



UNAL / unimedios / Oficina de Proyectos Estratégicos / Ideas que transforman

## UNIMEDIOS

Balance  
**SOCIAL**  
VIGENCIA 2024

**#SOMOSUNAL**

## PRENSA UNAL

### a. Descripción de la dependencia

La Oficina de Prensa de Unimedios proyecta los logros y avances más significativos de la UNAL, así como los aportes que la Institución hace al desarrollo de la sociedad, a partir de la redacción de noticias que se publican en los portales web Agencia de Noticias y Periódico UNAL (versión impresa y digital) y en las redes sociales. Mantiene estrecha relación con los medios externos de comunicación a través del envío diario de boletines con noticias relevantes para la prensa, prensa sin costo (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

### b. Contribución: Avances por transformadores culturales, ejes y programas PGD

Las actividades de la Oficina de Prensa dentro del PGD corresponden al Programa E4-P3 “Gestión integral del dato, de la información y la comunicación institucional” del Eje Estratégico E4 “Universidad Autónoma y Sostenible”. Durante la vigencia 2024 se cumplieron con éxito las metas (100%) trazadas para el proyecto “Potenciar la visibilidad regional y nacional de la UNAL robusteciendo el sistema informativo Periódico UNAL Digital, impreso, y Agencia de Noticias” así:

**b.1 Periódico UNAL impreso:** Se imprimieron las tres ediciones especiales propuestas en BPUN. Sus títulos son:

- Científicos de la UNAL descubren microorganismos que degradan el clorhidrato de coca (junio 2024)
- 7 de cada 10 hogares en Colombia no tienen acceso a una alimentación sana (agosto 2024)
- Bien común: sin inclusión igualitaria, justa y equitativa, el hombre se convierte en lobo del hombre (octubre 2024)

Por edición circularon 150 mil ejemplares con los suscriptores del diario El Tiempo; 12 mil con ADN y 7000 fueron repartidos entre la comunidad universitaria de las 9 sedes.

**b.2 Periódico UNAL Digital:** 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. Para este medio se realizaron los 3 especiales transmedia propuestos en BPUN articulados con las oficinas de Televisión UNAL, Radio UNAL, Medios Digitales UNAL. Se titularon así:

“Microorganismos y su impacto en la humanidad”, “Crisis alimentaria”, y “Bien común”. Cada uno integrado por: 8 textos escritos, tres videos y un podcast. esta son las direcciones de los especiales:

- [HTTPS://BIENCOMUN.UNAL.EDU.CO/](https://BIENCOMUN.UNAL.EDU.CO/)
- [HTTPS://CRISISALIMENTARIA.UNAL.EDU.CO/](https://CRISISALIMENTARIA.UNAL.EDU.CO/)
- [HTTPS://MICROORGANISMOS.UNAL.EDU.CO/](https://MICROORGANISMOS.UNAL.EDU.CO/)

Se publicaron más de 200 análisis de académicos de la UNAL y otras universidades de América Latina, y cerca de 70 artículos de periodistas de las 9 sedes de la UNAL reflejando así el carácter nacional de la Institución. También se publicaron 70 programas de Análisis UNAL, 35 videos de Televisión UNAL, 40 videos ABC producidos en la oficina de prensa, y 80 noticias se tradujeron al inglés, cumpliendo así con la meta propuesta en BPUN.

**b.3 Redes Sociales:** Se aumentó el número de visitas en las redes sociales como se propuso en BPUN: Así, durante el año 2024 se sumaron a las redes del Sistema Informativo Periódico UNAL un total de 326.500 nuevos seguidores así: Twitter: 2.729.447; la implementada estrategia de Instagram con 88.264; y Facebook con 850.478. La suma de todas estas redes sociales arroja que se tiene un total de 3.580.013 seguidores. Así, al sumar estos resultados con lo alcanzado en los años 2022 y 2023, año en que se unieron 254.156 y 256.424 seguidores, tenemos que, comparativamente con los resultados del 2021, la meta de aumentar en 500 mil el número de seguidores durante la vigencia del PGD (2022-2024) se cumplió en su totalidad.

**También se implementaron otras estrategias en redes sociales con gran acogida así:**

- Reels audiovisuales
- Historias ABC
- Piezas personajes que son eco en la UNAL
- Citas de investigadores

Para la campaña Orgullo UNAL se escribieron 40 perfiles de integrantes de la comunidad universitaria exaltando sus logros en diferentes disciplinas académicas.

Gracias a la relación que se ha establecido con medios externos de comunicación a través de freepress, el podcast la Ciencia un clic, y un grupo creado en whatsapp, estos replicaron durante este año cerca de 2000 noticias de la Agencia, que diariamente publica 5 noticias que destacan el quehacer institucional en sus ámbitos de interés para el país.

### **C. Logros relevantes en el proceso de rendición pública de cuentas**

- **Publicación de tres números especiales de Periódico UNAL con temas de alto impacto nacional abordados a partir del conocimiento científico de expertos de la UNAL en todas las áreas del conocimiento, en las 9 sedes. ( LOGRO DESTACADO).**
- Cerca de 2000 réplicas de noticias de la Agencia en medios de comunicación regionales y nacionales.
- Reconocimiento de líderes nacionales como el Presidente de la República y congresistas, que destacaron en sus redes sociales noticias de la Agencia y Periódico UNAL. **(logro destacado)**
- **Articulación de las 9 sedes en los proyectos Agencia de Noticias UNAL y Periódico UNAL para publicar información diaria de cada territorio. Impacto de estas noticias en medios regionales de Arauca, La Paz y Leticia que incluso nunca habían publicado nada de la UNAL o referían solo temas negativos.**

- Ampliación de audiencias a través de las redes sociales de la Oficina de Prensa.

#### **D. Oportunidades de mejora**

- La Oficina de Prensa no cuenta con personal de planta por lo cual es frecuente la rotación del equipo de periodistas lo que afecta procesos de producción con calidad de la información, ya que cada vez que llega nuevo personal hay que volver a empezar con los procesos de aprendizaje. Por ello se hace necesario contar con personal vinculado de una manera más estable.
- Debido al alto volumen de solicitudes para el cubrimiento de actividades académicas y científicas de la UNAL se hace necesario contar con un mayor número de periodistas y otro editor de Agencia.
- Es necesario que haya periodistas en todas las sedes contratados desde las vicerrectorías y direcciones, que destaquen los temas más relevantes de la Universidad en los territorios a través de los medios nacionales (RADIO, PRENSA, TV UNAL) y aprovechen su posicionamiento como generadores de opinión en el país.
- Se requiere continuar con el proyecto de actualización y organización del archivo fotográfico.
- Es importante que las directivas de la UNAL establezcan voceros para los temas relevantes institucionales que generan polémica en el país (sobre todo en los medios ) y que estos respondan con oportunidad las entrevistas que se requieren en Unimedios, y en un trabajo articulado orienten a los periodistas.

#### **E. Dificultades**

- La toma del edificio Uriel Gutiérrez dificultó principalmente la toma de fotografías (las cámaras se quedaron adentro) y el acceso al archivo fotográfico. Para subsanar el tema recurrimos a cámaras personales y a imágenes de boletines que ya habían salido para usarlos en la nueva información producida, mientras se solucionó el tema y pudimos ingresar.
- A la hora de abordar temas institucionales que generaron polémica en los medios no fue fácil tener fuentes precisas que atendieran con oportunidad las entrevistas planteadas por Unimedios y orientaran la información con miras a desvirtuar información errada circulante.
- Alta rotación de periodistas (particularmente en las sedes de presencia nacional) debido a dificultades para conseguir personal con formación sólida en periodismo, con redacción clara, concisa, coherente y con enfoque pertinente de la información.

## RADIO UNAL

### a. Descripción de la dependencia

La Oficina de Producción y Realización Radiofónica (OPR) se encarga de diseñar, producir y publicar contenidos radiofónicos con la participación directa de los diferentes integrantes de la Comunidad de la Universidad Nacional de Colombia a través de los diferentes canales bajo la marca Radio UNAL. En FM, Bogotá, 98.5 y Medellín, 100.4 (y sus streaming a través de <https://radio.unal.edu.co/>); en la plataforma Podcast Radio UNAL (<https://podcastradio.unal.edu.co/>) asociada con plataformas de distribución *Spotify* e *Ivoox* y en Radio Web UNAL (<https://radio.unal.edu.co/radioweb>).

Los contenidos elaborados y publicados tienen como propósitos la divulgación científica, académica y cultural de la Universidad Nacional de Colombia; la promoción de sus valores, necesidades e intereses y aportar al debate público y la formación ciudadana, dando cabida a multiplicidad de posturas frente a los eventos de orden local, regional, nacional e internacional.

### b. Contribución: Avances por transformadores culturales, ejes y programas PGD

El desarrollo del “**Componente 1: Fortalecimiento de los canales radiofónicos de la UNAL para ampliar la difusión de la actividad científica, académica y cultural e institucional**” del proyecto 608 pertenece al “Eje Estratégico PGD: E4 - UNIVERSIDAD AUTÓNOMA Y SOSTENIBLE Programa PGD: E4-P3 - Gestión integral del dato, de la información y la comunicación institucional”. El proyecto concluyó en el 2024 con un avance objetivo de 92.9%. En el marco de este proyecto se adelantaron producciones radiofónicas para los diferentes canales de Radio UNAL con todas las sedes de la Universidad. De las 54 series radiofónicas proyectadas para el trienio se concluyeron 51. Con esta serie de contenidos se llevó a cabo una experiencia de comunicar desde y con las sedes.

Sede	No. de producciones/Sede
Orinoquia	6
Amazonia	4
Bogotá	6
Caribe	6
De La Paz	6
Manizales	5
Medellín	6
Palmira	6

Tumaco	6
--------	---

### c. Logros relevantes en el proceso de rendición pública de cuentas

Los principales **logros** son:

- Reconocimiento como uno de los medios de radio con los cuales se informan los líderes de opinión en Colombia a nivel nacional. Décimo sexta versión (2024) del Panel de Opinión de la firma Cifras y Conceptos.
- Premio de Periodismo Porvenir a la sostenibilidad 2024. “Mención especial al cubrimiento del atletismo”.
- Reconocimiento de la importancia de trabajar con las demás sedes de la Universidad para recoger y presentar los aportes de la actividad científica, académica y cultural de la Universidad Nacional de Colombia a la población colombiana, resaltando la importancia de esta institución para el país.
- Invitación a las sedes para que participen de los canales y productos que se orientan desde Unimedios para que sean considerados como elementos importantes de difusión de la Universidad. La experiencia que se ha adelantado con el Centro de Producción Radiofónica de la sede Palmira permite vislumbrar la posibilidad de trabajar en conjunto con las demás con la meta de desarrollar, para los interesados, espacios propios dentro de los canales de Radio UNAL.
- Fortalecimiento de los equipos de comunicación de las sedes mediante la contratación y supervisión de profesionales para las sedes Amazonia (1), Medellín (4), Caribe (1 empresa) y Manizales (1).
- Inversión en equipos técnicos audiovisuales por valor de 39,452,597 mediante la ODC No. 19 del 8 de noviembre de 2024 para la Sede Caribe como parte de la ejecución de los recursos proyectados.

### d. Oportunidades de mejora

A pesar de los logros señalados de la ejecución del proyecto BPUN 608C1 se indican algunos **retos y necesidades** que probablemente hagan parte del próximo Plan Global de Desarrollo. A saber:

- A. Definición las agendas de comunicación en conjunción con las sedes (sus objetivos, metas y estrategias) con el fin de precisar qué de ellas corresponden al ámbito la comunicación externa y que son susceptibles de publicarse a través de los canales y productos de comunicación que se orientan desde Unimedios o por medio de canales locales (administrados por las sedes) y qué de ellos deben gestionarse bajo la denominación de comunicación interna.
- B. Construcción y/o fortalecimiento y/o transformación de los equipos de comunicación y sus estructuras en las sedes y/o en el nivel nacional de la Universidad.

- C. Establecimiento de un modelo administrativo eficiente y diferente al de una supervisión centralizada en el nivel nacional y adelantada por las jefaturas de las oficinas de Unimedios sobre las órdenes de servicio de profesionales que refuerzan los equipos de comunicación de las sedes.
- D. Aunque la plataforma Podcast Radio UNAL ha logrado crecer y posicionarse, es evidente que la promoción de algunos contenidos no alcanzó su máximo potencial. La creación de campañas específicas en redes sociales, el uso de técnicas de optimización para motores de búsqueda (SEO) en descripciones y títulos, y la segmentación de audiencias por interés y ubicación geográfica pueden ser pasos fundamentales. Además, establecer alianzas con otras plataformas educativas y culturales podría amplificar el alcance de los episodios y conectar con nuevos públicos.

#### **e. Dificultades**

- El seguimiento al diseño y preproducción de los contenidos radiofónicos desde el nivel nacional se hace muy complejo dadas las dinámicas propias de cada sede.
- Los procesos de selección y contratación de las personas que se vinculan a los equipos de comunicación de las sedes también se tornan lentos y en sentido similar el seguimiento a la ejecución de las actividades contratadas también es una dificultad sensible.
- Los servicios radiofónicos de Radio UNAL por internet son muy frágiles frente a diversos problemas que afecten directa o indirectamente este recurso. Los ataques y daños informáticos, la crisis de la Universidad por la designación del rector o la imposibilidad de acceso al edificio Uriel Gutiérrez en abril son algunas de las situaciones que afectaron el funcionamiento de los canales radiofónicos.

## **TELEVISIÓN UNAL**

#### **a. Descripción de la dependencia**

La oficina de Producción y Realización Audiovisual, OPA, es una oficina especializada en 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.

#### **b. Contribución: Avances transformadores culturales, ejes y programas PGD**

Durante la vigencia 2024, y pese a la contingencia de la toma del edificio Uriel Gutiérrez, donde quedan sus oficinas en Bogotá y su estudio de grabación, Televisión UNAL continuó con el cumplimiento de las metas y actividades planteadas en el PGD y de sus labores de funcionamiento.

Las actividades correspondientes al PGD están enmarcadas en el Programa E4-P3 “Gestión integral del dato, de la información y la comunicación institucional” del Eje Estratégico E4 “Universidad Autónoma y Sostenible”. Durante la vigencia 2024 estas actividades se cumplieron en un 100% de las metas y comprendieron específicamente a:

- La realización de 32 capítulos de la estrategia AL DÍA UNAL con participación de miembros de la comunidad universitaria de diversas Sedes UNAL.
- La realización de 4 series: POSTALES UNAL (SEDE MEDELLÍN), INNOVACIONES (SEDE PALMIRA), y FRECUENCIA UNAL (SEDE BOGOTÁ).
- La realización de la serie ABSTRACT, con la participación de las Sedes Bogotá, Medellín y Palmira.
- La realización de 9 capítulos de la serie TERRITORIO 360, que muestra el impacto regional de la UNAL en todo el país a través de proyectos de docencia, cultura, investigación o extensión que se adelantan en las Sedes Andinas UNAL y/o las Sedes de Presencia Nacional UNAL.
- La realización de 8 capítulos de la serie INQUEBRANTABLES, que muestra el alcance del Campus Sede Bogotá UNAL.
- Adquisición de dispositivos tecnológicos, para garantizar la calidad de los productos audiovisuales.
- Implementación de la audiodescripción del documental LAS VOCES DE LA TIERRA.
- El fortalecimiento de la promoción de sus productos audiovisuales en redes sociales con participación de las 9 Sedes UNAL, a través de 20 campañas destinadas a TikTok, Instagram y X.
- La realización de 151 transmisiones de eventos de interés UNAL.

Dando cumplimiento a sus actividades de funcionamiento y a sus principios misionales, Televisión UNAL prestó labores de apoyo a la comunicación interna de la Universidad y a la transmisión de eventos de interés, participando activamente en proyectos como la Rendición de Cuentas Vigencia 2023, las Cátedras de Nivel Nacional, la Semana de Experiencias y Talento Digital UNAL, UNAL Investiga, la Designación del Rector UNAL y diversos eventos en torno a la perspectiva de género, y en el cubrimiento de la COP16 y los 90 años de la Sede Palmira con la oficina de enlace de Unimedios de la Sede Palmira UNAL.

Además prestó labores de apoyo a la divulgación y la socialización del PGD y del Plei 2034, a la manera como se relacionan estos dos proyectos entre sí y al proceso de construcción del documento final a través de los claustros y las colegiaturas.

Se fortaleció la realización de transmisiones en vivo y de grabaciones en el campus y en otras locaciones, y apoyó la retransmisión de eventos desde las sedes UNAL. Continuó con la actualización técnica y el fortalecimiento del equipo 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.

En el marco del fortalecimiento del programa intersedes del PGD, Televisión UNAL envió un equipo técnico especializado para desarrollar productos audiovisuales y productos de redes sociales en las 9 sedes del país. Estos productos audiovisuales resaltan el papel transformador de la UNAL en las regiones, el intercambio de saberes con distintas comunidades, el posicionamiento de la UNAL como marca y el valor patrimonial representado en sus colecciones y sus investigaciones. Fruto de esta experiencia son los 2 documentales: HISTORIA Y PATRIMONIO, y COLECCIONES ENTOMOLÓGICAS; 9 capítulos de una nueva temporada de la serie TERRITORIO 360; y varias piezas para redes sociales de las series SABERES ANCESTRALES y CONOCIMIENTO A UN TIK.

Además, apoyó 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, gracias a un 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.

Aparte de los productos audiovisuales contemplados en el PGD y de los productos derivados de los viajes a las Sedes UNAL, se realizaron:

- las series ABC y CIENCIA A UN CLIC en una sinergia con Prensa UNAL
- El documental sobre el patrimonio audiovisual COOPERCOLT (Sede Medellín)
- Las series: PUNTO CRÍTICO, URRAS y ZONA SEGURA
- Las series diseñadas específicamente para redes sociales: AL DÍA UNAL, BOLETÍN TELEVISIÓN UNAL, ORGULLO UNAL y UNALMENTE.

En total, durante la vigencia 2024 realizamos más de 326 capítulos de series y 151 transmisiones de eventos de interés UNAL.

Cabe resaltar que adicionalmente se gestionó el lanzamiento del documental: LOS REYES DEL ORINOCO en el canal de televisión pública SEÑAL COLOMBIA.

En cuanto al comportamiento de las redes sociales, durante la vigencia 2024 el canal de YouTube de la Universidad Nacional de Colombia/Televisión UNAL registró un total de 92.807 seguidores, 1.045.273 visualizaciones, 52.448 interacciones y un alcance de 10.080.037 impresiones, cifras que nos posicionan como el principal canal universitario del país.

Además, @TelevisionUNAL cuenta con 34.000 seguidores en TikTok; con 28.000 en Facebook; con 14.000 en Instagram; y con 10.600 en X.

A través de sus labores de funcionamiento y sus actividades asociadas al PGD y al Plei, Televisión UNAL ha favorecido el posicionamiento de la Universidad Nacional de Colombia como un referente de excelencia en educación y de construcción de país, con un especial énfasis en su impacto regional a través de sus 9 sedes en el territorio nacional.

### **c. Logros relevantes en el proceso de rendición pública de cuentas**

Como logros relevantes para el 2024 y como insumo para el documento de RC para Televisión UNAL destacamos los siguientes puntos:

- Ampliación de audiencias a través del estreno del documental LOS REYES DEL ORINOCO en televisión pública, y de la obtención del Premio India Catalina 2024. El domingo 27 de octubre, a las 6:00 p. m., se estrenó en el canal de televisión pública Señal Colombia el documental LOS REYES DEL ORINOCO y se adelantó asimismo la gestión ante este mismo medio para el estreno del documental LAS VOCES DE LA TIERRA en una fecha próxima aún por definir. Para la emisión de los documentales en televisión pública, se adelantó una gestión ante el comité de programación de Señal Colombia y luego se redactó y aprobó el formato de Contrato de Licencia de Emisión.

- Fortalecimiento de las transmisiones de eventos de interés UNAL. Durante la vigencia, se realizaron 150 transmisiones de eventos de interés interno y externo desde varias Sedes UNAL, y se apoyó también la retransmisión de eventos desde las Sedes UNAL.
- Consolidación de la estrategia de presencia en redes sociales. En la redes sociales @TelevisiónUNAL se alcanzó un total de 172.347 seguidores, 2.495.023 visualizaciones y 143.248 interacciones. Además, se fortaleció el trabajo conjunto con las Sedes UNAL para garantizar su presencia y visualización en redes sociales; se diseñaron contenidos específicos para Instagram, TikTok y X; y se consolidó la circulación de contenidos gracias a la estructuración de parrilla de programación de redes sociales.
- **Premio India Catalina Mejor Producción de Televisión Universitaria** El 18 de abril, en la ceremonia de los Premios India Catalina 2024, la serie URRAS: GUARDIANES DE FAUNA recibió el premio a la Mejor Producción Universitaria. En los Premios se inscribieron varios productos; las series URRAS: GUARDIANES DE FAUNA y TERRITORIO 360 fueron nominadas en la categoría de MEJOR PRODUCCIÓN UNIVERSITARIA, distinción que le correspondió finalmente a URRAS, producción realizada en alianza con la Unidad de Rescate y Rehabilitación de Animales Silvestres de la Sede Bogotá UNAL.
- Participación en la COP16. El viernes 25 de octubre a las 2 de la tarde se proyectó el documental LOS REYES DEL ORINOCO en el marco de la programación de la UNAL en la COP16, como zona verde. La concertación de este espacio fue posible gracias a la sinergia con la oficina de enlace de Unimedios en la Sede Palmira. Además, tras la proyección, se realizó un panel que contó con la presencia de reconocidos investigadores de la Estación de Biología Tropical Roberto Franco, Wildlife Conservation Society Colombia y el Instituto de Genética-IGUN.
- Emisión de un Código Cívico por canales públicos y privados. Durante el mes de diciembre se emitió por canales públicos y privados el video promocional NOVENTA AÑOS DE LA SEDE PALMIRA UNAL. Televisión UNAL realizó la gestión ante la CRC para que el video promocional fuera incluido como Código Cívico y pudiera ser emitido por canales públicos y privados.

#### **d. Oportunidades de mejora**

En lo concerniente a la vigencia 2024, OPA ve las siguientes oportunidades de mejora en sus procesos y actividades:

- Mayor agilidad en la legalización y el inicio de las órdenes contractuales de personas naturales contratos laborales y en las órdenes de compra de equipos.
- Mayor agilidad en la gestión para el desplazamiento y la aprobación de viáticos del equipo humano a otras sedes UNAL y a otras regiones del país que involucren viajes aéreos.
- Actualización de los equipos técnicos para realizar productos audiovisuales en formatos de alta calidad 4K.
- Fortalecimiento de la estructura técnica y el protocolo para el alojamiento del archivo de material audiovisual grabado.

#### **e. Dificultades**

Durante la toma del edificio Uriel Gutiérrez, no se tuvo acceso a las oficinas del nivel central ni al estudio de grabación. Esto implicó carecer de acceso a los equipos técnicos de producción y posproducción de transmisiones y grabaciones, como, por ejemplo, cámaras, sonido, luces, puesto fijo, estaciones de edición, etc.

A pesar de esta dificultad, la situación se logró sortear con éxito gracias a dos equipos de grabación que no se encontraban en las instalaciones del edificio al momento de la toma; a la solidaridad de la Facultad de Artes y de UNALab, que facilitaron oficinas y computadores provisionales; y al compromiso del equipo humano, que siempre generó propuestas, tanto en lo técnico como en lo creativo, para solucionar la contingencia.

## MEDIOS DIGITALES

### **a. Descripción de la dependencia**

De acuerdo con la Resolución de Rectoría 381 de 2014, La Oficina de Medios Digitales apoya a la dirección de UNIMEDIOS en la supervisión del cumplimiento de las directrices establecidas para el manejo de los elementos de identidad visual de la Universidad y asesora a las distintas dependencias en la aplicación de los mismos en piezas gráficas impresas y digitales, así como en los sitios web y las redes sociales. También elabora, evalúa, divulga y actualiza permanente dichas directrices. Además, diseña y realiza proyectos y piezas de comunicación, de forma coordinada y sinérgica, con las demás oficinas, para fortalecer la imagen de la institución.

### **b. Contribución: Avances por transformadores culturales, ejes y programas PGD**

Como se describe a continuación, durante el año 2024, la Oficina de Medios Digitales llevó a cabo actividades enmarcadas en el BPUN y en su plan de acción, con el objetivo de fortalecer la imagen institucional y mejorar las comunicaciones internas y externas de la Universidad a través de las piezas gráficas impresas y digitales, así como en los sitios web y las redes sociales.

Gran parte de estas actividades estuvieron relacionadas con la Plataforma Web Institucional LUNA. Después de un diagnóstico inicial (2019) y la conceptualización, el análisis y el diseño del modelo (junio - diciembre de 2023), durante 2024 se emprendió el desarrollo de la plataforma, se definieron los lineamientos de diseño web, se diseñaron y desarrollaron componentes en el sistema de diseño web (mediante la metodología de diseño atómico) y se integraron estos elementos con un nuevo sistema de gestión de contenidos (CMS), aplicando la arquitectura headless. Además, se inició la definición de los repositorios digitales, que son indispensables para visualizar y mantener actualizada la información institucional por un solo canal, en concordancia con la Resolución 101 de 2016. Todas estas actividades están soportadas con un riguroso proceso de documentación, que ha mejorado significativamente.

Sobre esta base, se desarrollaron múltiples sitios web que sirvieron de piloto para probar e iniciar la mejora continua de la nueva plataforma. Los sitios de la Rectoría (junto con el microsítio de los primeros 100 días de gestión rectoral), la Vicerrectoría de Investigación, el Sistema de Probidad de la Vicerrectoría General y el de la Dirección Nacional de Estrategia Digital - DNED, al igual que los sitios de Solicitudes Unimedios y del Gestor de Reactivos Quimidata (estos últimos en ambiente de pruebas), fueron implementados a partir de LUNA.

La Oficina de Medios Digitales ha trabajado de la mano con otras instancias de la Universidad, a las cuales agradecemos el apoyo brindado durante este año. Tal es el caso del Comité de Propiedad Intelectual, al cual se le remitieron solicitudes relacionadas con la liberación de la tipografía institucional Ancizar, el registro de la Plataforma Web Institucional LUNA y la definición de requisitos para la cesión de nuevos componentes al sistema de diseño web. Con la Dirección Jurídica Nacional,

se atendieron diferentes casos de Imagen Institucional, entre los que se destacan los conceptos para la implementación en la Universidad de la Ley 2345 de 2023 (conocida como “Chao Marcas de Gobierno”), y el manejo de información engañosa por parte de terceros a través de diversos canales.

También se realizaron actividades para garantizar la disponibilidad de las aplicaciones móviles registradas a nombre de la UNAL en las tiendas de Android y iOS. Una de esas actividades consistió en la gestión para obtener el número D-U-N-S para la Universidad.

Las actividades vinculadas al componente 3 (*Fortalecer las comunicaciones internas y externas a través las plataformas y herramientas de comunicación digital y web de la UNAL*) del proyecto madre 608 (*Fortalecimiento de la comunicación, la divulgación, la imagen institucional, la comunicación estratégica, los entornos digitales y el patrimonio documental*), fueron ejecutadas al 100%, como se describe a continuación.

**b1. Indicador E4-P3-07-0C IC1 - Número de pruebas y actualizaciones realizadas en los dos canales de la Universidad (UNAL y Comunicación interna):** Se cumplió con el 100% de las actividades, alcanzando la totalidad de las metas propuestas para el trienio.

**b1.1. Actividad 1 - Realizar actualizaciones con usuarios específicos para resolver problemas de usabilidad de acuerdo con los lineamientos de Gobierno Digital y Resolución 1519 del 2020 para el producto de la Página Principal de la UNAL [unal.edu.co](http://unal.edu.co):** En el año 2023, esta actividad se cumplió en su totalidad. Durante el año 2024, se perfeccionó la implementación de los diez (10) criterios de usabilidad y accesibilidad definidos en las fases previas del proyecto para el portal principal de la Universidad (<https://unal.edu.co>).

**b1.2. Actividad 2 - Realizar actualizaciones con usuarios específicos para resolver problemas de usabilidad de acuerdo con los lineamientos de Gobierno Digital y Resolución 1519 del 2020 para el producto de Comunicación Interna UNAL:** La Oficina de Medios Digitales – UNIMEDIOS recuperó el sitio web de Comunicación Interna, instalándolo en una instancia provista por la Dirección Nacional de Estrategia Digital – DNED, con una dirección IP distinta a la original por cuestiones de seguridad. A esta instancia se transfirieron el código fuente, los assets y la base de datos. Posteriormente, se revisó el cumplimiento de los criterios de accesibilidad y accesibilidad seleccionados en fases previas del proyecto.

**b1.3. Actividad 3 - Realizar capacitación a los usuarios que así lo requieran de todas las sedes de la Universidad para el sistema de comunicación interna <http://168.176.236.21/comunicaciones/>:** A lo largo de los diferentes periodos de revisión y ajustes del producto —con sus respectivas entregas semestrales de informes BPUN—, se ha realizado una presentación y socialización semestral de los avances, estado y funcionamiento de la plataforma, inicialmente al equipo interno de trabajo de la Oficina de Medios Digitales.

**b2. Indicador E4-P3-07-0C IC2 - Número de actualizaciones de herramientas desarrolladas:** El indicador tiene un cumplimiento del 100% de las metas propuestas para el trienio. Las aplicaciones móviles desarrolladas se socializaron con las partes interesadas. Además, se encuentran disponibles en las tiendas de Android e iOS, con los nombres Radio UNAL y Televisión UNAL. El sitio web de UNIMEDIOS se encuentra disponible; el sitio de Solicitudes Unimedios ha sido desarrollado y se encuentra en entorno de pruebas, pendiente de la asignación de presupuesto, en el marco del próximo Plan Global de Desarrollo.

- b2.1. Actividad 1 - Análisis, diseño, desarrollo, implementación y puesta en marcha de la actualización y mejoramiento de Solicitudes Unimedios:** Con base en el diseño elaborado en 2023, Solicitudes Unimedios fue desarrollado como piloto de la Plataforma Web Institucional LUNA.
- b2.2. Actividad 2 - Análisis, diseño, desarrollo, implementación y puesta en marcha de Aplicación de Radio UNAL (Android y iOS):** En el segundo periodo de 2024, la aplicación móvil de *Radio UNAL* requirió de una serie de ajustes técnicos para resolver parte de las consecuencias del ataque cibernético de 2023, que afectó la emisión en vivo de *Radio UNAL* a través de Internet, de sus programas grabados y de sus podcasts. Se optimizaron las funcionalidades de la Aplicación Móvil para enfocar a futuro la distribución del contenido de *Radio UNAL* y recuperar la audiencia que se perdió como consecuencia del incidente.

Enlaces de la *app* de *Radio UNAL* en las tiendas:

- o *Android*:  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=co.edu.unal.unimedios.radiounal.radiounal>
  - o *iOS*: <https://apps.apple.com/co/app/radio-unal/id6464553503>
- b2.3. Actividad 3 - Rediseño y Desarrollo del sitio web Unimedios:** El sitio web de UNIMEDIOS está desarrollado desde 2022. El resultado de la actividad se encuentra en producción en <https://unimedios.unal.edu.co/>
- b2.4. Actividad 4 - Implementación y puesta en marcha de Aplicación de Televisión UNAL (Android e iOS):** Luego de la entrega de los diseños finales en febrero y junio de 2023, se adelantó el 100% del desarrollo, abarcando las actividades finales de programación, revisión de calidad y la posterior publicación de la aplicación móvil *Televisión UNAL* en las tiendas de aplicaciones, en octubre de 2023. Además, se entregó el primer avance de la plataforma híbrida (compatible con *iOS* y *Android*), junto con los procesos correspondientes de control de calidad y validación del producto.

Enlaces de la *app* de *Televisión UNAL* en las tiendas:

- o *Android*:  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=co.edu.unal.unimedios.Television>
  - o *iOS*: <https://apps.apple.com/co/app/televisi%C3%B3n-unal/id6464447823>
- b2.5. Actividad 5 - Socializar los productos desarrollados a las Sedes de la Universidad:** Las aplicaciones móviles desarrolladas se socializaron con las partes interesadas. Además, se encuentran disponibles en las tiendas de Android e iOS, con los nombres *Radio UNAL* y *Televisión UNAL*. El sitio web de UNIMEDIOS se encuentra disponible; el sitio de *Solicitudes Unimedios* ha sido desarrollado y se encuentra en entorno de pruebas, pendiente de la asignación de presupuesto, en el marco del próximo Plan Global de Desarrollo.
- o Sitio web de UNIMEDIOS: <https://unimedios.unal.edu.co>.
  - o Sitio de Solicitudes Unimedios en entorno de pruebas: (<https://d3rxoethqlnci0.cloudfront.net/solicitudes>)

**b3. Indicador E4-P3-07-0C IC3** - *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.):* Se culminaron las actividades de este indicador en 2023. En los informes de BPUN del periodo 2023-2, se puede apreciar el detalle correspondiente.

**b4. Indicador E4-P3-07-0C IC4** - *Porcentaje de cumplimiento de los requerimientos definidos:* Se culminaron las actividades de este indicador en 2023. En los informes de BPUN del periodo 2023-2, se puede apreciar el detalle correspondiente.

**b5. Indicador E4-P3-07-0C IC5** - *Número inicial de sitios web implementados con la plataforma seleccionada:* Este indicador queda finalizado, como se evidencia en la ejecución de sus actividades.

**b5.1. Actividad 1** - *Realizar el preanálisis y el análisis del sitio web que se va a desarrollar, aplicando la arquitectura definida:* El Grupo de Innovación Web - GIW, conformado por la Oficina de Medios Digitales – UNIMEDIOS y el Laboratorio de Innovación, Creatividad y Nuevas Tecnologías - LAB101, lidera, mantiene y soporta la Plataforma Web Institucional LUNA, para la actualización de los sitios web institucionales de la Universidad Nacional de Colombia. En el informe de BPUN correspondiente a esta actividad, se describe la ejecución de las actividades de Diseño UX/UI y Desarrollo descritas en el Ítem 1 del ATI No. 1 de 2024.

**b5.2. Actividad 2** - *Definir el diseño gráfico del nuevo sitio web, teniendo en cuenta las directrices de identidad institucional, definidas en <http://identidad.unal.edu.co>:* Se diseñaron dos sitios web piloto, sobre la Plataforma Web Institucional LUNA:

- **Solicitudes Unimedios** (en ambiente de pruebas) - <https://d3rxocthqlnci0.cloudfront.net/solicitudes>
- **Rectoría** (en producción) - <https://rectoria.unal.edu.co>

**b5.3. Actividad 3** - *Desarrollar el sitio web en la plataforma seleccionada:* Se desarrollaron dos sitios web piloto mencionados, sobre la Plataforma Web Institucional LUNA.

**b5.4. Actividad 4** - *Implementar, realizar pruebas de calidad, realizar el afinamiento de la infraestructura y poner en marcha el nuevo sitio web:* Se realizaron las pruebas de calidad en dos sitios web piloto, sobre la Plataforma Web Institucional LUNA.

**b5.5. Actividad 5** - *Socializar los productos desarrollados a las Sedes de la Universidad:* Las aplicaciones móviles desarrolladas se socializaron con las partes interesadas. Además, se encuentran disponibles en las tiendas de Android e iOS, con los nombres Radio UNAL y Televisión UNAL. El sitio web de UNIMEDIOS se encuentra disponible en <https://unimedios.unal.edu.co>, mientras que el sitio de Solicitudes Unimedios se encuentra en entorno de pruebas (<https://d3rxocthqlnci0.cloudfront.net/solicitudes>). Su instalación en producción estará pendiente de la asignación de presupuesto, en el marco del próximo Plan Global de Desarrollo.

**b6. Plan de Acción Institucional.** Además, se realizaron las siguientes actividades, enmarcadas en el plan de acción institucional:

- Definición, análisis, diseño gráfico, desarrollo, implementación y puesta en marcha de sitios web: **26**.

- Herramientas usadas por OMD para el diseño, el desarrollo, el soporte y la gestión de imagen institucional: **48**
- Desarrollo de extensiones específicas para complemento de sitios web: **75**
- Aplicaciones móviles: Subida y soporte de apps: **4**.
- Administración de sitios web y sistemas de información, desarrollados por OMD: **220**
- Mantenimiento y soporte sobre **46** sitios.
- Restauración de Sitios Web: **13** sitios.
- Creación - Protocolo para el sistema de backups de los sitios web: **1**
- Asesorías de la jefatura de OMD en sitios y sistemas de información web, apps e imagen institucional: **221**
- Auditorías web:
  - Auditoría 1 (febrero de 2024): **1395** sitios auditados
  - Auditoría 2 (agosto de 2023): **752** sitios auditados
- Boletín UNAL - Periódico Digital (*mailing*): **39**.
- Orgullo UNAL: **41**
  - Comunidad: **13**
  - Institucional: **27**
  - Patrimonio: **1**
- Publicaciones de eventos en *Circular UNAL*: **1944**
  - Nivel Nacional: **36**
  - Sede Bogotá: **1088**
  - Sede Medellín: **419**
  - Sede Manizales: **118**
  - Sede Palmira: **122**
  - Sede de La Paz: **41**
  - Sede Amazonia: **38**
  - Sede Caribe: **16**
  - Sede Orinoquia: **38**
  - Sede Tumaco: **28**
- Especiales de *Periódico UNAL*: **3**
  - Científicos de la UNAL descubren microorganismos que degradan el clorhidrato de cocaína. <https://microorganismos.unal.edu.co>
  - 7 de cada 10 hogares en Colombia no tienen acceso a una alimentación sana. <https://crisisalimentaria.unal.edu.co>
  - Bien Común "Sin inclusión igualitaria, justa y equitativa, el hombre se convierte en lobo del hombre". <https://biencomun.unal.edu.co>
- Tertulias del Conocimiento, con las cuales se mantiene al equipo de la OMD a la vanguardia de los estándares de programación: **34**
- Reuniones a través de *Google Calendar* (presenciales y virtuales) por parte de OMD: **234**
- Imagen institucional
  - Solicitudes atendidas: con interacciones, devoluciones y correos **9434**
  - Verificación de redes sociales (Instrumento en desarrollo): **1**
  - Capacitaciones generales, específicas, mesas de trabajo y asesorías: **590**
  - Comités de Imagen Institucional: **3**
  - Actualización Guía de Identidad Visual: **4**
  - Desarrollo Guía Web para la plataforma Web Institucional LUNA: **3**
- Estadísticas sitios web (seguimiento visitas y páginas visitadas): **10**
- Documentación y Seguimiento de proyectos OMD: **1** (archivo de Excel por cada proyecto)

Todo lo anterior fue posible gracias al trabajo en equipo de las personas que forman parte de la OMD y a la debida gestión de los recursos disponibles.

Por favor verificar el informe detallado, con las evidencias que sustentan las actividades descritas, en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/document/d/1KxC8ka1ads3h1JDUpYRJDqE0CYUW3UEE/edit>

### **c. Logros relevantes en el proceso de rendición pública de cuentas**

Se listan a continuación los principales logros de la OMD dentro del eje estratégico 4, teniendo en cuenta su impacto en el fortalecimiento de la imagen institucional de la Universidad Nacional de Colombia:

- Se desarrolló la Plataforma Web Institucional LUNA y se realizaron las primeras pruebas piloto. La Plataforma LUNA, fundamentada en principios de seguridad, disponibilidad, interoperabilidad y soberanía tecnológica (al desarrollarse dentro de la UNAL), servirá como marco de referencia para posicionar las comunicaciones internas y externas de la UNAL.
- Se realizó la actualización de todas las directrices necesarias para la implementación de sitios web con base en Plataforma Web Institucional LUNA (<https://identidad.unal.edu.co/guias-ocultas/2024/imagen-guia-web/>).
- Se desarrollaron las aplicaciones móviles de *Radio UNAL* y *Televisión UNAL*.
- Se desarrolló el sitio web de COP16 y el del Plan Global de Desarrollo 2025-2027.
- Se implementó correctamente la Ley 2345 de 2023 (conocida como “Chao Marcas de Gobierno”), a partir de la comunicación del Departamento Administrativo de la Función Pública.
- Se garantizó la disponibilidad de las aplicaciones móviles de la Universidad en las tiendas de Google y Apple, mediante el trámite del número D-U-N-S.

### **d. Oportunidades de mejora**

- La Plataforma Web Institucional LUNA será una herramienta que permitirá mostrar a la ciudadanía, a través de la web, la integración de los servicios de la Universidad en todos sus niveles (nacional, sede y facultad). El alcance de este objetivo sólo será posible con un diálogo constante entre Unimedios, la alta dirección y los responsables de los procesos.
- Con el desarrollo de la Plataforma Web Institucional LUNA, se abre la posibilidad de impulsar la participación de la comunidad de la UNAL en su mantenimiento y en su mejora permanente. Conviene fortalecer los mecanismos para ello.
- Es de vital importancia consolidar un equipo de base para la actualización continua de la Plataforma Web Institucional LUNA.
- Las aplicaciones móviles requieren modificaciones cada vez más inmediatas para asegurar su permanencia en las tiendas. Se necesita la vinculación de personal para realizar esos ajustes.
- Conviene continuar el fortalecimiento de las actividades de documentación transversales a las fases de diseño, desarrollo, implementación y puesta en marcha de los proyectos que se realizan en la Oficina. Esto facilitará el desarrollo de nuevos proyectos y fortalecerá la base de conocimiento de la Unidad.

## e. Dificultades

La forma en que se realizan las contrataciones para la ejecución de los proyectos ha llevado a una alta rotación que dificulta el desarrollo normal de las actividades.

Con la definición y el desarrollo de la Plataforma Web Institucional LUNA, se requiere un paso del proyecto a la operación. Dicho de otra forma, es preciso establecer un plan de transición que conduzca al uso de la plataforma en toda la Universidad. El plan de transición se compone inicialmente de las siguientes actividades:

- Definición dentro del PGD 2025-2027 (UNIMEDIOS - DNED)
- Registro de la Plataforma Web Institucional LUNA
- Fortalecimiento inclusivo de las capacidades internas de la comunidad UNAL en nuevas tecnologías - Perfiles
- Espacios de aprendizaje a través de mesas técnicas
- Revisión de la normatividad (DNED-UNIMEDIOS)
- Formalización de grupo de interés: Grupo de Innovación Web - GIW (DNPAA - UNIMEDIOS - DNED)
- Vinculación de la plataforma LUNA en la operación de la UNAL (UNIMEDIOS - DNED)
  - Definición de presupuesto (DNPE - GNFA)
    - Almacenamiento y otros servicios en la nube (DNED)
    - Análisis de archivos para su disponibilidad en infraestructura on-premise
    - Desarrollo de los sitios web (UNIMEDIOS - DNED - Dependencias interesadas)
    - Soporte y el mantenimiento de la plataforma

## PROYECTOS ESTRATÉGICOS

### a. Descripción de la dependencia

Nos encargamos de construir y poner en marcha estrategias comunicativas que generen alto impacto en facultades, dependencias, instituciones y empresas externas interesadas en divulgar sus actividades y productos. Adicionalmente, trabajamos en el manejo y administración de las redes sociales oficiales, generación de contenidos, divulgación de información institucional; además planteamos recomendaciones y lineamientos para el correcto uso de las redes por medio de la Guía de Redes Sociales UNAL.

### b. Contribución: Avances transformadores culturales, ejes y programas PGD

Las actividades de la Oficina de Proyectos Estratégicos correspondientes al PGD están enmarcadas en el Programa E4-P3 “Gestión integral del dato, de la información y la comunicación institucional” del Eje Estratégico E4 “Universidad Autónoma y Sostenible”, las cuales se ejecutaron en un 100%, un trabajo realizado en conjunto con las oficinas de comunicaciones de cada una de las sedes UNAL, con las que se conformó un equipo que trabajó en la ideación, consolidación, generación y ejecución de campañas institucionales nacionales que funcionaron para la comunidad de todas las sedes y que abarcan todos los temas y campañas socializadas durante el trienio.

Para consolidar toda la información del trabajo realizado desde todas las sedes, como procesos de contratación, piezas gráficas, fotografías y demás material se trabajó con una carpeta de drive

facilitativa y de soporte a la cual todas las personas encargadas de comunicaciones; adicional a este trabajo, durante el 2023-II y el 2024-I se coordinaron visitas a las sedes con el fin de generar un acercamiento con directivas y con el equipo de las oficinas de comunicaciones de cada una de ellas; siendo así, se lograron hacer 7 visitas, una visita adicional a la Sede Caribe para acompañar la reunión de relacionamiento que tuvieron directivas con la sociedad civil organizada y tuvimos la oportunidad de participar en el Foro de Comunicaciones realizado en la ciudad de Cali.

### **b.1 Redes sociales UNAL**

Durante el mes de junio del 2024, se comenzó con el trabajo de configuración y capacitación de los 17 equipos que hacen parte del gestor de redes sociales Hootsuite. Durante este proceso, se apoyó constantemente a los usuarios para responder sus preguntas; adicionalmente se reconfiguró la conformación de los equipos para poder incluir a las 9 sedes y así poder continuar fortaleciendo el modelo intersedes, también se creó un grupo de soporte por WhatsApp para tener una comunicación más directa con la persona encargada de hacer seguimiento al funcionamiento de la herramienta. Durante el año se trabajó de manera conjunta con los equipos en la solución de dudas y requerimientos, por lo cual se realizaron varias sesiones de capacitación virtuales para poder dar el mejor manejo de la herramienta Hootsuite; también se realizaron reuniones del grupo Comunicaciones UNAL, con las cuales se hizo un seguimiento constante al uso de la herramienta. La información de cada una de estas capacitaciones y reuniones se encuentra consolidada en un drive, al cual tienen acceso todos los equipos que hacen parte del gestor.

### **b.1 Campañas Institucionales**

Las campañas desarrolladas durante el trienio fueron: #CampusUNAL, #ExperienciasUNAL, #SaludUNAL y #SostenibilidadUNAL. Estas fueron conceptualizadas para hacer referencia a temas misionales de la Universidad, y fue el deber ser de las dependencias continuar fortaleciendo estos aspectos institucionales con los que se que la comunidad pudo sentirse parte de una institución nacional e intersedes.

Adicionalmente, se trabajó constantemente en el desarrollo y puesta en marcha de diferentes acciones de comunicación por medio del diseño de piezas gráficas, parrillas de redes, difusión, promoción y divulgación de todo el material desarrollado para más de 30 campañas generadas para alcanzar los objetivos concertados e incrementar la notoriedad y visibilidad de nuestra institución. De estas campañas, las más relevantes fueron: #SomosUNAL, #OrgulloUNAL, Designación de Rector, Proceso permanente de Rendición de Cuentas, Plan Estratégico Institucional 2034, Plan Global de Desarrollo 2025-2027, UNAL en la COP16, Rectoría UNAL, FilBo 2024, Tertulias UNAL, Constituyente UNAL, ABC Redes Sociales, Tienda UNAL, Especiales Periódico UNAL, Al Día UNAL, Política de Comunicaciones UNAL, Lanzamiento Bolsa de Empleo – Egresados UNAL, Información Falsa UNAL, Encuesta Unimedios, entre otras.

### **c. Logros relevantes en el proceso de rendición pública de cuentas**

Durante el periodo se mantuvo el trabajo conjunto con cada una de las sedes, uno de los logros más importantes, pero a su vez se alcanzaron otros como se menciona a continuación:

- La Comunicación Estratégica UNAL, continuó creciendo y fortaleciéndose de la mano con todas las sedes y dependencias de la UNAL, a través de este trabajo las campañas institucionales tuvieron un alto impacto en nuestra comunidad universitaria.

- Las Redes Sociales Oficiales UNAL continuaron consolidándose como unas de las principales redes universitarias en el país, su crecimiento constante se refleja en las cifras e indicadores que podemos visualizar a través de los componentes estadísticos de cada una de ellas, esto convierte nuestras cuentas de RS en referente para los usuarios que diariamente tienen acceso a ellas para consultar información importante, veraz y de utilidad.
- Se continúa con el grupo gestor de redes sociales en WhatsApp creado en 2019, y con el cual se comparte información de relevancia para los administradores de las cuentas de redes sociales institucionales, con quienes logramos hacer un trabajo más cercano, convergente y transversal.
- Acompañamiento al desarrollo de actividades y eventos institucionales de gran impacto, como lo fueron el stand de la COP16 – UNAL en la Zona Verde de la ciudad de Cali, la FilBo, el lanzamiento de la Bolsa de Empleo UNAL y la socialización del PGD2027 con la comunidad universitaria de cada una de las sedes.
- Con un acompañamiento constante, se logró que 6 de las 9 sedes diseñaran y diagramaran su Guía de Marca UNAL, de las cuales 6 ya cuentan con su aval de Imagen Institucional; este trabajo se realizó con el objetivo de generar unidad en la imagen de nuestras sedes y estar armonizadas en el manejo de campañas institucionales.

#### **d. Oportunidades de mejora**

Durante el trabajo ejecutado en este periodo, se pudo visibilizar que aunque se cumplió con todos los objetivos planteados, hay diferentes procesos que podrían ser mejores como se describe a continuación:

- Es fundamental poder contar con profesionales de diferentes áreas que apoyen todas las actividades y proyectos que se realizan desde la oficina, ya que el grupo actual es muy pequeño y muchas veces no es suficiente para suplir todos los requerimientos.
- La consolidación del grupo de comunicaciones UNAL con las diferentes sedes es muy importante para darle una mayor visibilidad ante las diferentes instancias de la Institución y así poder realizar estrategias de comunicación conjuntas que impacten a toda nuestra comunidad, un espacio en el cual todos tienen la posibilidad de aportar sus ideas.
- Es necesario poder contar con espacios de aprendizaje para los diferentes miembros del equipo con los cuales se puedan adquirir nuevos conocimientos en diferentes áreas de la comunicación y las redes sociales, esto con el fin de poder innovar y aportar al trabajo realizado diariamente por la oficina en los diferentes proyectos.
- Generar nuevas oportunidades de colaboración entre diferentes dependencias para impulsar la divulgación de información institucional, sinergias que impulsen el buen nombre y la marca UNAL.

#### **e. Dificultades**

Durante el periodo se presentaron algunas dificultades, sobre todo en temas de presupuesto y contratación, pero esto no evitó que los objetivos y metas se cumplieran satisfactoriamente por parte de cada una de las sedes, a continuación, se mencionan:

- El presupuesto que tenía cada una de las sedes por el Proyecto 608-C5 en muchos casos no fue suficiente para que estas pudieran suplir sus necesidades de contratación de personal de apoyo para las oficinas de comunicaciones.
- Los procesos de contratación en muchos casos fueron muy dispendiosos y demorados, lo cual hizo que los contratistas se demorarán más tiempo en comenzar a trabajar.
- La toma del edificio Uriel Gutiérrez hizo que el trabajo presencial para las personas que hacen parte de la oficina de Proyectos Estratégicos no fuera posible, ya que el espacio quedó inutilizable.

## OFICINA GESTIÓN Y CALIDAD

### a. DESCRIPCIÓN DE LA DEPENDENCIA

Según 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, seguir con la administración del auditorio Alfonso López Pumarejo y el manejo de un proyecto transversal para Unimedios que es la conservación documental y repositorios de contenidos multimedia de la UNAL”

### b. Contribución: Avances por transformadores culturales, ejes y programas PGD

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 la elaboración del “Informe diagnóstico” de las oficinas de Unimedios por parte de la firma Orcolash, se puede mencionar que para el trienio el avance del proyecto 608-C6 en lo referente a las actividades definidas en BPUN fue de 87.5%. Para la vigencia 2024 se adelantaron los procesos tendientes a la identificación de los contenidos y de las características internas y externas y estado de conservación de las unidades documentales en soportes especiales que conforman el archivo radiofónico y sonoro custodiado en la Fonoteca de la Oficina de Producción y Realización Radiofónica y el archivo fotográfico y de imágenes que se encuentra bajo la protección de la Oficina de Prensa, con el fin de tener los elementos necesarios para el conocimiento pleno de la información producida por cada una de estas oficinas a través del tiempo, establecer su contexto y trazabilidad y verificar la existencia de valores secundarios que permitan avanzar hacia su conservación, preservación, organización y difusión como parte fundamental del patrimonio documental, cultural e histórico de la Universidad Nacional de Colombia y de la Nación.

#### b1. Realización y consolidación de los repositorios multimedia

Dada la importancia de dicha información, su carácter de documentos especiales y en consideración a la metodología establecida por el Archivo General de la Nación y las disposiciones legales que regulan la función archivística, el proceso de identificación de los contenidos del mencionado acervo

se ha llevado a cabo fundamentalmente a través del levantamiento del inventario descriptivo en estado natural, que se constituye en la base para adelantar procesos de valoración, la construcción de instrumentos archivísticos, el diseño de los planes para la organización de los fondos documentales y como instrumento de control y consulta, para lo cual se establecieron los parámetros técnicos necesarios.

Para el cumplimiento del objetivo principal se realizó el diligenciamiento del “Formato de inventario descriptivo de medios especiales”, diseñado y ajustado para cubrir las necesidades de información básica en relación con el contenido de las unidades, productor, fechas extremas, idioma, estado, formato, soporte, número de identificación de la unidad de acuerdo con la rotulación asignada, ubicación topográfica y la identificación de documentos relativos a la salvaguarda de los Derechos Humanos, de acuerdo con los criterios y condiciones establecidos en la normativa vigente y de obligatorio cumplimiento para las entidades del sector público.

A través del énfasis en la descripción de los contenidos por medio de un esquema general fue posible identificar, según corresponda el nombre del programa o producción, el capítulo, cuando aplica, el tema abordado y los nombres de los participantes, estableciendo así las particularidades tanto de los programas emitidos por la emisora como del registro de eventos académicos e institucionales y de las producciones fonográficas en diferentes formatos como fundamento y finalidad de una radio universitaria y la identificación de las situaciones, personajes, eventos o lugares representados en las fotografías y otros documentos gráficos que hacen parte del legado de la Oficina de Prensa y que han sido significativos para la publicación de los medios de difusión con los que ha contado la Universidad en más de tres décadas.

De acuerdo con lo anterior, durante el periodo comprendido por el presente informe y en desarrollo de los procesos necesarios, se adelantaron las siguientes actividades y se obtuvieron los resultados para cada una de las oficinas como se describe a continuación.

#### b1.1 OFICINA DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN RADIOFÓNICA

En esta oficina se continuó con el proceso iniciado en el mes de julio de 2023, dándose prioridad a la información contenida en los casetes de audio y los discos ópticos, que corresponden a los soportes con mayor volumen y se dio inicio a la descripción de los documentos musicales, correspondientes a las producciones radiofónicas específicas y al acervo de música contenida en CD, DVD y vinilos, atendiendo en todos los casos los siguientes aspectos:

En primer lugar, tal como fue informado en 2023 por el funcionario Pedro Salazar, encargado de la Fonoteca, es necesario tener en cuenta que cada una de las unidades custodiadas allí puede albergar entre 1 y 2 piezas en el caso de los casetes de audio y entre 1 y 80 piezas en el caso de los discos ópticos, por lo que la cantidad de unidades no es necesariamente proporcional a la cantidad de registros resultantes y esta no puede proyectarse a partir de los resultados del Informe Diagnóstico.

De otra parte, la revisión de las metodologías y experiencias relacionadas con la descripción de los documentos musicales permitió concluir que, por sus características y particularidades, estos deben describirse por pista o pieza musical, especialmente cuando se trata de música académica o inédita cuya comercialización ha sido limitada, ya que de manera especializada se contemplan las características de cada composición como el tempo, compás, género, instrumentalización o vocalización, etc.

Finalmente, de acuerdo con la experiencia en el proceso adelantado y las necesidades de información para esta etapa de la descripción y como resultado del análisis de diversas metodologías y experiencias particulares se realizaron los ajustes pertinentes al “Formato de Inventario Descriptivo de Medios Especiales” con el fin de adaptarlos únicamente para los documentos audiovisuales y sonoros, por sus particularidades y características compartidas y se proyectó el formato específico para la descripción de *los documentos musicales, teniendo en cuenta tanto los dos tipos de archivos identificados en la Fonoteca como la proyección de la metodología hacia archivos de carácter académico, sonoros o escritos que pueden encontrarse en el contexto universitario.*

#### b1.2 OFICINA DE PRENSA

Para la definición de las actividades y material a intervenir se realizó la revisión del informe diagnóstico elaborado por la firma Orcolash en el que se registraron un total de 25.677 unidades entre fotografías, negativos, diapositivas, recortes de prensa, libros y algunos soportes digitales y medios magnéticos.

De acuerdo con lo anterior se dio prioridad al procesamiento de las fotografías, dada su importancia para la historia reciente de la Universidad y su facilidad de descripción al no ser necesaria la utilización de ningún dispositivo de reproducción. Se realizó la búsqueda, recopilación y análisis de las metodologías y experiencias aplicadas en otros países y establecidas de manera general por el Archivo General de la Nación, con el fin de definir la metodología y campos de descripción más convenientes para esta etapa del proceso y las necesidades de información con miras a la valoración de los documentos. En tanto se avanzó en la construcción del formato específico para la descripción de fotografías, se aplicó el “Formato de Inventario Descriptivo de Medios Especiales”.

Para el caso de la descripción de las fotografías no se hizo uso de la estructura para la descripción de los contenidos, sino que se definió que en este campo se realizaría la descripción de las imágenes, eventos o personajes que se identificaran en la imagen. Como resultado de las actividades llevadas a cabo para la descripción de las unidades del archivo fotográfico custodiadas en la Oficina de Prensa se obtuvo: Identificación de una cantidad mayor de unidades a las relacionadas en el Informe diagnóstico, lo que aumenta la cantidad de registros inicialmente proyectados. El conteo arrojó un resultado total de 140.222 unidades entre fotografías, negativos, diapositivas y otros tipos de gráficos.

#### b1.3 OFICINA DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL

Durante el periodo del presente informe se adelantó, por solicitud de la jefe de la Oficina de Producción y Realización Audiovisual la reorganización y clasificación de 15.802 unidades custodiadas en la Videoteca y la verificación contra inventario de 7.151 unidades rotuladas en el año 2023 y registradas en el inventario. Igualmente se adelantó del ajuste de 28.891 registros en el inventario de la ubicación topográfica de las unidades correspondientes de acuerdo con el proceso de reorganización adelantado.

### c. Logros relevantes en el proceso de rendición pública de cuentas

#### c1. BALANCE FINANCIERO PROYECTOS DE INVERSIÓN 608 (con corte a 31 de diciembre)

- Nivel Central Empresa 1005

Nombre Proyecto	Código del Proyecto en QUIPU	Apropiación	Registro	Saldo por ejecutar (Registro)	% ejecutado (Registro)
<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	400000037747	707.801.197	661.165.349	46.635.848	93%
Potenciar el sistema de comunicación, prensa y divulgación de la UNAL, para incrementar la visibilidad institucional, de las sedes y las regiones.	400000037748	781.687.460	766.281.539	15.405.921	98%
Fortalecer las comunicaciones internas y externas a través las plataformas y herramientas de comunicación digital y web de la UNAL	400000037749	650.527.685	631.145.594	19.382.091	97%
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.	400000037750	829.257.067	811.426.163	17.830.904	98%
Potenciar la imagen, la marca y la comunicación estratégica e institucional de la UNAL.	400000037751	615.515.782	615.316.934	198.848	100%

Implementación de estrategias y herramientas para la conservación del Patrimonio Documental y repositorios de contenidos de comunicación multimedia de la UNAL	400000037752	244.007.054	200.602.426	43.404.628	82%
<b>Total, Inversión</b>		<b>3.828.796.245</b>	<b>3.685.938.005</b>	<b>142.858.240</b>	<b>96%</b>

De acuerdo a la tabla anterior, podemos verificar que los proyectos de Inversión tuvieron un comportamiento bueno en la ejecución (compromisos) con un 96% de ejecución global de los 6 componentes, para resaltar los componentes 608-C2; C3; C4 y C5 que tuvieron un porcentaje por encima del 97%.

Referente a la diferencia del porcentaje que no se ejecutó en cada uno de los proyectos, se puede mencionar que la gran mayoría de estos proyectos cumplieron con sus metas y actividades proyectadas y optimizaron los recursos en su ejecución, en otros casos, donde el porcentaje fue menor en la ejecución, esto fue debido a la baja oferta de personal profesional calificado para desarrollar las actividades propuestas dentro del proyecto, como sucedió en las sedes de frontera, y otro caso fue en el proyecto para el levantamiento del inventario en estado natural.

PROYECTO DE FUNCIONAMIENTO	Código del Proyecto en QUIPU	Apropiación	Registro	Saldo por ejecutar (Registro)	% ejecutado (Registro)
PRESUPUESTO DE FUNCIONAMIENTO PARA LA VIGENCIA 2024 - UNIMEDIOS	901010141909	1.667.872.366	1.199.612.894	468.259.472	72%

Del proyecto de funcionamiento donde se manejan el grupo base o célula básica (recurso humano) y gastos generales, tuvo una ejecución del 72% en general. En el detalle para el caso del recurso humano (contratistas) se ejecutó un 100%, y gastos generales 45%, esto debido a que los recursos (ingresos) por honorarios provienen de la nación, mientras que los gastos generales dependen de la devolución de IVA y rendimientos financieros.

	Apropiación	Registro	Saldo por ejecutar (Registro)	% ejecutado (Registro)
<b>Total, Nivel Central UNIMEDIOS (Inversión + Funcionamiento)</b>	5.496.668.611	4.885.550.899	611.117.712	89%

En resumen, la empresa 1005 tuvo una ejecución del 89% durante la vigencia 2024, que en términos financieros es bueno su cumplimiento.

- Fondo Especial Empresa 1011  
(Son los recursos que provienen por la venta de servicios de Unimedios)

Ejecución de ingresos - Fondos Especiales recursos propios - Vigencia 2024				
Concepto	Aforo	Recaudo	%	%
			Ejecución	Participación
<b>1. INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>537.333.043</b>	<b>782.014.269</b>	<b>1,46</b>	<b>0,46</b>
<b>Venta de servicios</b>	<b>537.333.043</b>	<b>782.014.269</b>	<b>1,46</b>	
<b>Servicios de Comunicación</b>	<b>189.231.781</b>	<b>81.633.280</b>	<b>0,43</b>	
Servicios profesionales, científicos y técnicos (excepto los servicios	120.000.000	13.000.000	0,11	
Servicios recreativos, culturales y deportivos	29.195.600	22.191.375	<b>0,76</b>	
Servicios inmobiliarios	40.036.181	46.441.905	<b>1,16</b>	
<b>Transferencias operaciones internas con contraprestación</b>	<b>348.101.262</b>	<b>700.380.989</b>	<b>2,01</b>	
Transferencias o.i. venta servicios de comunicación	286.315.903	666.855.000	2,33	
Transferencias o.i. sin contraprestación				
Transferencias o.i. venta arrendamientos	61.785.359	33.525.989	0,54	
<b>2. RECURSOS DE CAPITAL</b>	<b>887.719.393</b>	<b>927.942.498</b>	<b>1,05</b>	<b>0,54</b>
Depósitos (Rendimientos financieros)	110.000.000	150.223.105	1,37	
Recursos del balance gestión general	777.719.393	777.719.393	1,00	
<b>TOTAL RECURSOS PROPIOS</b>	<b>1.425.052.436</b>	<b>1.709.956.767</b>	<b>1,20</b>	

Se puede verificar en la tabla, que lo recaudado por ingresos corrientes por Unimedios es de un 146% a lo proyectado para esta vigencia, sin embargo en el rubro de servicios recreativos, culturales y deportivos por razones externas en cuanto a las negociaciones que se realizan desde Radio y Estratégica que son de emisión de cuñas (Multimedios plus SAS y Mass Solutions Media SAS ) el valor de \$1.203.872 quedarán registrados en los primeros meses del 2025, referente a los ingresos proyectados en recursos de capital se superó a lo proyectado en un 5%, teniendo la mayor participación en este porcentaje los rendimientos financieros, en conclusión Unimedios tuvo un 20% más de lo recaudado a lo proyectado.

Gastos:

Empresa 1011 Fondo Especial					
Nombre Proyecto	Código del Proyecto en QUIPU	Apropiación	Registro	Saldo por ejecutar (Registro)	% ejecutado (Registro)
<b>PROYECTO DE FUNCIONAMIENTO</b>					
GASTOS OPERATIVOS DEL FONDO ESPECIAL UNIMEDIOS PARA LA VIGENCIA 2024	901010141991	1.425.052.436	587.566.052	837.486.384	41%

De acuerdo con la tabla anterior se tuvo una ejecución del 41% en los gastos operativos del Fondo especial de Unimedios, que es un porcentaje bajo en ejecución, esto debido al paro de la Universidad entre abril a julio del presente año, el cual se tenía incertidumbre en la generación de ingresos corrientes, por lo anterior se optó por contratar lo mínimo por el Fondo Especial de Unimedios y trabajar con lo que ya se había comprometido.

## c2. ADMINISTRACIÓN AUDITORIO ALFONSO LÓPEZ PUMAREJO

En el presente informe se detallan los eventos que se han realizado durante la vigencia 2024, con el fin de evidenciar de manera detallada las oficinas y/o facultades que solicitaron de nuestro servicio. Así mismo, se evidencian los casos en el que los eventos fueron realizados de manera gratuita, y aquellos eventos internos o externos pagados. Se hace la salvedad que los ingresos disminuyeron por el receso del paro de los estudiantes durante el primer e inicios del segundo semestre.

- Balance General

DEPENDENCIA	EVENTOS PAGOS	EVENTOS NO PAGOS (GRATUITOS)
NIVEL NACIONAL	\$ 7.336.517	\$ 57.499.813
SEDE BOGOTÁ	\$ 26.189.472	\$ 27.469.689
SOLICITANTE EXTERNO	\$ 46.441.905	\$ 545.614
TOTAL	\$ 79.967.894	\$ 85.515.116

De acuerdo con la tabla, se logró recaudar \$79.967.894, de los cuales se obtuvo \$33.525.989 para usuarios internos y \$46.441.905 para usuarios externos.

Durante la vigencia 2024 se agendaron 38 eventos gratuitos solicitados por las diferentes dependencias y/o facultades, y las cuales tuvieron un valor no percibido por un monto de \$85.515.116.

- Dependencias con mayor número de solicitudes:

Usuario Interno	No. de eventos	Valor General
DIRECCIÓN ACADÉMICA	29	\$ 26.189.472
DIRECCIÓN NACIONAL DE PERSONAL ACADÉMICO Y ADMINISTRATIVO	4	\$ 8.373.199
SECRETARIA GENERAL	5	\$ 14.920.568
DIVISION LOGISTICA SEDE BOGOTÁ	3	\$ 4.910.526
TOTAL	41	\$ 54.393.765

## c3. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

### 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 2024, de acuerdo con los requisitos y demás lineamientos del SIGA- Vicerrectoría General de la Universidad Nacional de Colombia.

## ALCANCE:

Aplica a las actividades planificadas para la vigencia 2024 del Sistema de Gestión de la Calidad y de los lineamientos impartidos desde el SIGA-UNAL y demás directrices de la alta dirección del proceso para su mejoramiento continuo.

## Planeación y ejecución del SGC- UNIMEDIOS

Con la finalidad de planificar el sistema de gestión, se realiza Plan de trabajo 2024, de acuerdo con los Lineamientos de la Circular 002 de 2024 del 23 de febrero de 2024, lineamientos 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 se dejan registro dentro de los plazos estimados.

## Conclusiones de las actividades desarrolladas en la vigencia 2024 en Calidad

- Se formula y ejecuta plan de trabajo iniciando vigencia 2024, considerando información de entrada como la Circular 02 de 2024, actividades de mejora identificadas en la vigencia 2022, se ejecutan sus actividades y se dejan registros soporte.
- Se incrementa la presencia de Nivel Nacional en Sedes respecto a su iniciativa para apoyar la implementación de requisitos del SGC, participando en actualización de la DOFA, CUPI, Gestión del Conocimiento, Evaluación de la gestión, PQRs, Indicadores de Gestión y Encuesta de Satisfacción.
- Se logra mayor participación de las dependencias en el nivel nacional 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 2025 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, 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

## d. Oportunidades de mejora

- Fortalecer la gestión documental como proceso estratégico que aporta valor a los fines misionales de la Universidad, mediante la gestión del archivo y la protección del Patrimonio Documental digital, audiovisual, radiofónico, fotográfico y gráfico.
- Se identificaron una cantidad mayor de unidades a las relacionadas en el Informe diagnóstico, lo que aumenta la cantidad de registros inicialmente proyectados en el repositorio fotográfico. El conteo arrojó un resultado total de 140.222 unidades entre fotografías, negativos, diapositivas y otros tipos de gráficos, lo cual se requiere seguir identificando el registro del inventario natural de las fotografías.

- Durante el periodo del presente informe se adelantó, por solicitud de la jefe de la Oficina de Producción y Realización Audiovisual la reorganización y clasificación de 15.802 unidades custodiadas en la Videoteca y la verificación contra inventario de 7.151 unidades rotuladas en el año 2023 y registradas en el inventario. Igualmente se adelantó el ajuste de 28.891 registros en el inventario de la ubicación topográfica de las unidades correspondientes de acuerdo con el proceso de reorganización adelantado.
- Evaluar en cada una de las dependencias de Unimedios la construcción del mapa de la gestión del conocimiento, debido a la alta rotación de contratistas.

#### **e. Dificultades**

Durante el periodo de ejecución del proyecto de Inversión 608 - C6 de las actividades descritas en los apartados anteriores se presentaron algunas dificultades que impidieron el cumplimiento pleno de las metas establecidas, relacionadas con:

- Diferencias entre las cifras registradas por el Informe diagnóstico y la realidad evidenciada una vez abordado el proceso.
- Verificación en el caso del material correspondiente a discos ópticos y casetes de audio de la existencia de más de un archivo por cada unidad, lo que modificó la proyección de metas y resultados, al no ser posible la contabilización de la totalidad de registros esperados.
- En el caso de las fotografías, dificultad en la identificación de personajes, situaciones o lugares que no fue posible contextualizar o ubicar con la información disponible.
- Imposibilidad de acceso a los archivos físicos ante la anomalía por la ocupación del edificio Uriel Gutiérrez entre los meses de abril y julio.
- Rotación de contratistas, lo que generó que el equipo de trabajo no estuviera completo por el retiro de algunos de sus integrantes.



**FIN DEL DOCUMENTO**

**Balance**  
**SOCIAL**  
VIGENCIA 2024

**#SOMOSUNAL**