



BALANCE SOCIAL
VIGENCIA 2020

UNIMEDIOS

#SomosUNAL

TRANSFORMACIÓN
DIGITAL
INNOVACIÓN CON CONCIENCIA SOCIAL

PROYECTO CULTURAL, CIENTÍFICO Y COLECTIVO DE NACIÓN



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

/// Informe de Proyectos

Plan Global de Desarrollo 2019-2021

En el presente informe se destacan los principales logros y desarrollos consolidados durante el 2020 por Unimedios y sus oficinas y se proporcionan las bases para ejecutar los proyectos estratégicos propuestos, los cuales están orientados tanto a fortalecer las funciones misionales, como a potenciar las acciones en comunicación que buscan difundir y divulgar el conocimiento generado en nuestra Institución como elementos de cohesión de la comunidad universitaria y de articulación, tanto con las comunidades académicas nacionales e internacionales, como con la sociedad.

Para aportar al cumplimiento de los compromisos misionales de la Universidad, Unimedios a través de sus oficinas y la articulación con los enlaces con otras instancias de comunicación en las sedes y el nivel nacional, ha propendido por el desarrollo de herramientas y contenidos de calidad académica y periodística, que buscan la divulgación del conocimiento, de la información oficial, comunicación interna, estratégica y corporativa y la consolidación de la Universidad Nacional de Colombia como una institución innovadora que aporta al conocimiento y al desarrollo del país.

Unimedios continúa fortaleciendo su liderazgo en los procesos de comunicación y visibilidad de la producción científica, cultural, académica, investigativa, artística y tecnológica de la Universidad a través de medios como prensa, radio, televisión, medios digitales, redes sociales y comunicación estratégica atendiendo las nuevas dinámicas de comunicación que se presentaron durante este año a causa de la pandemia por la COVID-19.

Proyecto 351: Organización, mejoramiento y fortalecimiento de la imagen, la comunicación estratégica y el entorno digital de la UNAL

Objetivo General

Organizar, mejorar y fortalecer la imagen, la comunicación estratégica y el entorno digital de la UNAL para continuar posicionándola como la institución de educación superior más representativa del país exaltando su producción académica, científica, cultural y artística.

Objetivo 1

Actualizar las directrices, lineamientos y guías de identidad de acuerdo con la creación de nuevos elementos acordes a los cambios de paradigmas de la Universidad y la sociedad.

INICIO PROYECTO: 2019/09/02
FINALIZACIÓN PROYECTO: 2021/12/30

META 1.1		EJECUCIÓN
Determinar el uso y aplicación del elemento de identidad UNAL en la V1.0 para el segundo Semestre del 2021		60%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Generación del elemento de identidad UNAL	2020/09/02	2020/12/30
Registro del elemento de identidad UNAL ante las entidades pertinentes como elemento de identidad	2020/05/31	2021/05/31
Modificación de la Resolución de Rectoría No 175 del 2 de marzo de 2016	2020/12/31	2021/12/30
Generación de las directrices de uso y aplicación del elemento de identidad UNAL	2020/12/31	2021/12/30
Actualización y modificación de las directrices del sitio web identidad.unal.edu.co que incluya el elemento de identidad UNAL	2020/12/31	2021/12/30
Aplicación de las estrategias de implementación, difusión y posicionamiento del sitio web identidad.unal.edu.co	2020/12/31	2021/12/30
META 1.2		EJECUCIÓN
Elaborar la Guía para la demarcación e identificación de los edificios de las sedes de la UNAL para el segundo semestre de 2020		70%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Reconocimiento de los distintos campus de la UNAL	2019/03/29	2020/03/29
Análisis de la información recolectada y definición de tipologías	2019/12/31	2020/06/29
Definición del diseño de las piezas	2020/02/29	2020/12/31
Buenas prácticas y posibles ubicaciones	2020/05/31	2021/01/31
Construcción e implementación de la Guía	2020/05/31	2021/03/31

- Se registró la Marca nominativa UNAL y se encuentra registrada.
- Se definieron las tipologías de demarcación de edificios.
- Se ha venido trabajando en la creación de una herramienta útil (Guía) para los procesos creativos, de diseño e implementación de sistemas de la señalización en la UNAL, con las recomendaciones y directrices que presentará esta Guía se aportará al mejoramiento de la imagen institucional y se facilitará la toma de decisiones durante los procesos relacionados a los sistemas de demarcación y señalización dentro de los campus y edificaciones de las nueve sedes de la institución. La Guía va avanzando en sus estudios de soporte y estructura base y en el 2021 se podrá contar con la versión 1.0.

Objetivo 2

Crear, actualizar y desarrollar herramientas dinámicas que ayuden a fortalecer la divulgación de los contenidos convergentes generados por Unimedios y la UNAL.

META 2.1		EJECUCIÓN
Rediseñar y desarrollar para el primer semestre de 2021 la página web de la UNAL de acuerdo con los estándares de diseño, comunicación e información		30%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Definición de los perfiles y usuarios de la página.	2019/09/02	2019/10/04
Encuesta de satisfacción de los usuarios de la página web de la UNAL	2019/09/02	2019/12/30
Comparativo de mercados (benchmarking) con las páginas de las principales universidades del mundo y de la región	2019/09/02	2019/12/30
Test de usuario (cardsorting) con los términos que se encuentran en la página actualmente y algunos derivados de las actividades anteriores	2019/12/31	2020/03/30
Creación de un prototipo	2020/03/31	2020/06/29
Pruebas de usuario de acuerdo con los perfiles ya definidos con el prototipo diseñado	2020/06/30	2020/08/30
Ajustes al prototipo	2020/07/31	2020/09/29
Realización del diseño definitivo	2020/08/31	2020/10/30
Definición de la versión de la plataforma (TYPO3), método de migración y componentes por desarrollar de acuerdo con el diseño definitivo	2020/08/31	2020/10/30
Preparación de la infraestructura tecnológica necesaria para la implementación de la nueva página principal	2020/08/31	2020/10/30
Desarrollo del nuevo sitio de acuerdo con las condiciones definidas	2020/10/30	2021/03/29
Pruebas del nuevo sitio	2020/12/31	2021/03/29
Implementación y puesta en marcha	2021/01/31	2021/04/11
META 2.2		EJECUCIÓN
Desarrollo de una plataforma que permita la convergencia de todos los contenidos producidos por Unimedios (alimentación de los canales de Unimedios)		40%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Levantamiento de los requerimientos funcionales de la plataforma con las partes interesadas (productores de contenido)	2019/09/02	2019/10/04
Definición de los requerimientos técnicos	2019/09/02	2019/11/29
Diseño y creación de prototipo	2019/11/30	2020/01/30

Socialización y pruebas de usuario del prototipo	2020/01/31	2020/05/30
Ajustes al prototipo	2020/05/31	2020/07/30
Desarrollo de la plataforma y el diseño de acuerdo con las funcionalidades y requerimientos técnicos previamente definidos	2020/07/31	2020/12/30
Migración y pruebas de la plataforma	2020/12/31	2021/04/29
Implementación y puesta en marcha	2021/02/28	2021/06/29

META 2.3		EJECUCIÓN
Evaluar la viabilidad para la implementación de una plataforma unificada de administración para todos los sitios web de la UNAL		25%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Levantar información sobre el estado actual (hardware y software) de las páginas web de la UNAL	2019/09/02	2020/06/30
Analizar el estado actual de la administración de las páginas web de la UNAL	2020/07/01	2020/09/30
Establecer la lista de requerimientos técnicos, de seguridad y funcionales (talento humano, hardware, software y comunicaciones)	2020/10/01	2021/02/28
Presentar el documento final con los resultados del estudio de viabilidad	2021/03/01	2021/11/30

META 2.4		EJECUCIÓN
Rediseño y desarrollo del sistema de información Agenda Unificada (Circular UNAL) para el segundo semestre de 2020		70%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Diagnóstico del estado del sistema	2019/09/02	2019/10/04
Evaluación técnica	2019/09/02	2019/09/29
Evaluación funcional	2019/09/02	2019/09/29
Comparativo de mercados (benchmarking) con sistemas similares	2019/09/02	2019/10/30
Exploración de tecnologías que puedan fortalecer el sistema (blockchain, dapps, pagos, frameworks)	2019/09/30	2020/02/28
Definición de nuevas funcionalidades	2019/12/31	2020/02/08
Creación de cronograma de actividades	2019/12/31	2020/02/08
Desarrollo, integración y actualización	2020/02/29	2020/09/29
Pruebas de usuarios	2020/05/31	2020/10/30
Implementación y puesta en marcha	2020/08/31	2020/12/30

- Con respecto a la plataforma de convergencia se tienen los siguientes productos puestos en marcha:

Orgullo UNAL <http://orgullo.unal.edu.co>
 Debates UNAL <http://www.debates.unal.edu.co>
 Programas académicos <http://programasacademicos.unal.edu.co>
 Agencia de Noticias <http://dev2.unal.edu.co>
 Podcast <http://podcast.unradio.unal.edu.co>

- Con respecto al rediseño de la página principal, esta ya se tiene desarrollada como se puede ver en este enlace <http://bit.ly/3aCrgAC>
- Se tiene el desarrollo de Circular UNAL <http://dev3.unal.edu.co/> y de la aplicación para dispositivos móviles.

Objetivo 3

Generar una comunicación estratégica orientada a fortalecer el posicionamiento y la imagen de la UNAL.

META 3.1		EJECUCIÓN
Implementar el uso de una herramienta (aplicación) tecnológica que ayude a gestionar las cuentas de redes sociales oficiales e institucionales (sedes) de la UNAL teniendo en cuenta la normatividad vigente de manejo de datos personales.		80%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Diagnóstico y evaluación de las herramientas tecnológicas existentes Vs la herramienta actual de la UNAL	2019/09/02	2019/11/08
Definición de la herramienta o herramientas necesarias	2019/10/07	2019/12/31
Prueba piloto de funcionamiento y manejo de la herramienta	2020/01/02	2020/06/30
Socialización de la herramienta	2020/07/01	2020/12/31
Seguimiento y evaluación	2021/01/04	2021/11/30

Durante este 2020 se continuó trabajando en la configuración, capacitación y uso de la herramienta Hootsuite para los participantes a los que se les dio un usuario para que pudieran implementarla en su trabajo diario con las redes sociales oficiales e institucionales; se realizaron dos workshops (uno de manera presencial y otro de forma virtual), con la asistencia de todos los usuarios que hacen parte del gestor y se comenzaron a realizar comités mensuales de redes sociales. El trabajo realizado durante este 2020, nos ha permitido ser un gran referente en temas de comunicación y manejo de redes sociales permitiéndonos:

- Participar como expertos en el webinar digital “Retos Avanzados de Formación en Digital”.

- En el reporte de la empresa Servimedios denominado “**Impacto del COVID-19 en el consumidor colombiano**” generado en el mes de mayo del presente año, la UNAL fue una de las marcas que ganó aprecio durante la contingencia y como una empresa que se mostró cercana y colaboradora con la comunidad en tiempo de crisis.
- Durante el año también se actualizó el ABC de Redes Sociales de la UNAL con un cuadro de análisis de interacciones para las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram y se incluyó un nuevo punto denominado D. Protocolo de Crisis.
- En el mes de octubre tuvimos la oportunidad de postularnos a los premios #LatamDigital que se realizan anualmente y gracias a esto logramos ser nominados en cuatro categorías con las campañas institucionales #SomosUNAL y Donaciones UNAL y ganar en primer lugar en una de ellas, ocupar el segundo lugar en otras dos y el tercero en otra.

Pilar: Inteligencia Digital Empresarial

Categoría: Mejor Campaña de Canalización de Procesos en Social Media

Nombre del Proyecto: #SomosUNAL

Primer puesto

Pilar: Marketing Digital

Categoría: Mejor Campaña Digital Institución Educativa

Nombre del Proyecto: #SomosUNAL

Segundo puesto

Pilar: Inteligencia Digital Empresarial

Categoría: Mejor Campaña Apoyada en Escucha Digital

Nombre del Proyecto: #SomosUNAL

Segundo puesto

Pilar: Emprendimiento Digital

Categoría: Mejor apoyo Gubernamental a la PYME digital

Nombre del Proyecto: Campaña Donaciones UNAL

Tercer puesto

Nuestro trabajo durante el 2020 y en medio de la pandemia logro que consolidáramos el equipo de trabajo de redes sociales de la UNAL y que se hiciera un trabajo conjunto más articulado y con mayor incidencia en la comunidad y en el país.

META 3.2	EJECUCIÓN	
Realizar al menos dos campañas institucionales multicanal de comunicación para la UNAL así: una (1) en el 2020 y otra en el 2021	80%	
ACTIVIDADES	INICIO	FIN

Realizar los estudios y documentos técnicos previos consultando a todas las sedes	2019/09/02	2019/10/04
Diseñar y establecer el plan de medios y las piezas de comunicación	2019/10/07	2019/12/31
Realizar la producción de las piezas	2020/01/02	2020/04/30
Realizar el proceso de divulgación de las piezas de comunicación	2020/05/01	2021/07/30
Evaluación y seguimiento permanente	2021/08/02	2021/11/30

Se continuaron trabajando y consolidando las campañas institucionales UNAL, manteniendo siempre claro el propósito de fortalecer la institucionalidad, la pertenencia hacia cada uno de nuestros procesos y el orgullo de pertenecer a la Universidad, desde la concepción hasta su puesta en marcha y seguimiento permanente para mejorar continuamente. Durante este periodo se trabajaron diferentes campañas institucionales con las cuales se buscaba reforzar y posicionar entre la comunidad interna y externa la imagen de la Universidad a nivel nacional; las principales campañas desarrolladas, entre otras, divulgadas durante el año fueron:

- Actualización Campaña Proyecto Cultural, Científico y Colectivo de Nación
- Campaña Bicentenario
- Lanzamiento Revista UNAL /quinta época
- Campaña #UNAL
- Debates UNAL
- Campaña #SomosUNAL
- Campaña #OrgulloUNAL / #SomosOrgulloUNAL
- Campaña #LaUNALCuenta
- Campaña #Plei2034
- Campaña Acreditación Institucional / Visita Pares Académicos
- Campaña Transformación Digital
- Campaña Coronavirus #SomosPrevención
- Campaña #AIDíaUNAL
- Campaña Tienda Universitaria
- Campaña Reforma Académica / La U Aprende
- Campaña Bienestar #SomosBienestar
- Campaña ABC Servicios SIGA
- Campaña Manejo de Privacidad UNAL
- Campaña Transparencia UNAL
- Campaña Fotografías Institucionales #UNALenFotos
- Semana Universitaria UNAL

Por medio de todas las acciones desarrolladas durante el año, se divulgó por medio de todo tipo de acciones de comunicación cual es la incidencia de la institución en la construcción de nación y la vigencia y proyección que tenemos en todos los campos del saber, se promovió el autocuidado a causa de la pandemia y continuamente se trabajó en la divulgación de la información referente a este tema para que la comunidad estuviera informada en todo momento. De igual manera seguiremos trabajando para dar continuidad a las campañas que se encuentran vigentes y se desarrollaran las campañas que sean necesarias durante el 2021.

META 3.3		EJECUCIÓN
Generar un nuevo modelo de ventas de Tienda Universitaria de la UNAL a nivel nacional para su necesaria expansión, organización para la autosostenibilidad y consolidación en todas las sedes		60%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Hacer estudios de mercadeo sobre las posibilidades y su viabilidad	2019/09/02	2019/12/31
Establecer las opciones para hacer test que permitan ratificar o no la viabilidad	2020/01/02	2021/04/30
Establecer la estrategia de mercadeo para el nuevo modelo de ventas	2020/09/01	2021/06/30
Llevar a cabo la primera etapa de implementación del modelo de venta	2021/05/03	2021/07/30
Hacer seguimiento continuo	2021/08/02	2021/11/30

Durante el año 2020 se trabajó en tres partes: acciones internas, acciones externas y, expansión y nuevas plataformas de proyecto. La primera parte hace referencia a las actividades que articulan y ordenan procesos propios del funcionamiento del proyecto con miras a la reestructuración y estandarización de procesos. Dentro de ésta se encuentra la compilación de información relacionada con los puntos de venta, la gestión de la documentación administrativa y financiera desarrollada para la estandarización de procesos, el diseño y desarrollo de productos en el marco del portafolio 2020-2021 y, para cerrar el desarrollo de las fichas técnicas de producto que avalan y dinamizan los procesos de producción para cada uno de los puntos de venta ante sus unidades financieras.

Para la segunda parte se trabajó en acciones externas que describen procesos enfocados en la comunicación y divulgación, dentro de los que se encuentran la producción de material audiovisual para la presentación del proyecto con miras a su reactivación, el desarrollo de campañas durante el aislamiento, el análisis de encuestas para la evaluación de la percepción por parte de la comunidad y finalmente el rediseño de la imagen alineada con la renovación y lanzamiento de la marca nominativa UNAL.

Como cierre y tercera parte del trabajo realizado, se hizo la presentación de los modelos de negocio con miras a la expansión del proyecto y que han explorado la implementación de máquinas expendedoras de productos Tienda UNAL para abordar sedes que no cuentan con puntos de venta físico, seguidamente se trabajó en sistemas mobiliarios que presentan soluciones a nivel de exhibición, itinerancia y movilidad para portar el sistema producto servicio a lo largo y ancho de los campus, y para finalizar se realizó un proceso de avance y revisión para la implementación de un nuevo software que servirá de plataforma para las futuras ventas en línea y no presenciales. Este último proceso se visualiza como modelo de negocio tras el análisis de interacción con la comunidad universitaria.

Proyecto 354: Producción y difusión de contenidos de comunicación multimedia que amplíen la visibilidad de la Universidad Nacional de Colombia

Objetivo General

Ampliar la visibilidad de la Universidad Nacional de Colombia.

Objetivo 1

Desarrollar productos innovadores que integren la producción audiovisual, radial e impresa, en entornos digitales y analógicos.

INICIO PROYECTO: 2019/10/02

FINALIZACIÓN PROYECTO: 2021/12/15

META 1.1	EJECUCIÓN	
Entregar un modelo piloto para la integración de la producción de contenidos de investigación, creación y extensión de todas las sedes de la Universidad Nacional de Colombia		30%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Realizar un levantamiento de información que nos permita adelantar un diagnóstico sobre las formas en las que se está trabajando la convergencia mediática.	2019/10/02	2020/03/16
Crear y consolidar un comité de orden nacional con representación de las distintas sedes de la Universidad Nacional de Colombia	2019/10/02	2021/03/31
Desarrollar un modelo piloto que integre la producción escrita, audiovisual y radial, así como el trabajo con las sedes y otras dependencias generadoras de contenido de comunicación, de la Universidad Nacional de Colombia.	2019/10/02	2021/03/31
Evaluar el prototipado y poner en marcha el modelo de producción para la convergencia de los medios de la Universidad Nacional de Colombia.	2019/10/02	2021/04/30

META 1.2	EJECUCIÓN	
Definir y desarrollar dos series transmedia en el 2020 y tres series transmedia en el 2021	33%	
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Realizar el diseño y determinar los componentes que harán parte de las series transmedia	2020/02/03	2020/11/09
Realizar la preproducción de las series transmedia para todos sus componentes comunicativos	2020/02/03	2020/11/09
Realizar la producción de las series transmedia	2020/02/03	2020/11/09
Realizar la posproducción de las series transmedia	2020/02/03	2020/11/09
Realizar la estrategia de lanzamiento y distribución de las series transmedia	2020/02/03	2020/11/09
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2020/01/20	2020/12/11
Realizar el diseño y determinar los componentes que harán parte de las series transmedia	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la preproducción de las series transmedia para todos sus componentes comunicativos	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la producción de las series transmedia	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la posproducción de las series transmedia	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la estrategia de lanzamiento y distribución de las series transmedia	2021/02/01	2021/12/15
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2021/02/01	2021/12/15

Objetivo 2

Realizar debates en línea que propicien la interacción de la Universidad con la sociedad en torno a intereses y temas coyunturales.

META 2.1	EJECUCIÓN	
Realizar cinco debates en línea: dos en el 2020 y tres en el 2021.	40%	
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Definición de: tema, participantes, moderador, campaña de divulgación y logística.	2020/02/03	2020/12/11
Preproducción, Invitaciones, divulgación e inscripciones	2020/02/03	2020/12/11
Realización y transmisión del debate	2020/03/01	2020/12/11
Evaluación y resultados	2020/05/01	2020/12/31
Definición de: tema, participantes, moderador, campaña de divulgación y logística.	2021/02/01	2021/10/31
Preproducción, Invitaciones, divulgación e inscripciones	2021/02/01	2021/10/31
Realización y transmisión del debate	2021/03/01	2021/10/31
Evaluación y resultados	2021/05/01	2021/12/15

Objetivo 3

Conservar y ampliar las audiencias de UN Televisión, UN Radio y UN Periódico.

META 3.1	EJECUCIÓN	
Realizar la producción y transmisión audiovisual de 3 eventos en el 2019, y de 8 series en diversos formatos: 4 en el 2020 y 4 en el 2021.		40%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Realizar la producción audiovisual y transmisión web por los canales institucionales de hasta tres eventos de interés público	2019/10/02	2019/12/31
Realizar la preproducción para la grabación y transmisión del evento	2019/10/02	2019/11/30
Realizar la producción, grabación, registro y consecución de releases	2019/10/02	2019/12/13
Realizar la posproducción de video y audio posterior a la transmisión para contar con master HD	2019/10/02	2019/12/13
Poner en circulación en los medios institucionales realizando promoción previa y posterior	2019/10/02	2019/12/31
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2019/10/02	2019/12/31
Realizar los diseños de formato, las labores de investigación y escaleta de dos series en estudio o remotas de 13 capítulos y de dos series de 8 capítulos de hasta diez minutos de duración para el canal institucional UN Televisión y canales aliados analógicos y digitales.	2020/02/03	2020/12/30
Realizar la preproducción, locaciones y/o estudio, paquete gráfico y tratamiento estético de las series	2020/02/03	2020/11/30
Realizar la producción, grabación, registro y consecución de releases de las series	2020/02/03	2021/02/26
Realizar la posproducción de video y audio de las series	2020/03/02	2021/02/26
Poner en circulación en los medios institucionales y canales análogos y digitales	2020/04/01	2021/03/28
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2020/02/03	2020/12/31
Realizar los diseños de formato, las labores de investigación y escaleta de dos series en estudio de 13 capítulos cada una y de dos series de 8 capítulos de hasta diez minutos de duración para el canal institucional UN Televisión y canales aliados analógicos y digitales.	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la preproducción, compra de elementos para escenografía, locaciones y/o estudio, paquete gráfico y tratamiento estético de las series	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la producción, grabación, registro y consecución de releases de las series	2021/03/01	2021/12/15

Realizar la posproducción de video y audio de las series	2021/02/01	2021/12/15
Poner en circulación en los medios institucionales y canales análogos y digitales	2021/04/01	2021/12/15
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2021/02/01	2021/12/15

Durante la vigencia 2020, la oficina de Producción y Realización Audiovisual logró adaptarse rápidamente a la nueva realidad de la producción audiovisual en el contexto de la crisis causada por la COVID-19 y pudo continuar satisfactoriamente con sus actividades de funcionamiento, prestó un gran apoyo a la Universidad en la realización de transmisiones de eventos virtuales y en la realización de productos de comunicación relacionados con la crisis.

	PROGRAMA	Nº CAPÍTULOS	VISTAS YOUTUBE	VISTAS PÁGINA WEB UN TV
1	ABC	49	62.170	-----
2	AGENCIA DE NOTICIAS	32	-----	-----
3	AL DIA UNAL	31	30.395	5181
4	DERECHO AL DERECHO	8	3.596	12.865
5	EL RESONAR DE LA TIERRA	4	1.456	2.422
6	ES TIEMPO DE SUMAR	9	1.584	13.417
7	LA HISTORIA DETRÁS DE LAS COSAS	4	3.893	1.975
8	LA PAZ EN FOCO	30	8.436	29.189
9	MENTES INNOVADORAS	6	2.361	600
10	MUJER ES SABER	7	4.118	16.122
11	OTROS	21	20.608	22.912
12	PACHO Y SOFIA	5	7.247	14.039
13	PROMOS	10	3.250	298
14	PUNTO CRÍTICO	38	27.514	131.365
15	RETRANSMISIONES	34	16.404	-----
16	SEDA - SEÑAL DEL ARTE	6	-----	-----
17	TRANSMISIONES	213	195.917	-----
18	URRAS	12	4.149	12.019
19	YONGARITMO Y LOS POLINOMIOS	29	10.254	58.777
20	ZONA UN	6	2.093	17.925

META 3.2	EJECUCIÓN
En el 2019 realizar la transmisión de 4 eventos de la Universidad (en directo o en diferido) para UN Radio Bogotá y/o Medellín y/o UN Radio Web. En el 2020 transmitir (en directo o en diferido) 12 eventos de la Universidad realizados de manera presencial o remota, a través de UN Radio Bogotá y/o Medellín y/o UN Radio Web; realizar una serie radiofónica de 12 capítulos sobre temas de ciencia, tecnología, innovación, artes y cultura; y cuatro series podcast, cada una compuesta por 9 capítulos (36 piezas podcast). En el 2021 transmitir (en directo o en diferido) 12 eventos de la Universidad	58%

realizados de manera presencial o remota, a través de UN Radio Bogotá y/o Medellín y/o UN Radio Web; realizar una serie radiofónica de 12 capítulos sobre temas de ciencia, tecnología, innovación, artes y cultura; y cuatro series podcast, cada una compuesta por 9 capítulos (36 piezas podcast).		
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Definir el criterio editorial y el formato de las transmisiones	2019/10/02	2019/12/13
Realizar las actividades de preproducción y producción que requieren las transmisiones radiofónicas (guiones, libretos, llamadas telefónicas, piezas promocionales en audio y gráficas)	2019/10/02	2019/12/13
Realizar las transmisiones de los eventos por los canales radiofónicos de la Universidad	2019/10/02	2019/12/13
Publicar el conjunto de transmisiones en plataformas digitales para consulta del público en general	2019/10/02	2019/12/13
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2019/10/02	2019/12/13
Definir el criterio editorial y el formato de las transmisiones	2020/02/03	2020/12/31
Realizar las actividades de preproducción y producción que requieren las transmisiones de los eventos y las series radiofónicas (guiones, libretos, llamadas telefónicas, piezas promocionales en audio y gráficas)	2020/02/03	2020/12/31
Realizar la transmisión de los eventos y de las series radiofónicas por los canales de la Universidad	2020/02/03	2020/12/31
Publicar las transmisiones de los eventos y las series radiofónicas en plataformas digitales para consulta del público en general	2020/02/03	2020/12/31
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2020/02/03	2020/12/31
Definir el criterio editorial y el formato de las transmisiones	2021/02/01	2021/12/15
Realizar las actividades de preproducción y producción que requieren las transmisiones de los eventos y las series radiofónicas (guiones, libretos, llamadas telefónicas, piezas promocionales en audio y gráficas)	2021/02/01	2021/12/15
Realizar la transmisión de los eventos y de las series radiofónicas por los canales de la Universidad	2021/02/01	2021/12/15
Publicar las transmisiones de los eventos y las series radiofónicas en plataformas digitales para consulta del público en general	2021/02/01	2021/12/15
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2021/02/01	2021/12/15

Durante la vigencia 2020 las acciones de la oficina de Producción y Realización Radiofónica se enfocaron en las siguientes actividades:

- Diseño e implementación de lineamientos, estrategias y acciones para adelantar la producción y difusión de contenidos radiofónicos en el marco de la pandemia por efecto de COVID-19.
- Desarrollo de contenidos de difusión radiofónica orientados a la prevención y cuidado frente a la COVID-19. Estos se elaboraron tanto para los medios de comunicación en Frecuencia Modulada (FM) como en entornos digitales (plataforma podcast).
- Se adelantó la producción y difusión de contenidos radiofónicos a nivel nacional, trabajando colaborativamente con las demás sedes de la Universidad, y divulgados tanto en los canales de FM como en los entornos digitales radiofónicos de la Oficina.
- Desarrollo de la plataforma Podcast, la cual ha permitido el desarrollo de proyectos académicos con diferentes dependencias de la Universidad como son: Maestría en Medio Ambiente y Desarrollo, Maestría en Seguridad Alimentaria, Sede Amazonia en asocio con el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidad-PNUD, Facultad de Medicina, entre otros.
- Se desarrollaron contenidos en consonancia con los lineamientos elaborados por el Observatorio de Asuntos de Género y Observatorio de Inclusión Educativa para personas con Discapacidad.

META 3.3	EJECUCIÓN	
Producir y publicar doce (12) notas periodísticas mensuales (texto, audio y/o video) para UN Periódico Digital durante 2019. 2020 y 2021	60%	
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Publicar por lo menos 8 análisis mensuales de académicos de la UN sobre temas de coyuntura nacional e internacional, y mínimo 4 artículos (mensuales) periodísticos sobre temas de ciencia, tecnología, innovación artes y culturas para UN Periódico en su versión digital.	2019/10/02	2019/12/31
Desarrollar artículos y publicar piezas de comunicación de Unimedios (1 de audio y 1 de video semanal) para UN Periódico en su versión digital	2019/10/02	2019/12/31
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2019/10/02	2019/12/31
Publicar por lo menos 8 análisis mensuales de académicos de la UN sobre temas de coyuntura nacional e internacional, y mínimo 4 artículos (mensuales) periodísticos sobre temas de ciencia, tecnología, innovación artes y culturas para UN Periódico en su versión digital.	2020/02/03	2020/12/31

Desarrollar artículos y publicar piezas de comunicación de Unimedios (1 de audio y 1 de video semanal) para UN Periódico en su versión digital	2020/02/03	2020/12/31
Publicar mínimo una noticia diaria en inglés en UN Periódico versión digital	2020/02/03	2020/12/31
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2020/02/03	2020/12/31
Publicar por lo menos 8 análisis mensuales de académicos de la UN sobre temas de coyuntura nacional e internacional, y mínimo 4 artículos (mensuales) periodísticos sobre temas de ciencia, tecnología, innovación artes y culturas para UN Periódico en su versión digital.	2021/02/01	2020/12/15
Desarrollar artículos y publicar piezas de comunicación de Unimedios (1 de audio y 1 de video semanal) para UN Periódico en su versión digital	2021/02/01	2020/12/15
Publicar mínimo una noticia diaria en inglés en UN Periódico versión digital	2021/02/01	2020/12/15
Apoyo a la gestión administrativa y contractual para contribuir al logro del proyecto	2021/02/01	2020/12/15

Con un promedio de 10 noticias nuevas a la semana, se publicaron artículos de análisis escritos por profesores de la UNAL y de otras universidades, junto con notas periodísticas. A continuación, se enumeran las publicaciones realizadas durante el año:

- Se publicaron 35 artículos de expertos sobre temas de América Latina y Europa.
- El portal **eltiempo.com** reprodujo 42 artículos de UN Periódico Digital.
- Se publicaron 96 audios de UN Radio en UN Periódico Digital.
- Se publicaron 74 videos de UN Televisión en UN Periódico Digital.
- Se publicaron 47 videos (ABC).
- Se publicaron 184 noticias traducidas al inglés.

Se hicieron 6 especiales multimedia que incluían artículos escritos por profesores y expertos, videos y audios así:

Tumaco necesita a Colombia

<http://unperiodico.unal.edu.co/especialtumaco>

7 artículos de profesores y expertos

La Macarena, el pulso por la tierra

<http://unperiodico.unal.edu.co/especialmacarena>

7 artículos de profesores y expertos / 1 audio (UN Análisis) + 1 video (Punto Crítico)

Educación, salud, economía y otros desafíos ante el Covid-19

<http://unperiodico.unal.edu.co/especialcovid>

10 artículos de profesores y expertos / 4 audios + 1 video + 1 ABC

Posacuerdo: la paz postergada

<http://unperiodico.unal.edu.co/especialpaz>

18 de profesores y expertos y 2 artículos de periodistas / 5 audios + 1 video

Corrupción en Colombia

<http://unperiodico.unal.edu.co/corrupcion>

Voces y Lecciones desde el Archipiélago

http://unperiodico.unal.edu.co/voces_del_archipelago

Proyecto 355: Realizar el acondicionamiento físico y la actualización y reforzamiento tecnológico de la Unidad de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia

Objetivo 1

Remodelar y adecuar físicamente espacios de la Unidad de Medios de Comunicación de la Universidad.

INICIO PROYECTO: 2020/01/20

FINALIZACIÓN PROYECTO: 2021/12/17

META 1.1		EJECUCIÓN
Hacer la adecuación de los baños públicos del Centro de Convenciones Alfonso López Pumarejo, localizados en el primer piso del Edificio Uriel Gutiérrez Centro de Convenciones en los niveles 1 y 2		60%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Actualizar directriz técnica remodelación de baños públicos Centro de Convenciones	2020/01/20	2020/12/11
Adelantar, con el apoyo de la Dirección de Ordenamiento y Desarrollo Físico, el estudio de mercado relacionado con el acondicionamiento de los baños del Auditorio Alfonso López Pumarejo	2020/01/20	2020/12/18
Suministro e instalación en enchape de piso y pared, suministro e instalación de pinturas en muros y techos	2020/01/20	2021/03/31
Suministro e instalación de divisiones en acero inoxidable, para sanitarios y orinales	2020/01/20	2021/03/31

Suministro e instalación de aparatos sanitarios, orinales y lavamanos	2020/01/20	2021/03/31
Actualización y cambio de luminarias y salidas eléctricas	2020/01/20	2021/03/31
META 1.2		EJECUCIÓN
Realizar el acondicionamiento físico de la estación cerro El Cable		50%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Actualizar directrices técnicas para acondicionar las instalaciones del cerro El Cable	2020/01/20	2020/12/11
Adelantar, con el apoyo de la Dirección de Ordenamiento y Desarrollo Físico, el estudio de mercado asociado al acondicionamiento esperado en el cerro El Cable	2020/01/20	2021/03/31
Realizar el proceso contractual (invitación, evaluación y contratación) de los trabajos a acometer	2020/01/20	2021/03/31
Realizar la ejecución de los trabajos, hacer los respectivos seguimientos y su recepción	2020/01/20	2021/03/31

Objetivo 2

Actualizar y fortalecer la infraestructura tecnológica de la Unidad de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia.

META 2.1		EJECUCIÓN
Establecer anualmente un diagnóstico de las necesidades que tiene Unimedios en infraestructura tecnológica y sus posibles soluciones		51%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Realizar la contratación de las asesorías técnicas que se requieran para la definición de las necesidades en infraestructura tecnológica de Unimedios	2020/01/20	2021/12/17
Conformar un comité técnico y elaborar un informe anual que describa y justifique las necesidades en infraestructura que requiere Unimedios	2020/01/20	2021/12/17
Solicitar y obtener, ante las autoridades competentes de la Universidad, las directrices técnicas que se requieran para la adquisición e implementación de soluciones tecnológicas que demanda Unimedios	2020/01/20	2021/12/17
Llevar a cabo, anualmente, los estudios de mercado que se requieran, atendiendo las directrices técnicas aprobadas por la Universidad.	2020/01/20	2021/12/17
Construir y elaborar los términos de referencia necesarios para la adquisición de la infraestructura tecnológica que se requiera, atendiendo las directrices técnicas aprobadas por la Universidad	2020/01/20	2021/12/17
META 2.2		EJECUCIÓN

Realizar anualmente los procesos de contratación, instalación y puesta en funcionamiento de la infraestructura tecnológica que requiera Unimedios.		32%
ACTIVIDADES	INICIO	FIN
Adelantar la invitación, evaluación y contratación de las soluciones tecnológicas que se hayan definido.	2020/01/20	2021/12/17
Coordinar la instalación y puesta en funcionamiento de las soluciones tecnológicas adquiridas.	2020/01/20	2021/12/17

Con base en los procedimientos establecidos en la Universidad, la Unidad de Medios de Comunicación adelantó las respectivas actualizaciones de las directrices técnicas para el Auditorio Alfonso López Pumarejo y para la edificación del cerro El Cable. La Dirección de Ordenamiento y Desarrollo Físico actualizó las respectivas guías que se utilizaron para los estudios de mercado y el proceso de contratación que adelantó la Gerencia General de la Universidad, y a partir de la información recibida por parte de la Gerencia se solicitó la contratación de las obras para el auditorio Alfonso López Pumarejo.

Con respecto a la actualización y fortalecimiento de la infraestructura tecnológica de la Unidad de Medios de Comunicación, se contrató la instalación de los Sistemas Continuos de Energía (UPS) para suplir las necesidades de las oficinas de Radio, Prensa y Dirección de Unimedios con la empresa Energex. También se realizó la contratación de los equipos que conforman el Centro de Producción Radiofónica – CPR de la Sede Palmira, con la firma VCR.

Conclusiones

1. La pandemia generada en el 2020 a causa del COVID-19 nos afectó, pero nos hizo más fuertes logrando hacer un trabajo conjunto con las demás dependencias de la UNAL en todo el país y visibilizar la comunicación estratégica UNAL, las redes, la Tienda UNAL, las campañas institucionales y demás contenidos entre la comunidad universitaria y el público en general.
2. Logramos no solo que la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) le otorgara a la institución el uso de la marca nominativa "UNAL" como distintivo exclusivo para más de 100 materiales, productos, mercancía y oficios según la Clasificación de Niza, aplicada en todo el mundo, sino que además nuestra estrategia de marca se consolidó y cada vez es más sólida y fuerte, y por eso somos consideradas una de las 5 marcas en Colombia que manejan mejor sus comunicaciones en la coyuntura.
3. Nuestro trabajo en todos los frentes fue reconocido por las directivas de la Universidad, y por entidades externas gracias a nuestro buen manejo de la comunicación interna y externa, la cual procuró en todo momento el cuidado de la comunidad y la prevención ante la pandemia.
4. La oficina de Comunicación Estratégica no solo atendió de manera estratégica todos los temas de PGD a su cargo y temas misionales UNAL, sino que además hizo gestiones con 8 clientes internos y 1 cliente externo que le permitió tener recursos para contratación de todas las oficinas por más de **\$600 millones** y excedentes para

Unimedios por valor de **\$53.922.000**, lo cual representa alrededor del **56%** de la célula básica.

5. Se aplicaron las herramientas estándar de programación internacional que permite comunicar sistemas de información más rápidamente, y se continúa trabajando en el desarrollo de la plataforma de convergencia de comunicaciones de la Universidad Nacional de Colombia.
6. La experiencia de la oficina de Producción y Realización Audiovisual en la producción y la transmisión vía streaming de eventos, así como en la publicación de contenidos especializados para internet y redes sociales, nos permitió adaptarnos con rapidez al desafío tecnológico de producir y realizar contenidos audiovisuales a través de la modalidad de trabajo remoto, a pesar de las limitaciones de almacenamiento y conectividad.
7. En medio de la crisis, la oficina de Producción y Realización Audiovisual estuvo en capacidad de responder satisfactoriamente a la alta demanda de transmisiones y productos de comunicación de diversas dependencias de la Universidad.
8. UN Radio en sus canales de FM sigue consolidándose como un medio de comunicación consultado por los líderes de opinión del país, así lo revela el más reciente estudio denominado Panel de Opinión, elaborado por la firma Cifras y Conceptos.
9. Al Día UNAL surgió como una iniciativa que permitiera evidenciar las acciones que la UNAL venía adelantando para hacer frente a la crisis originada por la pandemia. Sin embargo, las dinámicas propias obligan a tener una mirada más amplia para que la comunidad universitaria conozca la labor que se viene realizando en otros frentes. Esta es la semilla de un proyecto a mediano plazo, que se concibe como un sistema de flujo constante entre las distintas dependencias, hecho que permitirá dar a conocer a la comunidad universitaria, de manera más eficiente, la información oficial, agenda de actividades, campañas institucionales, entre otros.

Recomendaciones

1. Es muy importante que la UNAL brinde bases sólidas de trabajo (estructura, personal, recursos) a la comunicación estratégica de la UNAL, ya que esta es fundamental en su día a día a nivel nacional como se viene demostrando hace años, pero es demasiado frágil.
2. Consideramos que Unimedios debe generar una transformación organizacional que permita trabajar por procesos y no por oficios, y que sus oficinas sean más convergentes para así poder lograr mejores y más acordes resultados con las tendencias de la comunicación.
3. El alto volumen de solicitudes para el cubrimiento de actividades académicas y científicas de la UNAL requiere de un mayor número de periodistas, y con equipos y dispositivos tecnológicos que apoyen su labor.

4. Se considera importante continuar fortaleciendo y promoviendo el consumo de contenidos radiofónicos.
5. Dados los cambios tecnológicos y el trabajo desarrollado en la plataforma Podcast, es importante fortalecer y desarrollar contenidos radiofónicos para los entornos digitales. En ese sentido es necesario consolidar el proyecto Podcast UNAL Radio que se viene elaborando y que permita el vínculo entre las actividades académicas y los procesos de comunicación en la Universidad.
6. Dado que ya hay varios Centros de Producción Radiofónica en las sedes de la Universidad, se considera viable y posible el desarrollo de un canal de radio web que se constituya en el principal canal radiofónico de la Universidad para el desarrollo y difusión de contenidos generados desde las diferentes sedes y con proyección nacional e internacional.
7. A causa del cambio tecnológico impulsado por la COVID-19 y las transformaciones en la forma de trabajo, es necesario rediseñar tanto los procesos actuales de producción de contenidos radiofónicos, como la infraestructura tecnológica que se requiere para ello.
8. Dadas las actuales formas remotas de producción de contenido es necesario retomar una iniciativa que se ha formulado varias veces y que se centre en el diseño y la implementación de un conjunto de estrategias y medidas que permitan la clasificación y salvaguarda de los documentos radiofónicos como parte del patrimonio documental de la Universidad.

Top 10 Unimedios

1. Nuestra gestión de marca nos permitió ser una de las 5 empresas de mejor manejo de comunicación en medio de la coyuntura por COVID-19.
2. Fuimos los ganadores de los premios en comunicación digital #LatamDigital (1 primer puesto, dos segundos puestos y 1 tercer puesto).
3. Nuestras campañas institucionales sirvieron para dar apoyo en todos los frentes, pero sobre todo tuvieron un alto impacto en nuestra comunidad y en la sociedad colombiana.
4. Logramos que la Tienda UNAL continuará funcionando en medio de la coyuntura por la COVID-19 y se cuenta con un portafolio ampliado para su lanzamiento.
5. La Realización virtual de la Rendición de Cuentas para la vigencia 2019, en convergencia con todas las sedes UNAL del país y con todas las directivas del nivel nacional.

6. La realización y emisión de 219 transmisiones de eventos de interés de la Universidad en el contexto de la crisis por la COVID-19 a través de los diferentes canales digitales UNAL.
7. Se alcanzaron 53.000 suscriptores en el canal institucional de YouTube de UN Televisión, constituyéndose como el primer canal universitario del país.
8. Cinco ediciones especiales de UN Periódico impreso con temas de alta relevancia nacional.
9. Un total de 2.706 impactos de noticias de Agencia y UN Periódico en medios externos, que nos permitieron continuar como la Universidad con más replicas de información en medios de comunicación externos del país.
10. Reconocimiento de UN Radio como uno de los medios de comunicación más importantes del país consultado por los líderes de opinión nacionales, gracias a la innovación en la producción de contenidos y a la incursión en nuevos formatos digitales.

Dificultades identificadas y oportunidades de mejora

- La alta rotación de personal debido a su contratación por OPS y al valor por contrato mensual que es muy bajo con respecto al estándar en el mercado.
- La obsolescencia de la tecnología actual en la Universidad es una dificultad, pues muchos equipos y sistemas de base no cumplen con estándares actuales y es difícil su actualización, se hace necesario aplicar nuevas tecnologías de desarrollo para los productos de Unimedios y de la Universidad que nos ayuden a permanecer a la vanguardia.
- Debido a la pandemia por la COVID-19 no se pudo continuar con las labores en los lugares en que se venían desarrollando (Edificio Uriel Gutiérrez), pero se identificaron y fortalecieron oportunidades de organización y de otras modalidades de trabajo. Se deben explorar herramientas colaborativas para el trabajo en línea que permitan trabajar en equipo de manera descentralizada.
- La crisis del COVID-19 puso en evidencia las limitaciones de las oficinas de Unimedios para alojar, catalogar, acceder y garantizar la conservación de los archivos audiovisuales, gráficos, radiofónicos, fotográficos y digitales que se generan en el marco de sus actividades, ya que se trata de archivos de alta resolución. Esta situación revela una oportunidad de mejora a través de la creación de un proyecto de archivo audiovisual, que implica una inversión significativa en términos de diseño

del proyecto, adquisición de dispositivos tecnológicos robustos, de contratación de personal especializado para la catalogación del material, y de capacitación para el manejo de los archivos. Adicionalmente, se hace necesario poder contar con planes de internet que permitan una mejor conectividad.

- Otra dificultad identificada gira en torno a las limitaciones de la Universidad para adquirir software especializado a través de compras con tarjeta de crédito, hecho que impide que estemos al día en la adquisición y uso de nuevas herramientas tecnológicas especializadas que permitan un mejor desempeño para la producción y difusión de contenidos.

Infografía UNIMEDIOS 2020

DATOS A 30.11.2020



UFA Unidad Financiera y Administrativa

Unimédios se fusionó con la Gerencia Nacional Administrativa y Financiera desde el mes de marzo de 2020.

20 AÑOS Bicentenario

<http://Bicentenario.unal.edu.co>

La Revista Universidad Nacional de Colombia "Quinta Época" y el mensaje institucional de TV se lanzaron el 22.09.2020 (campañas UNAL).



OPA Oficina de Producción y Realización Audiovisual

219 transmisiones en vivo
267 videos producidos/publicados
81 videos análisis COVID-19
486 horas videos (Agencia de Noticias UNAL, Metacomps, UN TV)
32 videos / capítulos AI OIA UNAL

Programas emitidos

37 Punto Crítico
30 La Paz en Foco
10 Promos
6 Zero UN
26 Institucional
32 AI Día UNAL
5 Pacho y Sofía
8 Derecho al Derecho
29 Yungaitimo y Los Polvancos
12 Unas "Quindimies de Fiesta"
6 Alocos Innovadores
7 Mujer es Saber
5 La Historia detrás de las cosas
1 Trayectorias
3 Conesvotario "Habilidoso - Híndel"
18 Historias que Inspiran
15 Sectoría y Vivimastería
19 Feria del Libro Universitario
50 ABC y Agencia de Noticias
4 El reinventar de la Tierra
9 Es tiempo de somar
9 NLE: Acción de trabajo
34 Batucacompos

374 Total Emisiones

Encuentros en

YouTube
https://www.youtube.com/channel/UC1w6E1-2DU24G-H_645D9g

Página web UN Televisión
<http://untelevisión.unal.edu.co/>



OCE Oficina de Comunicación Estratégica

Proyecto Cultura y Estética de la Universidad Nacional
Plan de Marketing UNAL
Urgencia UNAL
AI Día UNAL
ACADEMIA
Plan de Gestión de
Aprendizajes
Plan de Gestión de
Habilidades
Bocanera
Revista de Gestión / Vigencia 2019
Activación Institucional
La Universidad Aprende
Transmisión Digital 2019

30 campañas institucionales

28 clientes

Ventas de Tienda Universitaria 2020
(ejecutadas por la copartners - a través de redes e domicilio en Manizales y Bogotá)

Redes Sociales UNAL

Notas de

20 cuentas

23 Community Manager

Redes oficiales

149.812 seguidores

140.037 en posta

114.404 seguidores

54.565 seguidores

7.460 suscriptores

Web Orgános UNAL

20.854 visitas

24.679 páginas visitadas

Redes sociales

2.029.634 visualizaciones
\$2.300 suscriptores
410.000 horas de reproducción
24.600.000 minutos reproducción
13" tiempo de reproducción medio

447.300 reproducciones de videos
155.200 minutos reproducidos
2.068.875 alcance
2.368.244 impresiones publicaciones

7.378 seguidores
1.588.400 impresiones

Web UN Televisión
194.481 reproducciones

UN Televisión
37.418 visitas
54.810 páginas visitadas

Metacomps
4.414 visitas
11.665 páginas visitadas



OPN Oficina de Prensa

UN Periódico Digital
1.107.428 visitas
1.409.581 páginas visitadas

70.471 seguidores
251.517 seguidores

UN Periódico Impreso
5 ediciones

Agencia de Noticias UNAL
1.377.842 visitas

1.352.891 páginas visitadas

6.586 archivos fotografico / imágenes digitalizadas

10 boletines publicados al día

4 boletines unificados a medios de comunicación externos

2.706 boletines replicados en medios

unimédios
unidad de medios de comunicación



OMD Oficina de Medios Digitales

Sitio Web unal.edu.co
6.092.618 visitas
8.515.672 páginas visitadas

Circular UNAL
698 eventos publicados
10.408 visitas Web
16.880 páginas visitadas

Boletín UNAL
22.168 visitas
28.385 páginas visitadas

AI Día UNAL
9.677 clics

Desarrollos internos

30 definición, diseño desarrollo, implementación y puesta en marcha sistemas de información y sitios web
29 desarrollo de extensiones específicas
5 subida y soporte de App (Tienda iOS / Android)
42 sitios web con Administración y Soporte
1.513 sitios Web Auditados UNAL
142 asesorías WEB
6.831 actividades atendidas (Imagen Institucional)

Proyectos Recurso Nación 2021

Proyecto 351
Organización, mejoramiento y fortalecimiento de la imagen, la comunicación estratégica y el sistema digital de la UNAL

Aprobación 590.634.679
Registro 588.248.360
Saldo por ejecutar 2.426.318
% 99,99%

Proyecto 354
Producción y difusión de contenidos de comunicación multimedia que agilen la movilidad de la UNAL

Aprobación 625.146.008
Registro 624.842.820
Saldo por ejecutar 304.178
% 99,92%

Optimización de la Red de Redes Académicas de 2007
Reparar los principales y los fines de la UNAL

Aprobación 140.725.405
Registro 140.670.629
Saldo por ejecutar 54.776
% 99,96%

UN Periódico
Aprobación 449.662.672
Registro 449.660.294
Saldo por ejecutar 2.378
% 100%

Fortalecimiento de la cultura de autorización y mejoramiento de la calidad académica

Aprobación 128.021.482
Registro 124.187.662
Saldo por ejecutar 4.133.820
% 96,33%

Apoyos Materiales

Aprobación 111.130.900
Registro 78.277.800
Saldo por ejecutar 32.843.000
% 70,44%

Construcción del Plan Estratégico Institucional - PEI

Aprobación 120.000.000
Registro 106.540.540
Saldo por ejecutar 13.459.460
% 88,79%

Total Sudo UNIMEDIOS

Aprobación 2.186.252.449
Registro 2.112.236.755
Saldo por ejecutar 74.015.694
% 97,61%

Total Ejecución 98%



OPR Oficina de Producción y Realización Radiofónica

UN Radio Bogotá 98.5 FM
UN Radio Medellín 100.4 FM
UN Radio Web
unradio.unal.edu.co

506.013 visitas

1.112.333 páginas visitadas

Producción y difusión de contenidos en FM para 24 horas (24/7)

6 horas de programación diaria

Convenios
Radio Arceobá
Emisora de la Universidad Nacional de Paraguay
Caldas FM
Emisora de la Gobernación de Caldas - Convenio de 3 horas diarias de programación

29 Centros de Producción Radiofónica

Podcast UN Radio
119 programas
13.564 visitas
21.383 páginas visitadas
7 series
72 episodios
8 plataformas

Apoyo a la difusión académica y cultural de la Universidad

329.670 actividades Promocionales

127 actividad académica, cultural y administrativa
8 transmisiones via web
17 talleres radiofónicos

Redes Sociales

UN Radio Bogotá
15.887 seguidores
UN Radio Medellín
6.380 seguidores
Podcast UN Radio
69 seguidores
TOTAL
22.336 seguidores

UN Radio Bogotá
7.666 seguidores
UN Radio Medellín
6.494 seguidores
Podcast UN Radio
186 seguidores
TOTAL
14.346 seguidores



FIN DEL DOCUMENTO

BALANCE SOCIAL
VIGENCIA 2020

#SomosUNAL

TRANSFORMACIÓN
DIGITAL
TRANSFORMACIÓN DEL SIGLO XXI

PROYECTO CULTURAL, CIENTÍFICO Y COLECTIVO DE NACIÓN



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA