gastos de Operación	1.000.000	260.006	26,0
Bienestar y capacitación	0	0	
Apoyo logístico para eventos Acáde.	16.000.000	9.203.145	57,5
Operaciones Internas por adquisiciones	23.500.000	21.791.820	92,7
Impuestos, tasas y multas	9.700.000	8.517.947	87,8

Este cuadro refleja que la mayor ejecución en gastos fue en el rubro de Remuneración por servicios técnicos el cual tiene un porcentaje del 79.8% de su ejecución de los compromisos adquiridos, este aumento se debe a la reducción en funcionamiento por el Nivel Central y que el fondo especial ha asumido estas obligaciones.

FONDO ESPECIAL 1011

	Apropiación	**Recaudado**	**Ejecutado**	**Disponibilidad**
ÁREA RADIO - **FONDO ESPECIAL**				
Remuneración	56.250.727	42.739.359	42.738.456	903
Gastos Generales	31.000.000	11.920.361	16.551.844	-4.631.483
TOTAL FONDO ESPECIAL	**87.250.727**	**54.659.720**	**59.290.300**	**-4.630.580**
ÁREA PRENSA - **FONDO ESPECIAL**				
Remuneración	61.889.463	42.922.463	42.546.376	376.087
Gastos Generales	0	0	0	0
TOTAL FONDO ESPECIAL	**61.889.463**	**42.922.463**	**42.546.376**	**376.087**
ÁREA TELEVISIÓN - **FONDO ESPECIAL**				
Remuneración	244.192.764	195.775.439	195.775.439	0
Gastos Generales	29.070.000	99.756.469	26.680.354	73.076.115
TOTAL FONDO ESPECIAL	**273.262.764**	**295.531.908**	**222.455.793**	**73.076.115**
ÁREA DIRECCIÓN - **FONDO ESPECIAL**				
Remuneración	242.513.945	242.513.945	201.423.423	41.090.522
Gastos Generales	166.566.647	236.793.473	121.385.054	115.408.419
TOTAL FONDO ESPECIAL	**409.080.592**	**479.307.418**	**322.808.477**	**156.498.941**
ÁREA ESTRATEGICA – **FONDO ESPECIAL**				
Remuneración	474.000.000	407.714.640	407.709.228	5.412
Gastos Generales	187.838.222	233.253.619	114.540.466	118.713.153
TOTAL FONDO ESPECIAL	**661.838.222**	**640.968.259**	**522.249.694**	**118.718.565**
ÁREA CENTRO DE CONVENCIONES – **FONDO ESPECIAL**				
Remuneración	64.900.000	22.280.893	22.280.893	0
Gastos Generales	53.000.000	81.384.107	13.300.188	68.083.919
TOTAL FONDO ESPECIAL	**117.900.000**	**103.665.000**	**35.581.081**	**68.083.919**

TOTAL AREAS REMUNERACIÓN DISPONIBILIDAD	41.472.924
TOTAL AREAS GASTOS GENERALES DISPONIBILIDAD	370.650.123
Disponibilidad	**412.123.047**

INGRESOS Y GASTOS POR CONTRATOS EXTERNOS

INFORME EJECUCIÓN PROYECTOS EXTERNOS 2014

Proyecto Externos	Vr del contrato	Recaudado	Comprometido	Saldo
Ministerio de Cultura	227.396.703	227.396.703	227.396.703	0
			TOTAL	0

Conclusiones:

En el siguiente cuadro se puede evidenciar que el Fondo Especial ha tenido que realizar un gran esfuerzo financiero para sostener los productos y el personal que desarrolla estas actividades misionales de la Universidad, pero se está afectando o desfinanciando otros proyectos que también son parte misional de la Unidad de Medios de Comunicación.

Fuente	Remuneración	%
Fondo Especial	912.473.815	59 %
Nivel Central	622.034.845	41%
Total	**1.534.508.660**	**100 %**

Por otra parte, se muestra la ejecución a noviembre de 2014 de los proyectos de Inversión de la Unidad de Medios de Comunicación, donde se puede evidenciar que dentro de los 6 proyectos aprobados por la Oficina Nacional de Planeación se tuvo una ejecución total del 96%

PROYECTOS DE INVERSIÓN
PLAN DE DESARROLLO 2013-2015
UNIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Proyecto	Apropiación	Ejecutado	Disponibilidad	%
ICN	580.848.091	569.043.258	11.804.833	98
APA	120.786.710	116.891.700	3.895.010	97
MCO	207.000.000	189.454.290	17.545.710	92
SCD	444.590.724	441.079.556	3.511.168	99
PCO	55.144.000	37.372.800	17.771.200	68
RUN	41.285.140	36.349.436	4.935.704	88
TOTAL	**1.449.654.665**	**1.390.191.040**	**59.463.625**	**96**

INGRESOS AUDITORIO ALFONSO LOPEZ PUMAREJO

El servicio de alquiler del Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo para la presente vigencia arrojó el siguiente resultado:

DEPENDENCIA	EVENTOS PAGOS		EVENTOS SIN RETRIBUCIÓN ECONÓMICA (subsidiados por UNIMEDIOS)
	PAGADOS	PENDIENTES DE PAGO	
NIVEL NACIONAL	$ -	$ -	$ 93.420.000
SEDE BOGOTA	$ 46.525.000	$ 930.000	$ 13.620.000
SEDE CARIBE	$ -	$ 6.636.000	$ -
SOLICITANTE EXTERNO	$ 23.240.000	$ -	$ -
TOTAL	**$ 69.765.000**	**$ 7.566.000**	**$ 107.040.000**

De los 77. Millones de los eventos pagos el 70% son de las facultades de la Universidad y el 30% entidades externas.

A continuación se discriminan los eventos sin retribución económica por nivel:

EVENTOS SIN RETRIBUCIÓN ECONÓMICA	NIVEL NACIONAL	SEDE BOGOTA	UNIMEDIOS
	$ 65.690.000	$ 13.620.000	$ 27.730.000
	61%	13%	26%

CONSOLIDADO AUDITORIO ALFONSO LOPEZ PUMAREJO 2014

DEPENDENCIA	Recursos
Total Eventos con Pago (ingreso real)	$ 77.331.000
Total Eventos sin retribución económica	$ 107.040.000
Total ingresos calculado por Eventos 2014	**$ 184.371.000**

De los 107 millones que se prestó el auditorio sin retribución económica, el 61% fueron de las dependencias del Nivel Nacional, el 26 % lo utilizo Unimedios para grabaciones de sus diferentes programas y debates, el restante la Sede Bogotá con un porcentaje del 13%.

ANEXOS