

— VIGENCIA —  
**BALANCE  
SOCIAL**  
2023



## UNIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN UNIMEDIOS

La Unidad de Medios de Comunicación – Unimedios, es una dependencia de nivel nacional adscrita a la Rectoría encargada del proceso de comunicación, con la producción, difusión y divulgación de la información científica, académica, tecnológica, cultural, artística y la gestión de la Universidad Nacional de Colombia en el ámbito de la comunicación interna y externa, comprometida también con la comunicación estratégica, la imagen institucional, la gestión de la marca y los medios y plataformas digitales. Son funciones de Unimedios, asesorar a la Universidad en materia de comunicación interna y externa, hacer seguimiento y actualización de la política de comunicación, y orientar y coordinar las acciones de comunicación en las sedes y las dependencias que se ocupan de la comunicación institucional.

## AVANCES POR TRANSFORMADORES CULTURALES, EJES Y PROGRAMAS

### PLAN GLOBAL 2021-2024. Proyecto Científico, Cultural y Colectivo de Nación PROYECTO MADRE 608.

**Fortalecimiento de la comunicación, la divulgación, la imagen institucional, la comunicación estratégica, los entornos digitales y el patrimonio documental UNAL.**

El proyecto madre a cargo de Unimedios, se enmarca en el eje estratégico *Universidad autónoma y sostenible* y el programa *Gestión integral del dato, de la información y la comunicación institucional*, la comunicación se constituye en un elemento transversal y se articula con los diferentes ejes y programas del Plan Global de Desarrollo 2022-2024, del programa Rectoral y del Plan Estratégico institucional.

El Proyecto Madre de comunicación, continuación del inicial trazado en 2019, se plantea con el objetivo de: *fortalecer la política, procesos y funciones de comunicación interna y externa de la Universidad Nacional de Colombia, articulando estratégicamente a las sedes, facultades, centros, institutos y demás instancias encargadas de la comunicación, mediante la convergencia de la divulgación, la producción y difusión de contenidos, la imagen institucional, la comunicación estratégica, los canales y medios de comunicación en entornos digitales, y la conformación y preservación del repositorio y el patrimonio documental digital, audiovisual, radiofónico, fotográfico y gráfico.*

En este sentido, son aspectos importantes la convergencia de medios, la articulación de la comunicación asociada a la instauración del modelo intersedes, la actualización y transformación digital, la potencialización de la imagen, la marca y la conservación del patrimonio.

Con un sentido de lo nacional y la articulación con las sedes, se vienen adelantando acciones concretas de convergencia, estructurando el sistema de comunicaciones UNAL, que defina y articule los diferentes tipos de comunicación: divulgación, comunicación oficial, estratégica, corporativa, organizacional, y articula las acciones y el trabajo que, en comunicación, adelantan las diferentes sedes, instancias administrativas y misionales, facultades, centros e institutos.

El proyecto Madre se constituye en seis componentes, estructurados y relacionadas con los medios y canales de comunicación de Unimedios, que a la vez se corresponden con las Oficinas encargadas para tal fin y cuyos avances y resultados, incluyendo el plan de acción, se exponen a continuación

## COMPONENTE 1.

### Fortalecimiento de los canales radiofónicos de la UNAL para ampliar la difusión de la actividad científica, académica, cultural e institucional.

#### OFICINA DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN RADIOFÓNICA

El estado de este componente se puede describir con el siguiente avance de los indicadores: a) Número de producciones radiofónicas producidas anualmente por cada sede durante el trienio 2022-2024 (44%); b) Número de series podcast realizadas anualmente por cada sede durante el período 2022 - 2024 (38.9%) y c) Número de producciones radiofónicas para el canal web realizadas anualmente por cada sede, durante el período 2022 (38.9%). y un avance de actividades durante el período que alcanzan el 65.9%.

Al 31 de diciembre del año 2023 se adelantó la producción y publicación de cinco (5) series Podcast (Orinoquia, Amazonia, Bogotá, Manizales y Palmira); siete (7) series radiofónicas para FM (Amazonia, Bogotá, Manizales, Medellín, Palmira, Orinoquia y Tumaco) y una (1) serie por Radio Web UNAL. Para lograr esta producción se adelantó un proceso de capacitación a través de talleres en locución, narración y escritura de guiones, y un continuo acompañamiento durante el proceso.

El desarrollo del componente permite señalar los siguientes logros:

- Inclusión de los trabajos de investigación que se adelantan en las sedes de la Universidad en los contenidos que divulga Radio UNAL en sus diferentes canales
- Capacitación de diferentes miembros y grupos de la Universidad a través de talleres de diseño y producción radiofónica.
- Interacción con diferentes equipos de comunicación y de la universidad en el propósito de adelantar las diferentes coproducciones.

#### Gestión general de la oficina

La Oficina de Producción y Realización Radiofónica en Radio UNAL Bogotá adelantó un trabajo particular en el desarrollo de nuevos formatos narrativos (largos y cortos). Adicionalmente, se fortalecieron alianzas por medio de cubrimientos y transmisiones, y continuamos dentro de la radio a nivel nacional consultadas por los líderes de opinión del país<sup>1</sup>. Como reto histórico y actual se requiere obtener una aproximación más certera de la percepción que tiene la audiencia sobre cada uno de nuestros contenidos y explorar otros formatos radiofónicos que no se trabajen con frecuencia.

Por su parte, Radio UNAL Medellín en conjunto con el Centro de Educación continua de la Sede Medellín, puso en marcha la realización de tres cursos: Producción Musical, Diseño Sonoro y Producción de Podcast. De igual forma la emisora realizó una capacitación al Grupo Réditos, uno de los grupos empresariales más importantes de la región. Estas nuevas iniciativas permiten que la emisora no sólo pueda posicionarse en la ciudad, sino que posibilite una fuente adicional de recursos que nos permitan fortalecernos en infraestructura técnica.

Adicionalmente, Podcast Radio UNAL enriqueció su catálogo con 8 series nuevas, alcanzando 36 en total y 167 episodios producidos en el año, ampliando la diversidad de temas y formatos. Se fortalecieron las series desde las diferentes sedes de la Universidad, promoviendo la actividad de las sedes de la Universidad Nacional en ámbitos científicos, académicos, culturales e institucionales. También se dió

<sup>1</sup> Panel de opinión. Decimoquinta edición 2023. p.26. Cifras y Conceptos, información inteligente.

inició al desarrollo de la estrategia de marca para Radio UNAL y sus canales (Podcast Radio UNAL, Radio UNAL Bogotá y Medellín y Radio Web UNAL).

Durante el 2023 se generó al interior del equipo, mayor sensibilización y cultura alrededor de la importancia del trabajo en redes sociales, las cuales obtuvieron mejores resultados gracias a la designación de un responsable al frente de la creación y ejecución de la estrategia para redes. Los seguidores e interacción de la página incrementaron durante la administración de las mismas.

#### **Retos y oportunidades de mejora**

- Insistir en la necesidad de reducir los tiempos (y muy probablemente, la simplificación de procesos) para la aprobación de los contenidos en las sedes.
- Es conveniente que las contrataciones que se adelanten en lo posible no coincidan con los períodos vacacionales de la Universidad en tanto que ello limita, desde el punto de vista comunicativo, el acceso a los investigadores y a la información que se produce en diferentes unidades académicas.
- Contar con un mayor apoyo y colaboración desde las sedes para identificar posibles profesionales con capacidad para avanzar en el desarrollo de contenidos transmedia.
- A futuro, será necesario replantearse la figura de periodista transmedia dadas las limitaciones que tiene una única persona para generar contenidos en diferentes entornos (prensa, radio, televisión y redes sociales).

La actividad de la Oficina de Producción y Realización Radiofónica durante el 2023 plantea los siguiente retos y oportunidades:

- Dada la diversidad de canales radiofónicos con los que cuenta la Oficina será necesario generar y consolidar una estrategia de marca para Radio UNAL lo que facilitaría su identificación y la consideración de nuevos canales de difusión para publicar y promocionar contenidos en el propósito de llegar a una audiencia más amplia.
- La presencia en redes sociales es aún baja y la oficina cuenta con muy poco recurso para este ejercicio, aún teniendo en cuenta que la inversión que se ha realizado en esta área. Allí será necesario contar con una estrategia más clara y posiblemente con una política institucional que considere la pertinencia de la Universidad y sus medios en estas plataformas.
- En 2023, junto con la Universidad, enfrentamos dificultades tras la caída del sitio web de Radio UNAL durante un mes, impactando el consumo de contenidos y con una gran incertidumbre.
- Varios de los servidores que utiliza la Oficina para la preservación de materiales sonoros están afectados en su funcionamiento y, a la fecha de escritura de este informe, se desconoce el estado de una buena parte de nuestros documentos sonoros de la Oficina de la Universidad. En este aspecto se depende totalmente de las medidas de seguridad que adopte la Universidad y de los criterios y capacidades de almacenamiento que ella defina.
- A pesar del enfoque del componente 1 del Plan Global de desarrollo, uno de los retos fundamentales es el de fortalecer aún más la colaboración con los Centros de Producción Radiofónica y con las sedes, buscando mayor cohesión y una comunicación radiofónica de orden nacional.

**COMPONENTE 2.**

**Potenciar el sistema de comunicación, prensa y divulgación de la UNAL, para incrementar la visibilidad institucional, de las sedes y las regiones.**

**OFICINA DE PRENSA**

La Oficina de Prensa de Unimedios proyecta los logros y la buena imagen de la UNAL a partir de la redacción de noticias que se publican en los portales web Agencia de Noticias y Periódico UNAL (versión impresa y digital), complementados con el manejo de redes sociales. Mantiene estrecha relación con los medios externos de comunicación a través del envío diario de boletines de prensa, *free press* y ruedas de prensa. También asesora la promoción de análisis sobre temas de interés nacional en espacios de debate académico y en productos de Unimedios.

Concebidos como proyectos inter sedes, los medios que lidera la Oficina de Prensa cuentan con un equipo de periodistas, uno en cada una de las nueve sedes, que hacen seguimiento a la agenda de eventos de la UNAL y están en permanente contacto con los grupos de investigación, expertos en temas de interés nacional e internacional, autores de tesis de maestría y doctorado, entre otros.

Así, la Agencia de Noticias publicó un promedio de 5 notas diarias, tres enviadas a medios externos, cada una acompañada de por lo menos seis fotografías.

Sobre el material fotográfico y de imágenes, este se actualizó gracias a que se hicieron viajes a las sedes Amazonas, Caribe, Tumaco y de La Paz, y se enviaron desde Bogotá cámaras fotográficas a las oficinas de comunicaciones de Arauca, Palmira y Manizales para los respectivos registros de las sedes. Así, hoy el archivo fotográfico cuenta con un total de 22.174 imágenes digitalizadas.

La Oficina también contrató este año el servicio de AFP que permite el uso anual de 600 fotografías sobre temas de actualidad y 60 videos en español.

**Agencia de Noticias UNAL**

Cantidad de boletines, fotos y videos publicados (enero - noviembre de 2023)

AGENCIA UNAL - 2023												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	TOTAL
Boletines	80	94	107	105	136	136	112	121	130	124	127	1272
Videos	1	1	2	4	6	11	6	4	4	7	7	53
Enviados	70	74	46	65	96	87	84	89	99	96	90	896

Número de visitas al sitio WEB de Agencia de Noticias (enero - noviembre 2023)

VISITAS A LA AGENCIA UNAL - 2023												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	TOTAL
Visitas	80.948	79.469	61.243	26.992	66.200	48.803	55.728	68.036	47.418	56.768	54.363	645.968
Páginas Visitadas	100.415	99.641	75.900	38.893	87.748	65.138	70.223	82.677	61.026	72.370	67.522	821.553

## Orgullo UNAL

Esta campaña exalta los logros más significativos de la comunidad universitaria. Durante el 2023 se publicaron 55 notas que tuvieron el siguiente impacto.

ORGULLO UNAL - 2023												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	TOTAL
Visitas	311	903	1.465	243	1.179	1.212	0	1.680	1.744	1.169	1.388	11.294
Páginas visitadas	447	1.008	1666	298	1.355	1.351	0	1.735	1.850	1.225	1.482	12.417

Nota: En el mes de julio no se obtuvieron estadísticas por razones técnicas.

## Periódico UNAL impreso

De Periódico UNAL en su versión impresa este año se imprimieron tres ediciones: por edición circularon 150 mil ejemplares con los suscriptores del diario El Tiempo; 12 mil con ADN y 7000 fueron distribuidos entre la comunidad universitaria de las 9 sedes. Las ediciones publicadas se titularon:

- Luces y sombras de la inteligencia artificial (20 páginas, circuló en junio).
- Es “una locura” no priorizar la salud mental en Colombia (20 páginas, circuló en agosto).
- UNAL 360 grados en los territorios (24 páginas, circuló en noviembre).

## Periódico UNAL Digital

Este medio se destaca por ser la principal plataforma de convergencia de Unimedios ajustada a las tendencias contemporáneas de la comunicación masiva, concentrándose en lo digital y multimedia. Así, con un promedio de 8 noticias nuevas a la semana (texto, audio o video) en Periódico UNAL se publicaron más de 150 notas de académicos de la UNAL y de América Latina, y de periodistas de las 9 sedes de Unimedios. Así mismo, se publicaron 70 programas de Análisis UNAL, 35 videos de Televisión UNAL, 40 videos ABC, y 80 noticias se tradujeron al inglés.

Número de visitas al sitio web de Periódico UNAL Digital (enero – noviembre 2023) Tabla #4

PERIÓDICO UNAL												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	TOTAL
Visitas	52.700	85.913	54.165	6.846	40.875	76.575	44.551	64.933	74.154	70.769	78.373	649.854
Páginas visitadas	61.082	100.881	63.510	8.158	48.119	88.910	53.653	77.183	86.825	83.991	89.383	761.695

## Redes sociales Oficina de Prensa UNIMEDIOS

La difusión de contenidos se ha fortalecido a través de las redes sociales de la Oficina de Prensa a las cuales corresponden Agencia de Noticias y Periódico UNAL: Facebook, Twitter e Instagram registran un aumento en las audiencias y un mayor reconocimiento de nuestros medios.

NÚMERO DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES 2023												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	TOTAL
Facebook	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000	737.000
Instagram	4.270	4.316	4.400	4.481	4.553	4.619	4.765	4.836	4.911	5.009	5.091	51.251
Twitter	252.146	252.055	251.218	250.598	249.986	249.427	248.930	248.790	248.765	248.794	248.823	2.749.532

### Monitoreo de medios Oficina de Prensa

A través del monitoreo se cuantificó el impacto de los boletines enviados a medios y se generó un reporte diario que fue enviado a las altas directivas y comunicadores de las sedes.

Número de boletines replicados en medios externos (enero – noviembre 2023)

RÉPLICA DE BOLETINES DE LA AGENCIA UNAL EN LOS MEDIOS 2023												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	TOTAL
REPLICADOS	168	126	144	162	182	139	176	237	216	197	172	1919

El *free press* se reforzó este año con dos estrategias importantes: Un podcast de 2 minutos con el resumen de las 4 principales noticias semanales de la Agencia que se envía a cerca de 400 periodistas. Enlace: <https://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/esta-semana-en-ciencia-a-un-clic-nueva-patente-de-invencion-para-la-unal-y-concentrado-para-pollo-economico-y-nutritivo> y el envío diario de noticias de Agencia y Periódico a través de WhatsApp a cerca de 400 periodistas en un chat institucional que se creó para tal fin. Otras formas de distribución de la información son: En Twitter: cerca de 400 cuentas de medios de comunicación, tomadores de decisión del país, entidades públicas y privadas y ONGS. Grupos de Facebook: se comparte en 4 grupos frecuentes de acuerdo con el tema con una afluencia de entre 300 y 500 miembros.

### Retos y oportunidades de mejora

El alto volumen de solicitudes para el cubrimiento de actividades académicas y científicas de la UNAL hace necesario contar con un mayor número de periodistas y otro editor de Agencia.

La Oficina de Prensa no cuenta con personal de planta, por lo cual es frecuente la rotación del equipo de periodistas.

### Datos destacados de la Oficina de Prensa

Publicación de 3 productos transmedia (podcast, videos, textos y fotogalerías) en Periódico UNAL Digital: <https://inteligencia.unal.edu.co/> <https://360grados.unal.edu.co/> <https://saludmental.unal.edu.co/>

### COMPONENTE 3.

#### Fortalecer las comunicaciones internas y externas a través las plataformas y herramientas de comunicación digital y web de la UNAL.

##### OFICINA DE MEDIOS DIGITALES

### Avance Plan Global de Desarrollo

Durante el año 2023, la Oficina de Medios Digitales (OMD) realizó actividades para el fortalecimiento de la imagen institucional y de las comunicaciones internas y externas de la Universidad.

Con respecto a las actividades definidas en el Plan de Desarrollo, todas aquellas que se vencen el 31 de diciembre de 2023, están cumplidas en un 100% así:

- **Número de pruebas y actualizaciones realizadas en los dos canales de la Universidad, UNAL y Comunicación interna:** 100% de cumplimiento con respecto a las metas trazadas para 2022 y 2023, llegando al 83.33% de cumplimiento de las metas propuestas para el trienio. Se implementaron 8 parámetros entre usabilidad y accesibilidad para los dos sitios.

- **Número de actualizaciones de herramientas desarrolladas:** App de Radio UNAL, App de Televisión UNAL, Sitio web de Unimedios: su porcentaje de avance en total hay un 100% de cumplimiento con respecto a las metas trazadas para 2022 y 2023. En Solicitudes Unimedios: Tiene un avance del 50% finaliza el 31 de diciembre del 2024, llegando al 75% de cumplimiento de las metas del trienio
- **Porcentaje de cumplimiento de los requerimientos definidos:** Se definieron los lineamientos técnicos y arquetipos de TIC, que incluyen: Hardware, software nivel 1, software nivel 2, lista de necesidades, conectividad, usabilidad, accesibilidad, capacitación, optimización de motores de búsqueda (SEO), estadísticas, productos y contenidos, segmentación y estructura de sitios, talento humano, parte contractual, normatividad, seguridad y mantenimiento, migración de datos y generación metodológica. Se propuso el diseño de arquitectura para los sitios web de la UNAL. su porcentaje de avance en total hay un 100%
- **El porcentaje de avance en la consolidación de la Estrategia de Comunicaciones Interna y Externa de la Universidad** (lineamientos, parámetros técnicos, talento humano, plataforma web, redes sociales, radio, televisión, etc.) es del 100% de cumplimiento.
- Se realizaron desplazamientos a las sedes Manizales, Palmira y Medellín, para sostener reuniones con las Vicerrectorías de las Sedes y socializar la necesidad de definir una plataforma web unificada para fortalecer la imagen institucional, crear mesas de trabajo con las secciones de la División de Gestión TIC de la DNED y la sección de desarrollo de los sitios web de las sedes, y levantar información en términos de metodologías, procesos y políticas. Con el apoyo del Laboratorio de Innovación, Creatividad y Nuevas Tecnologías LAB101, se acordó y se siguió un cronograma para el desarrollo de estas actividades. Se socializaron los aspectos técnicos y la arquitectura ante el Comité Nacional de Estrategia Digital. Se elaboró una lista con los criterios de selección, en los documentos de lineamientos técnicos y de arquitectura de TIC. Las evidencias se encuentran en el siguiente enlace: <https://bpun2022.unal.edu.co/proyectos-componentes/608-C3/informe-avance/2023-2>

#### Actividades 2023 en gestión y desarrollo de Medios Digitales.

- **Definición, análisis, diseño gráfico, desarrollo, implementación y puesta en marcha de 18 sitios web.** Se publicaron 12 sitios web y se rediseñaron 6. Algunos de los sitios, como unal.edu.co, se implementaron en la nube; para los demás, se usó infraestructura *on premise*.
- **Desarrollo de 21 extensiones específicas para complemento de sitios web.** Las extensiones son herramientas de software necesarias para el funcionamiento de los sitios y de los sistemas de información web.
- **Instalación y soporte de apps:** En 2023 se desarrollaron 4 aplicaciones *app's* de Periódico UNAL, Televisión UNAL, Radio UNAL y PROA UNAL.
- **28 sitios administrables internos con soporte desarrollados por OMD;** a la fecha son administrados en contenidos y soportados técnicamente.
- **Soporte a sitios web y sistemas de información,** desarrollados por OMD: 220 servicios sobre 46 sitios. Se realizaron ajustes a los desarrollos realizados por OMD, durante el año 2023 (código fuente y bases de datos).
- **Restauración de sitios web afectados por el incidente de seguridad del 18 de marzo de 2023,** que afectó la infraestructura de la UNAL (DNED): 55 sitios restaurados. El 18 de marzo de 2023, un incidente afectó la seguridad perimetral y la plataforma de virtualización del centro de cómputo, administrado por la Sección de Infraestructura y Gestión de Servicios de TI, de la Dirección Nacional de Estrategia Digital (DNED). Como consecuencia, gran parte de los sitios



web de la Universidad Nacional de Colombia dejaron de estar disponibles. Los daños consistieron principalmente en la encriptación de los archivos de máquinas virtuales y en los archivos de discos duros virtuales, denominados flat. Debido a esta situación, los ingenieros Martha Chaves y Giovanni Romero estructuraron y ejecutaron un protocolo para la restauración de los sitios web, en la medida de la disponibilidad de infraestructura provista por la DNED. Es de anotar que la infraestructura implementada mediante este protocolo no se vio afectada ante un nuevo incidente de características similares, que se presentó el 15 de noviembre de 2023.

- **Creación del protocolo de backups de sitios y sistemas de información web.** A raíz del incidente informático del 18 de marzo de 2023, se definió un protocolo para la generación de los backups de sitios y sistemas de información web.
- **284 asesorías en sitios y sistemas de información web, apps e imagen institucional.** Estas asesorías se brindan a los usuarios o a las personas responsables de las dependencias con el fin de brindar definiciones técnicas y administrativas.
- **28 boletines UNAL-Periódico Digital (mailing):** Se presentó una disminución de los boletines enviados con respecto a años anteriores, debido a la intermitencia en la disponibilidad del sitio web de Agencia de Noticias, ante la situación de contingencia ocasionada por el incidente informático del 18 de marzo de 2023.
- **2 auditorías web.** Las auditorías web se realizan para la verificación de la correcta implementación de imagen institucional y el cumplimiento de los requisitos normativos. Los resultados de este proceso se envían a las dependencias responsables de los sitios (observaciones para corrección, sitios con plantilla institucional desactualizada) y a la DNED (sitios inexistentes). Auditoría 1 (febrero de 2023): 1399 sitios auditados, Auditoría 2 (agosto de 2023): 1399 sitios auditados
- **Orgullo UNAL:** Publicación de 55 Orgullo UNAL es una campaña institucional creada por Unimedios, para destacar los hechos que enaltecen a la institución.
- **1700 publicaciones de eventos en Circular UNAL:** Como resultado del incidente de seguridad del 18 de marzo (DNED), el sistema Circular UNAL estuvo fuera del aire hasta su restablecimiento el 24 de abril. Se **reanuda** la recopilación de eventos a través del *backend* de TYPO3; sin embargo, ocurrieron problemas de conexión con el servicio de identidades digitales (LDAP, administrado por DNED), que impidieron el registro de eventos por parte de los usuarios hasta el mes de julio. Al comparar los registros de eventos, se evidencia que a pesar del incidente informático se mantuvo el crecimiento en la cantidad de eventos en 2023: Nivel Nacional: 52, Sede Bogotá: 1089, Sede Medellín: 277, Sede Manizales: 96, Sede Palmira: 7, Sede de La Paz: 34, Sede Amazonia: 26, Sede Caribe: 5, Sede Orinoquia: 2, Sede Tumaco: 27
- **Especiales de Periódico UNAL:** Se diseñaron y publicaron las interfases de 3 especiales: 360 grados en los territorios <https://360grados.unal.edu.co/>, Es una locura no priorizar la salud mental en Colombia <https://saludmental.unal.edu.co/>, Luces y sombras de la Inteligencia Artificial <http://inteligencia.unal.edu.co/>
- **Tertulias del Conocimiento.** 30 sesiones, con las cuales se mantiene al equipo al día con los estándares de programación:

### Imagen Institucional

- 26 desarrollos de herramientas para el diseño, el desarrollo, el soporte y la gestión de imagen institucional.
- Solicitudes atendidas: 4015 con interacciones, devoluciones y correos. Asesorías Imagen Institucional telefónicas: 84. Asesorías Imagen Institucional virtuales: 43. Asesorías Imagen Institucional chats: 122. Capacitaciones Guía de identidad visual: 22. Auditoría Imagen institucional – Informes: 11. Comités de Imagen Institucional: 3
- Actividades realizadas para la mejora continua del proceso de Imagen Institucional: Asesorías especiales (personalizadas) 216. Mesas de trabajo: 11. Actualizaciones en la guía de identidad visual según necesidad: 48. Casos enviados al Comité de Propiedad Intelectual: 3. Viajes a las Sedes para socialización de la plataforma web UNAL y de imagen institucional: 4

El informe detallado, con las evidencias que sustentan las actividades descritas, en el siguiente enlace: <https://drive.google.com/file/d/13wHPyd7T3GpoEFUBgMuAfjyikLbQTKID>

Aún en medio de las dificultades que se presentaron, especialmente la contingencia ocasionada por los ataques informáticos de marzo y de noviembre, la oficina mantuvo gran parte de sus sitios web y desarrolló e implementó nuevas soluciones. Además, cumplió con la totalidad de las actividades vinculadas a los indicadores del proyecto 608 componente C3; al respecto, se destaca la definición de la arquitectura de la nueva plataforma web para toda la Universidad. Por otra parte, también actualizó las políticas de imagen institucional y procuró en todo momento su correcta aplicación.

### COMPONENTE 4.

**Fortalecimiento de la oferta de contenidos audiovisuales de la UNAL, para apalancar la divulgación, la comunicación externa e interna y el vínculo con las sedes y regiones.**

#### OFICINA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL

La oficina está orientada a la realización de contenidos audiovisuales, transmisiones virtuales y estrategias de comunicación. Obedeciendo a sus principios misionales, desarrolla productos de divulgación en ciencia, tecnología, arte y cultura, y presta apoyo a las iniciativas de comunicación de diversas dependencias de la UNAL.

#### **Avances y logros por transformadores culturales, ejes y programas**

Durante la vigencia 2023, OPA continuó con el cumplimiento de las metas y actividades planteadas en el PGD, culminando la realización de 3 series audiovisuales: la primera en la Sede Medellín, la segunda en la Sede Palmira, y la tercera en la Sede Bogotá. Continuó con el fortalecimiento de la promoción de sus productos audiovisuales en redes sociales con participación de 9 Sedes UNAL, a través de 20 campañas destinadas a TikTok, Instagram y Twitter. También prestó labores de apoyo a la comunicación interna de la UNAL y a la transmisión de eventos de interés para la Universidad, participando activamente en proyectos como la FILBO y las Cátedras de Nivel Nacional.

Durante la vigencia 2023, fortaleció la realización de transmisiones en vivo y de grabaciones en el campus y en otras locaciones, y continuó con el fortalecimiento técnico y humano para la realización de transmisiones virtuales de eventos de interés para la UNAL, así como en formato “híbrido”, que combina eventos Presenciales con transmisiones virtuales. A través de estas acciones se ha favorecido la

permanencia de los usuarios en el canal de YouTube: Televisión UNAL, y se ha aumentado asimismo el número de suscriptores.

En 2023, se realizaron más de 450 capítulos de series, incluyendo 179 transmisiones de eventos UNAL. Se estrenaron las series: *Postales Unal-Sede Palmira*, *Misión Ciencia-Sede Medellín* y *Destino Campus-Sede Bogotá*; se continuó con la realización de las series: *Abstract*, *Punto Crítico*, *Pacho y Sofía* y *Al Día UNAL*; y se realizó el lanzamiento de los documentales: *Un universo oculto en el Casanare* y *Cocodrilos del Orinoco*. En una sinergia con Prensa UNAL se realizaron: *Abc*, *Ciencia a un Click* y *Agencia de Noticias*; y junto a la Rectoría UNAL se realizó la serie *Experiencias Transformadoras*.

En el marco del fortalecimiento del programa inter sedes, se envió un equipo técnico especializado para desarrollar productos audiovisuales y productos de redes sociales en las 9 sedes UNAL del país. esta experiencia también contó con una amplia participación de algunas comunidades de las regiones de influencia de la UNAL.

### Canal YouTube. Series y capítulos realizados

La difusión de estos productos audiovisuales fortalece la presencia de la UNAL en el universo virtual, consolidando audiencias nacionales e internacionales. En la vigencia 2023, el canal de YouTube de la Universidad Nacional de Colombia-Televisión UNAL alcanzó un total de 1.380.245 horas de visualización, 748.295 visualizaciones y 86.000 suscriptores. Estas cifras nos posicionan como el principal canal universitario del país.

La página de Facebook cuenta con 27.479 seguidores; la cuenta de X con 10.574 seguidores; la cuenta de Instagram con 12.100 seguidores; y la cuenta de TikTok, creada en el segundo semestre de 2022, con 32.200 seguidores.

### Actividades 2023 Plan Global de Desarrollo

- Se implementó el intérprete de lenguaje de señas en 9 capítulos de la serie IMPACTO REGIONAL UNAL: Territorio 360 <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1GQM6SBOfi5LQ5zSTWHK3WVqCiYwxC4xf>
- Se realizaron durante el trienio 65 campañas de divulgación destinadas a Redes Sociales Televisión UNAL.
- Durante la vigencia 2023, se generaron 20 campañas para redes sociales.
- Se realizó una estrategia para TikTok y una estrategia para Redes Sociales Televisión UNAL.  
ANEXO: Estrategia de redes, general y TikTok  
[https://drive.google.com/file/d/1xwDT-y3\\_7zOV-zNct9DnJYPf6Bb0NvOs/view](https://drive.google.com/file/d/1xwDT-y3_7zOV-zNct9DnJYPf6Bb0NvOs/view)  
[https://drive.google.com/file/d/1xB4pbQqW41Yj4ZISnj5K4ifPaOpO8\\_dq/view](https://drive.google.com/file/d/1xB4pbQqW41Yj4ZISnj5K4ifPaOpO8_dq/view)
- Se realizó la parrilla de programación de redes sociales correspondientes a enero-diciembre de 2023.
- Desde el mes de enero hasta el 31 de diciembre de 2023, OPA apoyó la realización de 179 transmisiones de eventos de interés UNAL: 137 Eventos Institucionales, 6 Cátedras Al Habla, 12 Cátedras De Paz, 13 Cátedras De Liderazgo Pública y 11 Cátedras de Transformación Digital  
El vínculo de las transmisiones a través de YouTube televisión UNAL se encuentran alojados en el siguiente drive, en la pestaña TRANSMISIONES, en la columna URL YOUTUBE:  
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mUzC92azmTgN1dmi2xzzh9qZIFPtexg0/edit#gid=1530209902>
- Durante la vigencia 2023, OPA publicó 179 piezas promocionales para las transmisiones; se encuentran alojadas en el siguiente drive, en la columna URL PAQUETE GRÁFICO:  
<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1xA4jCIWwWyyTf0lwESNuOSZn0Fu6MAM>

- OPA realizó el lanzamiento del documental *Un universo oculto en el Casanare*, el 23 de febrero de 2023, que contó con la participación de delegados del Grupo Gerph, MinCiencias, la Universidad de Antioquia y Unitrópico; y del documental *Cocodrilos del Orinoco - Una Odisea hacia el Río Tomo*, el 12 de septiembre de 2023. Estos eventos se realizaron en el Edificio de Aulas de Ciencias y muestran el compromiso de la UNAL con la divulgación de la ciencia, la tecnología y la innovación.

### **Resumen de los recursos, capacidad y ejecución presupuestal**

La ejecución presupuestal de OPA para la Vigencia 2023 se divide en 2 frentes principales: contratación de personal humano calificado y adquisición de equipos técnicos. Se ha avanzado satisfactoriamente en la realización del proyecto y se han cumplido las fechas establecidas.

### **Liderazgo colectivo e incidencia en la sociedad**

Durante la vigencia 2023, OPA fortaleció sus lazos de trabajo sinérgico con todas las sedes UNAL, entablando una comunicación asertiva con las vicerrectorías y direcciones de sede, así como con las diferentes dependencias de comunicación. Gracias a este esfuerzo, pudo apoyar activamente la creación de contenidos desde las sedes y la participación de miembros de la comunidad universitaria de las sedes UNAL en los diversos productos de comunicación de Televisión UNAL. Este esfuerzo se vio consolidando por la realización de 11 viajes a las sedes UNAL y un viaje adicional a San José del Guaviare, para la realización de diversos productos audiovisuales que resaltan el papel transformador de la UNAL en las regiones y el posicionamiento de la UNAL como marca y como patrimonio nacional en todo el país. Estos desplazamientos contaron además con la valiosa presencia y colaboración de diversas comunidades, como, por ejemplo, las comunidades Miraña, Tikuna y Uitoto, de Amazonas; las comunidades Kankuamo y Wiwa, de Cesar; las comunidades Inga y Nasa, del Valle del Cauca; la comunidad de mujeres concheras, de Tumaco, Nariño; y de diversas comunidades agrícolas que han permitido el intercambio de saberes con la comunidad UNAL para la construcción colectiva de conocimiento.

## **COMPONENTE 5.**

### **Potenciar la imagen, la marca y la comunicación estratégica e institucional de la UNAL.**

#### **OFICINA PROYECTOS ESTRATEGICOS**

Unimedios por medio de la Oficina de proyectos estratégicos trabaja en difundir, potenciar y exaltar a través de campañas institucionales la producción académica, científica, cultural y artística a través de los medios digitales de la UNAL ampliando el alcance e impacto en audiencias de la comunidad UNAL y la sociedad en general. Como parte del plan global, en el 2023, se ha venido trabajando con las sedes UNAL en la conformación de un equipo inter sedes trabajando de manera conjunta en la ideación, consolidación, generación y ejecución de campañas institucionales nacionales.

### **Redes Sociales UNAL**

La articulación con las sedes se apalanca en el uso de aplicaciones para la gestión y administración de redes sociales y la disposición de herramientas de medición y monitoreo. En el 2023 se utilizaron los gestores de redes *Hootsuite* y la plataforma *Sprout Social* considerada una de las más robustas en la actualidad, para lo cual se realizó la configuración de los 20 usuarios o equipos del nivel nacional, sedes y facultades, adicionalmente se reconfiguró la conformación de los equipos para poder incluir a las 9 sedes.

Durante el transcurso del 2023 se realizaron varias acciones encaminadas al fortalecimiento de las redes sociales oficiales e institucionales UNAL:

- El ABC de redes sociales se ha consolidado como la hoja de ruta institucional para todo el trabajo en redes sociales y en un documento de consulta permanente; durante el 2023 se ha venido actualizando de acuerdo con los nuevos requerimientos de imagen marca UNAL.
- Se gestionó la realización y producción de *reels* enmarcados en las campañas institucionales UNAL, junto con la toma de fotografías del campus de la sede Bogotá y de las otras sedes en las visitas. <https://bit.ly/3FPq5fG>
- Se comenzó con la gestión de interacción con la comunidad que hace parte de las redes sociales oficiales UNAL, respondiendo a los mensajes directos y comentarios de publicaciones.
- Durante la 10ª edición de los premios #LatamDigital 2023 se obtuvieron dos premios: Mejor Estrategia de Marketing Digital 360° con la campaña transmedia Gerardo Molina y Mejor Proyecto de Educación Digital con la Cátedra de Transformación Digital: Experiencias en Iberoamérica de la Dirección Nacional de Estrategia Digital – DNED.
- Se obtuvo el reconocimiento Lápiz de Acero en la categoría “Gráfica espacial” en la edición 2023 para la señalización realizada en la Sede de La Paz de la institución.

### **Estrategias y documentos Redes Sociales.**

Las redes sociales oficiales UNAL se han venido administrando desde la Oficina de Proyectos Estratégicos de Unimedios y han logrado posicionarse de manera positiva entre la comunidad interna y externa. Teniendo en cuenta esto, durante el año se desarrollaron guías y lineamientos para la comunidad que consulta el ABC de redes sociales: Estrategia de Redes Sociales Oficiales UNAL 2023, Estrategia de Redes Sociales Institucionales Televisión UNAL 2023, Estrategia TikTok 2023-Cuenta Oficial Televisión UNAL, Guía rápida para usar el texto alternativo en redes sociales, Decálogo de Buenas Prácticas en Comunicación con Enfoque de Género, Canales de WhatsApp 2023, Recomendaciones para publicación de contenidos en Redes Sociales 2023, Manual de PQRS de redes sociales

Todos y cada uno de estos documentos desarrollados durante el 2023, pueden ser consultados en el enlace: <https://bit.ly/3QSDIEz>

### **Fortalecimiento Modelo Intersedes UNAL**

Durante el segundo semestre del 2023, se visitaron a las sedes UNAL con el objetivo de hacer seguimiento al Proyecto Madre de Comunicación y sus componentes, teniendo como propósito principal un acercamiento con las directivas, los equipos de comunicación y continuar con el fortalecimiento del trabajo inter sedes. La información e informes de cada una de estas visitas se puede consultar en la siguiente carpeta Drive: <https://bit.ly/47T8klv>.

### **Campañas Institucionales Plan Global**

El objetivo de estas campañas, es el impactar a la comunidad con contenidos que los involucren y los hagan sentir parte de una institución inter sedes. Las líneas base desde las cuales se desarrollaron estas campañas son: institución inter sedes, buen vivir en los campus, gobernanza, apropiación y cultura ciudadana y sostenibilidad UNAL: #CampusUNAL, #ExperienciasUNAL, #SaludUNAL, #SostenibilidadUNAL.

### **Campañas Institucionales UNAL**

Como parte de la estrategia de imagen institucional se desarrollaron campañas de comunicación, para lo cual se gestan y planean estrategias de comunicación 360°, conceptualización, el diseño gráfico, parrillas de redes, difusión, promoción y divulgación de todas las piezas y acciones de comunicación generadas e implementadas para el alcance de los objetivos concertados y con las metas misionales de nuestra institución.

La campaña **#SomosUNAL** se consolidó como campaña principal y sombilla en diferentes escenarios temáticos, siempre variando y renovando los mensajes, generando conceptos gráficos y diversas etiquetas que brindan adaptabilidad y se hace visible en todas las piezas desarrolladas para comunicación y difusión y promoción.

Las principales campañas en 2023 desarrolladas fueron:

#156 años UNAL – Semana Universitaria, #Experiencias Transformadoras UNAL. #OrgulloUNAL. #Réplicas UNAL. Premios #LatamDigital. #Rankings UNAL. #Proceso Permanente de Rendición de Cuentas. #Foro Plataformas Digitales. #No a la violencia UNAL. #Señalización UNAL. #La Universidad Aprende. #Efemérides UNAL. #Redes Sociales. #PGD2024/Plei2034. #Política de Gratuidad. #Análisis UNAL. #Tertulias UNAL. #ABC Redes Sociales UNAL. #Spots Institucionales–Televisión UNAL. #Al Día UNAL. #Cursos Libres–Deportes Sede Bogotá. #Deportista del año. #FILBO 2023. #Tienda UNAL 2023. #Campaña Alianza 4G. #Premio India Catalina–Televisión UNAL. #Especiales Periódico UNAL. #Campaña bienvenida nuevos estudiantes UNAL. #Radio UNAL. Podcast Radio UNAL. #Reforma Ley 30–Convergencia por la Educación Superior. #Encuesta de Satisfacción–Unimedios. #Representantes estudiantiles y profesoraes. #Premio Lápiz de Acero–Señalización Sede de La Paz, #Departamento de Geografía UNAL.

### **Ejecución Técnica**

La Oficina de Proyectos Estratégicos participó en diversas acciones propias abarcando así sus responsabilidades institucionales con la UNAL y Unimedios; además trabajo ATÍ’S con 5 clientes internos y 1 cliente externo por valor de \$ 635.915.694 para Unimedios, que dejaron excedentes por valor de \$ 248.151.964 (39%) y gestión de recursos (ODS) por valor de \$ 18.359.998.

### **Conclusión**

La oficina de Proyectos Estratégicos – OPE continúa consolidándose día a día como una oficina de alta importancia institucional, es por esta razón que se espera poder seguir contando con todos los recursos necesarios para seguir fortaleciendo cada uno de los proyectos manejados desde esta dependencia, para así poder lograr los mejores resultados en beneficio de nuestra institución.

### **COMPONENTE 6.**

#### **Implementación de estrategias y herramientas para la conservación del Patrimonio Documental y repositorios de contenidos de comunicación multimedia de la UNAL.**

OFICINA DE GESTIÓN Y CALIDAD

#### **Avances y logros**

Como parte del proyecto “Implementación de estrategias y herramientas para la conservación documental y repositorios de contenidos multimedia de la UNAL” y teniendo en cuenta que a partir de “Informe diagnóstico” realizado previamente, se está consolidando el levantamiento del inventario en estado natural de los documentos en soportes especiales albergados en los repositorios de las oficinas de Unimedios iniciando, con la Oficina de Producción y Realización Audiovisual y la Oficina de

Producción y Realización Radiofónica. Dadas las características de los soportes y de la información se definió, con base en el volumen registrado en el diagnóstico, los formatos audiovisuales y sonoros que se intervendrían inicialmente y los procedimientos a llevar a cabo necesarios para el cumplimiento de la finalidad y la meta fijadas

1. Con corte al 31 de agosto, del total del inventario natural de televisión que asciende a 15.131, se han procesado un total de 28.891 registros, correspondientes a 7.159 unidades, cuyos contenidos están relacionados con producciones científicas y académicas, eventos académicos, eventos institucionales, eventos culturales, cursos y cátedras, películas, programas de televisión, material de apoyo educativo, material inédito, sin editar, sin identificar y unidades que no pudieron ser reproducidas por diversas razones, pero que igualmente fueron verificadas y rotuladas. Se registra un avance del 47,26%.
2. Sobre el total de 38.241 unidades identificadas del inventario natural de radio en el informe de diagnóstico, entre el 1° de julio y el 30 de noviembre se ha procesado un total de 4.756 registros, correspondientes a 563 casetes de audio y 298 discos ópticos.

**Sobre el porcentaje de avance en la realización y consolidación de los repositorios multimedia** se resalta que, durante el proceso de la consolidación de la información de la Oficina de Producción y Realización Audiovisual, se evidenció una diferencia en las cantidades identificadas en el diagnóstico informado por la firma Orolash y las encontradas en el depósito, de manera que a la fecha de corte del informe se encuentra un total de 15.131 unidades con contenido y 3.143 de material virgen en diferentes formatos y no 16.606 unidades que fue la inicialmente reportada. Para el segundo semestre se dio inicio al proceso con la oficina de Producción y Realización Radiofónica, donde se detalla el plan de trabajo. Avance de los indicadores durante el periodo: 70% realización y consolidación de repositorios multimedia

#### **Porcentaje de avance en el levantamiento del inventario en estado natural de documentos especiales**

Para este segundo semestre, el avance de este indicador hay que mirarlo desde dos perspectivas: uno es la mejora en el avance del inventario en estado natural trabajado con la oficina de Producción y Realización Audiovisual de acuerdo a los equipos existentes según los formatos de los repositorios de esta dependencia y el comienzo de trabajo con la Oficina de Producción y Realización Radial.

Se presentaron los cuadros de resultados y se informó que se pudieron identificar 13 tipos de soportes y formatos y que se abordaron los más voluminosos, de manera que para algunos como los DVC, los discos duros y las fotografías se alcanzó un total del 100%, para otros como los discos ópticos y los casetes de audio, se logró un avance superior al 94%, para soportes como el Betacam, los mini DV y los VHS se obtuvieron porcentajes entre el 5% y el 30%, mientras que en otros soportes, algunos de los cuales no cuentan con equipos de reproducción.

Como conclusión de este punto se indicó que el avance obtenido fue de 28.891 registros correspondientes a 7.159 unidades, que representan el 47,26% del total. En relación con la cantidad de registros se aclaró que no coinciden con la cantidad de unidades, dado que en una misma unidad puede encontrarse más de una pieza y que es necesario que cada una de ellas constituya en un registro aparte en el inventario.

- Avance levantamiento del inventario en estado natural de documentos especiales, 36,5%
- Avance del objetivo (según avance de las actividades durante el periodo) 53,3%.
- Ejecución presupuestal a 2023 tuvo una apropiación de \$213.836.667 y una ejecución de \$154.829.613 correspondiente al 72%.

## Resumen de indicadores de producción e impacto. 2023

	2022	2023	%
<b>Oficina de Medios Digitales</b>			
<b>Sitio Web unal.edu.co</b>			
Visitas	3.856.459	3.239.059	-19%
Páginas visitadas	5.200.943	4.369.554	-19%
<b>Circular UNAL</b>			
Eventos Publicados	1.672	1.700	2%
Visitas	6.089	9.578	36%
Páginas visitadas	8.201	13.278	38%
<b>Desarrollos Digitales</b>			
Definición, diseño desarrollo, implementación y puesta en marcha sistemas de información y sitios web	20	18	-11%
Desarrollo de extensiones específicas	13	21	38%
Soporte a la plataforma de Convergencia de Comunicaciones	23	7	-229%
Subida y soporte de App (Tienda IOS / Android)	7	4	-75%
Sitios web con Administración y Soporte	323	220	-47%
Sitios Web Auditados UNAL	3.489	2.798	-25%
Asesorías WEB	21	284	93%
Solicitudes atendidas de Imagen Institucional	1.910	3.864	51%
<b>Agencia UNAL</b>			
Visitas web	574.268	680.404	16%
Páginas visitadas	755.427	866.036	13%
<b>Periódico UNAL</b>			
Visitas web	1.169.018	691.551	-69%
Páginas visitadas	2.730.656	809.873	-237%
<b>Radio UNAL</b>			
Visitas web	311.597	204.393	-52%
Páginas visitadas	434.467	333.579	-30%
<b>Televisión UNAL</b>			
Visitas web	28.288	27.892	-1%
Páginas Visitadas	50.257	51.062	2%
<b>Orgullo UNAL</b>			
Visitas web	15.520	11.829	-31%
Páginas visitadas	18.041	12.990	-39%
<b>Oficina de Prensa</b>			
Facebook	67.524	67.000	-1%
Twitter	252.171	248.643	-1%
Instagram	4.254	5.132	17%
<b>Agencia UNAL</b>			
Boletines publicados	1.057	1.370	23%
Boletines enviados a medios de comunicación externos	872	973	10%
Boletines replicados en medios	1.967	2.049	4%
<b>Periódico UNAL</b>			
Ediciones Especiales	2	2	0%
<b>Oficina de Comunicación Estratégica</b>			
<b>Gestor Redes Sociales UNAL / Hootsuite</b>			
Cuentas / Usuarios *Se realizan comités nacionales mensuales grupo gestor	20	20	N/A
<b>Facebook UNAL Oficial</b>			
Seguidores	179.729	197.323	9%
<b>Twitter UNAL Oficial</b>			
Seguidores	142.706	148.505	4%
<b>Instagram UNAL Oficial</b>			
Seguidores	91.137	106.359	14%



<b>YouTube UNAL Oficial</b>			
Suscriptores	9.680	10.646	9%
<b>LinkedIn UNAL</b>			
Seguidores	229.414	253.015	9%
<b>Campañas UNAL</b>			
Campañas institucionales	45	46	2%
<b>Oficina de Producción y Realización Audiovisual</b>			
Transmisiones en vivo	235	203	-16%
Videos producidos publicados	259	294	12%
Videos Agencia + Periódico UNAL	64	54	-19%
<b>YouTube Televisión UNAL</b>			
Visualizaciones	6.828.152	8.278.764	18%
Suscriptores	76.041	86.025	12%
Tiempo de visualización (horas)	1.118.410	1.395.151	20%
Impresiones	71.668.249	82.801.000	13%
Duración promedio	9 minutos	9 minutos	N/A
<b>Facebook Televisión UNAL</b>			
Seguidores	26.258	27.576	5%
<b>Twitter Televisión UNAL</b>			
Seguidores	9.911	10.592	6%
<b>Instagram Televisión UNAL</b>			
Seguidores	7.738	12.100	36%
<b>Oficina de Producción y Realización Radiofónica</b>			
<b>Facebook Radio UNAL</b>			
Bogotá	17.215	17.775	3%
Medellín	1.751	1.903	8%
<b>Instagram Radio UNAL</b>			
Seguidores	2.391	3.710	36%
<b>Twitter Radio UNAL</b>			
Bogotá	9.346	9.734	4%
Medellín	6.840	6.802	-1%

# unimedios

unidad de medios de comunicación

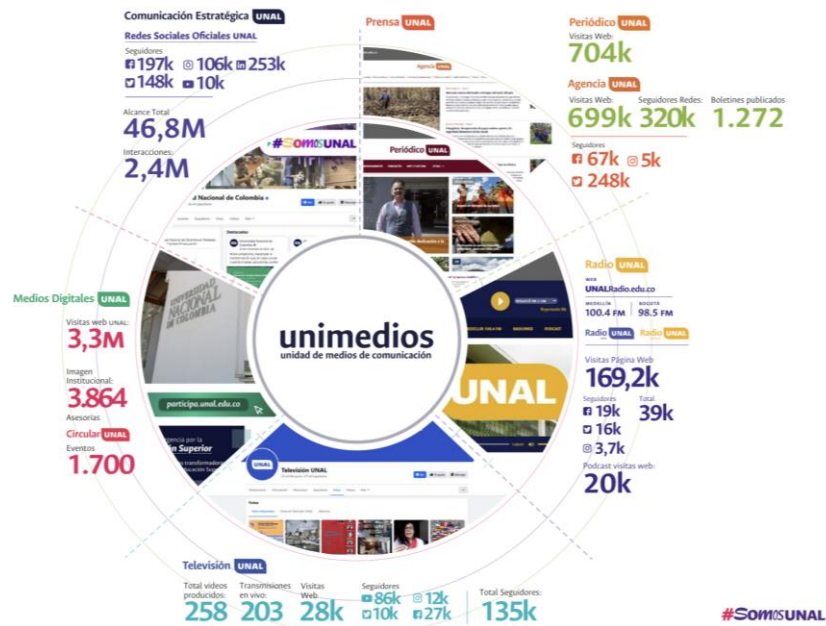
**Periodo**  
del 01 de enero de 2023  
al 31 de diciembre de 2023

## Comunicaciones UNAL

Total visitas portal web UNAL  
+ portales UNIMEDIOS

**5,2 M**

#SOMOS Comunicación



## GESTIÓN FINANCIERA UNIMEDIOS

Según el Acuerdo No. 317 de 2019 del CSU, donde se realizó la unificación de la Unidad Financiera y Administrativa de Unimedios con la Gerencia, surgió la necesidad de organizar un área que fuera el enlace entre Unimedios y el área de gestión operativa y estratégica de la gerencia, con el fin de realizar el seguimiento en todo lo que tiene que ver con los asuntos financieros y administrativos de la Unidad de Medios de Comunicación, al mismo tiempo de enlace con la Vicerrectoría General a través del SIGA con los temas relacionados con Calidad y seguir con la administración del auditorio Alfonso López Pumarejo.

### BALANCE FINANCIERO

Nombre Proyecto	Apropiación	Registro	Saldo por ejecutar	% ejecutado
<b>PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>				
Fortalecimiento de los canales radiofónicos de la UNAL para ampliar la difusión de la actividad científica, académica y cultural e institucional	617.771.773	420.897.998	196.873.775	68%
Potenciar el sistema de comunicación, prensa y divulgación de la UNAL, para Incrementar la visibilidad institucional, de las sedes y las regiones.	857.039.950	792.096.753	64.943.197	92%
Fortalecer las comunicaciones internas y externas a través las plataformas y herramientas de comunicación digital y web de la UNAL	609.345.528	504.167.547	105.177.981	83%
Fortalecimiento de la oferta de contenidos audiovisuales de la UNAL, para apalancar la divulgación, la comunicación externa e interna y el vínculo con las sedes y regiones.	1.441.575.995	1.338.739.617	102.836.378	93%
Potenciar la imagen, la marca y la comunicación estratégica e institucional de la UNAL.	642.412.520	586.589.044	55.823.476	91%
Implementación de estrategias y herramientas para la conservación del Patrimonio Documental y repositorios de contenidos de comunicación multimedia de la UNAL	213.836.667	154.829.613	59.007.054	72%
<b>Total Inversión</b>	<b>4.381.982.433</b>	<b>3.797.320.572</b>	<b>584.661.861</b>	<b>87%</b>
<b>PROYECTOS PLANES DE ACCIÓN</b>				
APUNTES MAESTROS	124.999.156	124.608.305	390.851	100%
<b>Total Planes de acción Inversión</b>	<b>124.999.156</b>	<b>124.608.305</b>	<b>390.851</b>	<b>100%</b>
<b>PROYECTO DE FUNCIONAMIENTO</b>				
PRESUPUESTO DE FUNCIONAMIENTO PARA LA VIGENCIA 2022 - UNIMEDIOS	1.702.590.150	1.294.237.891	408.352.259	76%
<b>Total Nivel Central UNIMEDIOS</b>	<b>6.209.571.739</b>	<b>5.216.166.768</b>	<b>993.404.971</b>	<b>84%</b>

De acuerdo a la tabla anterior, podemos verificar que los proyectos de Inversión tuvieron un buen comportamiento en la ejecución (compromisos) con un 87% de ejecución global de los 6 componentes, para resaltar los componentes 608-C2; C4 y C5 que tuvieron un porcentaje por encima del 90% De los proyectos de acción-inversión (Apuntes Maestros) proyecto de Rectoría en alianza con Unimedios el porcentaje de ejecución fue del 100%. Del proyecto de funcionamiento donde se manejan el grupo base o célula básica (recurso humano) y gastos generales tuvo una ejecución del 76%. En resumen, por la empresa 1005 tuvo una ejecución del 84% durante la vigencia 2023.

## FONDO ESPECIAL

### Ejecución de ingresos – Fondos Especiales recursos propios – Vigencia 2023

Concepto	Aforo	Recaudo	% ejecución	% participación
			Ejecución	Participación
1.INGRESOS CORRIENTES	553.931.420	549.831.914	0,99	0,28
Venta de servicios	553.931.420	549.831.914	0,99	
Servicios Académicos Pregrado	111.341.160	111.341.160	1,00	
Derechos de grado pregrado	111.341.160	111.341.160	1,00	
Servicios de Comunicación	94.488.998	266.151.732	2,82	
Servicios profesionales, científicos y técnicos (excepto los servicios	54.265.299	205.235.775	3,78	
Servicios recreativos, culturales y deportivos	10.970.000	2.090.000	0,19	
Servicios inmobiliarios	29.253.699	58.825.957	2,01	
Transferencias operaciones internas con contraprestación	348.101.262	172.339.022	0,50	
Transferencias o.i. venta servicios de comunicación	286.315.903	110.549.000	0,39	
Transferencias o.i. sin contraprestación				
Transferencias o.i. venta arrendamientos	61.785.359	61.790.022	1,00	
2. RECURSOS DE CAPITAL	1.216.562.280	1.381.093.248	1,14	0,72
Depósitos (Rendimientos financieros)	21.940.000	186.470.968	8,50	
Recursos del balance gestión general	1.194.622.280	1.194.622.280	1,00	
<b>TOTAL RECURSOS PROPIOS</b>	<b>1.770.493.700</b>	<b>1.930.925.162</b>	<b>1,09</b>	

Se puede verificar en la tabla, que lo recaudado por ingresos corrientes por Unimedios es de un 99% a lo proyectado para esta vigencia, sin embargo por razones internas se dejaron de registrar (\$90.404.017) que son del ATI No. 6 y ATI No.1 del Nivel Central y Fondo especial Nacional y externas (\$13.815.214) que son de emisión de cuñas (Multimedios plus SAS ) y contrato de Positiva de Seguros para un total de \$ 104.219.231 que quedarán registrados en los primeros meses del 2024, referente a los ingresos proyectados en recursos de capital se superó a lo proyectado en un 14% teniendo la mayor participación en este porcentaje los rendimientos financieros, en conclusión Unimedios tuvo un 9% más de lo recaudado a lo proyectado.

### Empresa 1011 Fondo Especial

Nombre Proyecto	Código del Proyecto en QUIPU	Apropiación	Registro	Saldo por ejecutar (Registro)	% ejecutado (Registro)
Proyecto De Funcionamiento					
Gastos Operativos del Fondo Especial Unimedios para La Vigencia 2023	901010139370	1.770.493.700	1.034.392.044	736.101.656	58%

De acuerdo a la tabla anterior se tuvo una ejecución del 58% en los gastos operativos del Fondo Especial de Unimedios, que es un porcentaje aceptable en ejecución, dentro de este porcentaje esta todo lo que se realizó con Rendición de cuentas, el apoyo al proyecto de Experiencia Transformadoras de Rectoría, el contrato suscrito con la Compañía Positiva de Seguros entre otros.

## ADMINISTRACIÓN AUDITORIO ALFONSO LÓPEZ PUMAREJO

DEPENDENCIA	EVENTOS PAGOS	EVENTOS NO PAGOS (GRATUITOS)
Nivel Nacional		\$ 81.710.576
Sede Bogotá	\$ 62.948.472	\$ 133.789.205
Solicitante Externo	\$ 58.825.957	
Total	\$ 121.774.429	\$ 215.499.780

De acuerdo a la tabla, se logró recaudar \$121.774.429, de los cuales se obtuvo \$62.948.472 para usuarios internos y \$58.825.957 para usuarios externos

### Apoyo a eventos de Sede Bogotá

Durante la vigencia 2023 se agendaron 88 eventos gratuitos solicitados por las diferentes dependencias y/o facultades, y las cuales tuvieron un valor no percibido por un monto de \$215.499.780. Por lo anterior, se relacionan las dependencias que más solicitaron agendamiento de eventos en el año.

Usuario Interno	No. de eventos	Valor General
Vicerrectoría de Sede Bogotá	14	\$ 28.804.893
División Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo	11	\$ 22.064.600
ELITE	8	\$ 20.470.521
Dirección Financiera y Administrativa Sede Bogotá	4	\$ 13.000.839

En el transcurso de la vigencia 2023, la Secretaría General ha solicitado el agendamiento de diferentes eventos incluyendo las ceremonias de grado y algunos eventos de la Facultad de Medicina. Como compensación a estos eventos, la dependencia realizó una transferencia por valor de \$111.341.160, de los cuales se han realizado los siguientes eventos:

Usuario Interno	No. de eventos	Valor General
Secretaría General - Ceremonia de grados Facultades	15	\$ 26.461.893
Facultad de Medicina (Secretaría General)	3	\$ 7.162.872

### SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Como parte de la gestión, el sistema tiene como objetivo reportar la gestión de la Unidad de Medios de Comunicación - UNIMEDIOS en el desarrollo de su Sistema de Gestión de la Calidad durante la vigencia 2023, de acuerdo con los requisitos y demás lineamientos del SIGA de la Universidad Nacional de Colombia. Se realiza Plan de trabajo 2023, de acuerdo con los Lineamientos de la Circular 01 de 2023 del 22 de febrero de 2023, lineamientos dados desde la Vicerrectoría General, con el cual se realiza la identificación de requisitos y lineamientos dados desde el SIGA-UNAL, se clasifica y tabula la información recopilada y se determinan acciones las cuales dejan registro dentro de los plazos estimados, para lo cual se relacionan las actividades, el estado y su entregable.

Conclusiones de las actividades desarrolladas en la vigencia 2023 en Calidad

- Se formula y ejecuta plan de trabajo iniciando vigencia 2023, considerando información de entrada como la Circular 01 de 2023, actividades de mejora identificadas en la vigencia 2022, se ejecutan sus actividades y se dejan registros soporte.

- Se identifican oportunidades de mejora a ejecutar para la vigencia 2024 en función de la optimización de los tramites y servicios y la integración con las oficinas enlace UNIMEDIOS en las Sedes.
- Se incrementa la presencia de Nivel Nacional en Sedes respecto a su iniciativa para apoyar la implementación de requisitos del SGC.
- Se finaliza en plan piloto de indicadores de gestión y se formulan los indicadores definitivos en consenso con la dirección de las diferentes dependencias, para lo cual se requiere formalizar las hojas de vida ante el SIGA-UNAL y oficializar su operación.
- Se logra mayor participación de las dependencias y de la sede Medellín y sede Palmira en la integración de requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad UNAL, para lo cual se requiere para la vigencia 2024 incrementar la integración de las demás oficinas de enlace UNIMEDIOS.
- Se implementa y desarrolla el mecanismo de medición de percepción de los usuarios frente a su satisfacción de los servicios prestados a través de encuesta de satisfacción publicada en página web, obteniéndose la primera medición para el tercer trimestre de 2023, sin embargo, no se cumplió la muestra mínima estimada, para lo cual se requieren hacer ajustes de tiempo de medición y estrategia para incrementar la participación de los usuarios en la misma.
- Se actualiza la metodología, análisis y resultados de la gestión del riesgo del proceso a través de las herramientas y demás lineamientos establecidos por el SIGA-UNAL

### LOGROS RELEVANTES 2023

La divulgación de información y contenidos se fortaleció, conformando hoy un sistema convergente, con experiencias transmedia, y vinculando a las sedes con un sentido nacional.

Se incrementó la producción audiovisual, teniendo hoy un portafolio significativo de documentales, series especiales que amplían audiencias, en particular, su difusión por medios de los canales digitales y redes sociales han propiciado un crecimiento e impactos significativos.

Periódico UNAL y la Agencia de Noticias se consolidan como eficaces canales de comunicación para la difusión de la producción y el pensamiento de la UNAL.

Radio UNAL, es reconocido como uno de los medios de comunicación más importantes del país, consultado por los líderes de opinión nacionales y avanza con su posicionamiento en los entornos digitales mediante el desarrollo del canal web y la conformación de la plataforma Podcast UNAL.

Se cuenta hoy con una actualización del diseño y estructura de la página web principal de la UNAL y con una nueva plataforma de convergencia que articula los productos y formatos de comunicación de Unimédios.

Se avanza con el proyecto de diseño e implementación de políticas, lineamientos y soporte para el diseño y administración de aplicaciones web en la UNAL.

La comunicación estratégica adquirió una importancia y consistencia particular que propicio mayor reconocimiento y articulación con la comunidad interna y externa y propicio el avance del modelo interseces al fortalecer el contacto y recursos de las oficinas de enlace en comunicación con las sedes.

La organización y crecimiento de las Redes Sociales, mediante la disposición de la plataforma de gestión y administración que articula las principales instancias del Nivel Nacional, Sedes, Facultad, Institutos y Centros, se consolida como un modelo de convergencia de comunicación en la Universidad.

El registro e implementación de la marca nominativa UNAL es un legado importante en la estrategia de comunicación e identidad visual, reflejo del programa rectoral y de la imagen y reconocimiento de la Universidad.

Los productos de comunicación constituyen también un patrimonio documental que dan cuenta de la historia y memoria de la institución. En esta vigencia se inició con la formulación de un proyecto para la identificación, preservación, documentación y almacenamiento de material y contenidos de prensa, fotográfico, gráfico, radiofónico, audiovisual y diseño de aplicaciones informáticas, tanto en formato análogo como digital, en gran parte, de carácter patrimonial y en riesgo actualmente.

Los proyectos y procesos adelantados responden a las estrategias, objetivos y metas de los Planes Globales de Desarrollo 2018-2021 y 2022-2024, pero más allá, estos proyectos, estrategias y productos se proyectan como plataforma e insumo para la comunicación en el mediano plazo, asociado también con los objetivos del Plei3034. Es claro que la comunicación, los procesos, las plataformas, las estrategias, las formas de consumo y circulación de la información están en constante y acelerada transformación y que fenómenos como la permanente transformación tecnológica o la inteligencia artificial incidirán de manera importante en la comunicación y demandará reformas estructurales en la organización y la generación de contenidos.

### **OPORTUNIDADES DE MEJORA Y ACCIONES CORRECTIVAS**

Los medios y canales de la Universidad y Unimedios constituyen un patrimonio y potencial de las comunicaciones, cuentan con reconocimiento e impacto en la comunidad y la sociedad, por lo que su fortalecimiento y actualización permitirán su consolidación y la proyección de la misión y producción. En ese sentido el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica e informática relacionada con la comunicación es un aspecto fundamental y uno de los componentes estratégicos de la transformación digital y de la integración de la universidad.

Es esencial considerar inversiones y acciones en factores relacionados con la conectividad, la seguridad informática, el almacenamiento, la disposición de herramientas para el diseño, la producción, difusión y puesta en marchas de procesos estratégicos de comunicación y herramientas para el monitoreo, medición y tratamiento de datos.

Los medios y canales de la Universidad y Unimedios constituyen un patrimonio y potencial de las comunicaciones de la Universidad, cuentan con reconocimiento e impacto en la comunidad y la sociedad, por lo que su fortalecimiento y actualización permitirán su consolidación y la proyección de la misión y producción. En ese sentido el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica e informática relacionada con la comunicación es un aspecto fundamental y uno de los componentes estratégicos de la transformación digital y de la integración de la universidad.

Es esencial considerar inversiones y acciones en factores relacionados con la conectividad, la seguridad informática, el almacenamiento, la disposición de herramientas para el diseño, la producción, difusión y puesta en marchas de procesos estratégicos de comunicación y herramientas para el monitoreo, medición y tratamiento de datos.

La dinámica de la comunicación, en el mundo y en la universidad en particular, requiere una constante actualización y renovación, tanto en los modos en que se generan y difunden los contenidos, como en el factor tecnológico inherente a ello. En ese sentido es importante la revisión y actualización de los procesos y la política de comunicación, entendida como un sistema que involucra a todas las instancias y actores en la universidad.

En el caso particular de Unimedios, es necesaria la revisión de su estructura organizacional entendida desde una perspectiva de articulación nacional, la disposición de talento humano, la incorporación formal de nuevos procesos, el fortalecimiento de las oficinas de enlace en las sedes y aspectos como la administración y sostenimiento de la unidad.

FIN DEL DOCUMENTO

-VIGENCIA-

# BALANCE SOCIAL

2023

