 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA</b>	<b>MACROPROCESO: EVALUACIÓN, MEDICIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	<b>CÓDIGO: U-FT-14.001.010</b>
	<b>FORMATO: INFORME EJECUTIVO</b>	<b>VERSIÓN: 0.0</b> <b>Página 1 de 4</b>

**INFORME EVALUACIÓN DE GESTIÓN  
EJE TRANSVERSAL INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - NIVEL NACIONAL**

## 1. INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

El Modelo Estándar de Control Interno –MECI, actualizado en el año 2014 mediante el Decreto No. 943 de 2014 expedido por la Presidencia de la República y el Departamento Administrativo de la Función Pública, define a la información y comunicación de una entidad, como un eje transversal a los Módulos de Control de Planeación y Gestión y el Módulo Control de Evaluación y Seguimiento. La Universidad cuenta con la Unidad de Comunicaciones-UNIMEDIOS, encargada de la generación de información y comunicación en la Universidad y de esta hacia la sociedad; así mismo es una unidad de comunicación, información y de asuntos públicos, entendido esto último como la instancia que permite monitorear eficientemente la información emitida y obtener beneficios directos e indirectos para la Universidad.

En ese contexto, la Oficina Nacional de Control Interno – ONCI incorporó en su Plan de Actividades de la Vigencia 2015, una evaluación de gestión al Eje Transversal Información y Comunicación, teniendo en cuenta lo definido en el Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano –MECI 2014. Se definieron como objetivos específicos de la evaluación los siguientes: i) analizar la definición de políticas de comunicación y su aplicación en la Universidad Nacional de Colombia; ii) verificar los mecanismos de difusión de la información interna de la Universidad Nacional de Colombia hacia los estamentos: docente, estudiantil y administrativo; iii) verificar los mecanismos de difusión de la información externa de la Universidad Nacional de Colombia hacia los diferentes grupos de interés; y iv) identificar la implementación de indicadores y su incidencia en la gestión de la Información y Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia.

## 2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

### 2.1. Análisis de Políticas de Información y Comunicación

De acuerdo con la definición de los procesos en la UN, se observan dos instancias claves en los procesos relacionados con la comunicación institucional y la organizacional en la Universidad: UNIMEDIOS y la Secretaría General.

UNIMEDIOS como responsable del proceso de Divulgación de la Información General, el cual se encuentra enfocado al manejo de los medios de comunicación con que cuenta la Universidad, definiendo los criterios a seguir por medio de los procedimientos relacionados con: Agencia de Noticias, periodismo, productos radiofónicos, proyectos audiovisuales y producción digital.


La Secretaria General, instancia que según el Art. 20 del Acuerdo 11 de 2005<sup>2</sup> le corresponde entre otras funciones la de “3. Ser vocero de las informaciones oficiales de la Universidad. Publicar, comunicar y notificar en los términos legales y reglamentarios las decisiones del CSU, del Consejo Académico y del Rector y de las demás autoridades universitarias del nivel nacional”, así como “5. Coordinar, dirigir y controlar la conservación, cuidado, protección y preservación documental y la memoria institucional de la Universidad y garantizar la organización, actualización y mantenimiento del archivo general de la Universidad”. En el mismo sentido, le corresponde a las Secretarías de Sede ser el vocero de las informaciones oficiales de la respectiva sede.

De la evaluación realizada por la ONCI, se observó que no obstante se tiene identificado el proceso de Divulgación de Información Oficial Universitaria, bajo la responsabilidad de la Secretaria General, no se cuenta con procedimientos documentados y socializados a nivel nacional que permitan tener estandarizados las acciones para divulgar la información oficial. Además, no existe un procedimiento documentado y socializado sobre el contenido de las páginas web que poseen las diferentes dependencias de la Universidad, en las cuales se divulga gran parte de la información al público en general, lo cual puede conducir a riesgos para la Universidad en cuanto a los contenidos publicados por cada instancia. Así mismo, no existe un mecanismo de control para hacer seguimiento a dicho contenido.

La ONCI recomienda a la Secretaría General, documentar y socializar los procedimientos relacionados con la Divulgación de Información Oficial Universitaria, con el fin de estandarizar las acciones relacionadas con la transmisión de información no solo oficial, sino también institucional y organizacional en la Universidad, publicada a través de los diferentes canales con que cuenta la Universidad y que son de su competencia, como lo son la página Web y Correo Institucional. Así mismo, se recomienda a la Secretaría

<sup>1</sup> Elaborado por: Alejandra Carrillo Tique y Mario Robayo Higuera. Revisado por: Carlos Manuel Llano Alzate – Jefe ONCI. Junio de 2015.

<sup>2</sup> "Por el cual se adopta el Estatuto General de la Universidad Nacional de Colombia"

 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA</b>	<b>MACROPROCESO: EVALUACIÓN, MEDICIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	<b>CÓDIGO: U-FT-14.001.010</b>
		<b>VERSIÓN: 0.0</b>
	<b>FORMATO: INFORME EJECUTIVO</b>	<b>Página 2 de 4</b>

General, con el apoyo de las instancias correspondientes, definir el procedimiento sobre el contenido de lo que se publica en las páginas web que poseen las diferentes dependencias de la Universidad, así como el responsable de hacer seguimiento a dichos lineamientos.

De otra parte, aunque se cuenta con el documento de Política de Tratamiento Protección de Datos Personales de los Titulares de la Universidad Nacional de Colombia, no se evidencian procedimientos relacionados con el tratamiento y la disposición de información propia del recurso humano, con base en la Ley Estatutaria 1581 de 2012 del Congreso de la República, relacionado con la protección de los datos personales, que para la Universidad Nacional aplica en cuanto a información de aspirantes, estudiantes, egresados, docentes, empleados administrativos, pensionados, contratistas, proveedores, entre otros.

En ese sentido la ONCI recomienda a la Secretaría General, junto con las instancias que considere pertinentes (VRG, Dirección Nacional de Tecnologías de la información y las Comunicaciones), definir el procedimiento para el tratamiento y disposición de la información, así como el mecanismo que garantice el adecuado uso de la información y protección de los datos, con el fin de minimizar los riesgos asociados al uso indebido de información personal.

## **2.2. Proyecto Formulación Política de Comunicaciones UN.**

Como parte de la política *“Dotar a la Universidad de una infraestructura física, tecnológica y de soporte para el cumplimiento de la misión institucional”* del PGD 2013-2015, fue incluido el proyecto *“Formulación de una Política de Comunicaciones para la UN”*, argumentando que la UN no cuenta con una política de comunicaciones que incorpore tanto las necesidades de comunicaciones propias del nivel nacional, como las de las diferentes sedes.

El proyecto tuvo como objeto principal el de *“Generar una política de comunicaciones que, desde una perspectiva estratégica, permita una adecuada relación de la Universidad con el entorno globalizado y permita su posicionamiento en el marco de las sociedades del conocimiento”*.

De la verificación realizada por la ONCI se encontró que: i) Aunque normativamente se ha precisado la responsabilidad de definir una política de comunicaciones, ésta no ha sido formalizada, siendo hasta ahora, en el PGD 2013-2015, que se estableció un proyecto que busca la formulación de una política de comunicaciones a nivel nacional; ii) igualmente se obtuvo como producto el Documento de estructuración de la política de comunicaciones, el cual fue socializado ante la Junta Directiva de UNIMEDIOS y el Comité Nacional de Medios, así como la elaboración de la política de

comunicaciones; iii) así mismo, se cuenta con el borrador de Acuerdo por el cual se define la política de comunicación de la UN y el cronograma para su presentación en las reuniones de instalación de las oficinas de enlace de Unimedios, se indica que *“(…) por decisión de la Junta Directiva, para la socialización de la propuesta, se procederá de la siguiente manera: - Será entregado por concepto del Comité Nacional de Vicerrectores. – Se recogerán las observaciones y se hará la versión final en el equipo de Rectoría. –Se radicará para estudio ante el Consejo Superior Universitario una vez surtidos los trámites descritos anteriormente.”*


La ONCI recomienda a la dirección de UNIMEDIOS, que en la definición de la política de comunicaciones, se tenga en cuenta lo establecido en el Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno, en cuanto a que *“La entidad debe establecer un mecanismo de comunicación con los usuarios internos y externos. Dicha política, proceso o procedimiento debe contener entre otros, los siguientes elementos: matriz de comunicaciones, guía de comunicaciones, proceso de comunicación organizacional, proceso de comunicación y convocatoria, etc.”*

## **2.3. Proyecto Campañas Institucionales para mejorar la Comunicación Interna.**

El proyecto *“Campañas institucionales para mejorar la comunicación interna de la Universidad y su imagen”*, tiene como objetivo general *“Mejorar la comunicación y fortalecer la imagen y prestigio de la Universidad, mediante la realización de acciones de comunicación con la comunidad interna y externa, favoreciendo el sentido de apropiación y el mejoramiento del clima institucional en la UN”*, y se fijó como meta la Realización de 4 campañas institucionales. En el informe de avance para el segundo semestre de 2014, se tiene que se han ejecutado y divulgado tres de las cuatro campañas del proyecto, así: i) *“Exprésate Bien, Comunícate Mejor”*; ii) *“Tienda Universitaria”*; y iii) *“La UN transforma vidas”*, con respecto a la campaña *“UN Patrimonio de todos los colombianos”* se *“...tiene previsto hacer la gestión del código cívico por parte de la Rectoría y el MEN”*.

En cuanto a la campaña *“Tienda Universitaria”*, a pesar de los esfuerzos reflejados en los últimos meses por varias instancias de la Universidad y del impulso que se ha dado en cuanto al diseño, adquisición de productos y adecuación de un punto de venta de la Tienda UN, debido a situaciones de tipo legal, financiero y de administración, tres años después de expedida la reglamentación, no se ha dado apertura a las Tiendas Universitarias.

Al respecto la ONCI recomienda definir por parte del Comité Nacional de Tienda Universitaria con el apoyo de la Oficina Jurídica y la Gerencia Nacional Financiera y Administrativa, un ajuste a la normatividad, asociado a una estrategia que permita de manera ágil dar vía libre a este proyecto, considerando que ya se cuenta con parte de los productos y un punto de venta destinado y dotado para este fin en la

 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA</b>	<b>MACROPROCESO: EVALUACIÓN, MEDICIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	<b>CÓDIGO: U-FT-14.001.010</b>
		<b>VERSIÓN: 0.0</b>
	<b>FORMATO: INFORME EJECUTIVO</b>	<b>Página 3 de 4</b>

sede Manizales, el cual podría ser a través del sistema de Outsourcing. La no oportunidad en el desarrollo de este proyecto podría generar un posible riesgo de detrimento patrimonial.

Así mismo, se recomienda evaluar la posibilidad de ver no a largo plazo, sino en un corto plazo, la opción de adoptar la "Tienda-On-Line", contemplando que buena parte de las personas entrevistadas<sup>3</sup>, 69%, afirmaron estar de acuerdo con esta opción como un posible medio de compra, más aún cuando se evidencia falta de espacios y de recursos en algunas sedes para desarrollar el proyecto, y a la indefinición para la suscripción de contratos o convenios para la administración de la TU, entre otros.

#### 2.4. Proyecto Sistema de Comunicación Digital de la UN.

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

En términos generales se observa un adecuado cumplimiento de este proyecto, reflejado en la nueva presentación de la página web, en el desarrollo de repositorios de información y en la personalización a través de perfiles para los diferentes tipos de usuarios. Sin embargo es preciso que la actualización de la página web se desarrolle a nivel de todas las áreas de la Universidad, presentando información consistente entre cada una de ellas.

En cuanto al diseño gráfico y puesta en funcionamiento de las carteleras digitales, la adquisición de discos duros para apoyar el equipo de almacenamiento y poner en funcionamiento la herramienta web de la agenda unificada, se ha avanzado, de tal manera que ya se cuenta con cinco carteleras digitales en la Sede Bogotá, los equipos ya se compraron y están puestos en marcha en el centro de cómputo, y a través de la página principal de la Universidad se cuenta con el link "Agenda Nacional de Eventos" en el cual se relaciona los eventos y actividades académicas de la Universidad con diferentes opciones de búsqueda.

Respecto a este proyecto, se encontraron debilidades en el diligenciamiento de la información que está registrada en el BPUN, tanto a nivel de información financiera, como a nivel

de información de las metas formuladas y de los avances logrados en cada una de las mismas.

La ONCI recomienda a los directores y coordinadores de los proyectos formulados por UNIMEDIOS, ajustar la información registrada en el BPUN en cuanto a: i) descripción de las metas acorde con los objetivos propuestos para cada uno; ii) registro oportuno y actualizado de los avances en cada una de la metas y objetivos planteados; iii) información financiera acorde con lo registrado en el sistema de información financiero QUIPU; y iv) actualización y cargue de los soportes solicitados por parte de la DNPE en las observaciones planteadas por esa Dirección. Todo lo anterior con el fin de tener un seguimiento más preciso de las acciones definidas en dicho proyecto.

Respecto a la campaña de carteleras digitales, es importante indicar lo mencionado por la coordinadora del proyecto, en cuanto a la necesidad de definir un mecanismo que permita tener un mejor control sobre el uso de las carteleras digitales que se encuentran ubicadas en sitios estratégicos de la Universidad, publicando información acorde con el sitio donde están dispuestas e información de cobertura nacional.


#### 2.5. Verificación de la aplicación de la Ley 1712 de 2014

La Ley 1712 de 2014 del Congreso de la República, *"Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones"* tiene, entre otros, el objeto de regular el derecho de acceso a la información pública. Para ello en sus Artículos 9 y 11 indica la información mínima que las entidades están obligadas a publicar. En ese sentido, la ONCI verificó la aplicación de la norma, evidenciando que en la página principal de la Universidad, se cuenta con un link denominado Transparencia y acceso a Información Pública<sup>4</sup>, en el cual se pone a disposición de la ciudadanía la información exigida en la Ley referenciada.

Teniendo en cuenta la verificación realizada por la ONCI, se observó que en términos generales se cumple con los Artículos 9 y 11 de la Ley 1712 de 2014, dado que se encuentra publicada la información mínima requerida sobre el funcionamiento de la entidad y sus servicios. No obstante, se cuenta con sitios web en los que reposa la información requerida, en algunos casos ésta no es totalmente veraz y oportuna, como por ejemplo los programas académicos, el registro de activos de información, el sistema de Quejas, Reclamos y Sugerencias, la información del Sistema de Información y Gestión del Empleo Público, los indicadores de desempeño, así como tampoco es de fácil acceso, en el caso de los procedimientos de la Universidad.

<sup>3</sup> Informe Plan Negocio Tienda UN V2014, Encuesta aplicada en la Sede Manizales desde el 31 de marzo al 18 de abril de 2014.

<sup>4</sup> <http://unal.edu.co/transparencia-y-acceso-a-informacion-publica/>

 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA</b>	<b>MACROPROCESO: EVALUACIÓN, MEDICIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	<b>CÓDIGO: U-FT-14.001.010</b>
	<b>FORMATO: INFORME EJECUTIVO</b>	<b>VERSIÓN: 0.0</b>  <b>Página 4 de 4</b>

Se recomienda a la VRG, junto con UNIMEDIOS, la DNPE y la Secretaría General, analizar y definir un responsable de hacer seguimiento a la información que reposa en los diferentes sitios web relacionados con la información mínima a publicar según lo señalado en la Ley 1712 de 2014.

En ese mismo sentido, se observó que no obstante UNIMEDIOS diseñó y pone a disposición de todas las facultades el sitio web de programas académicos de la Universidad, se observan inconsistencias en la información disponible, en relación con la actualización y cobertura; adicionalmente, algunas facultades no cuentan con los enlaces desde sus páginas web al directorio de programas con el fin de tener información única y sin duplicidad.

Al respecto, se recomienda a la Vicerrectoría Académica realizar seguimiento a la actualización de la información por parte de las instancias administradoras del Sistema de Información Académica SIA, el Software de Pregrado, el Software de Posgrado y de las Facultades, con el fin de implementar y mantener actualizado la información dispuesta en el sitio web institucional de los programas académicos (<http://programasacademicos.unal.edu.co/>).

### 2.6. Identificación de los Indicadores y Mediciones de Comunicación

De acuerdo con la verificación realizada, UNIMEDIOS cuenta con la identificación y medición de tres indicadores de gestión, los cuales son<sup>5</sup>: i) *publicación en medios impresos de información sobre la UN (medios externos): este indicador cuenta con medición mensual, trimestral y semestral, y tiene en cuenta los acontecimientos extraordinarios que se presentan en algunos meses;* ii) *gastos de viajes y viáticos de la producción de videos en las sedes andinas: este indicador tiene en cuenta el comparativo de gastos de realización productos audiovisuales desde las sedes andinas;* y iii) *número de videos producidos semestralmente por Prisma TV y por noticias: este indicador cuenta con medición trimestral y semestral, para los videos de la Agencia de Noticias y de Prisma TV. Aunque el indicador se definió como ascendente, los videos de prisma TV presentan una medición descendente en el año evidenciado, es decir, el 2014.*

Aunque el proceso de Divulgación de Información General cuenta con tres indicadores de gestión y sus respectivas mediciones, no se evidenció la hoja de vida de los mismos según el formato establecido por el Sistema Integrado de Gestión de la Universidad, el cual cuenta con una descripción del indicador, de la medición y su respectivo análisis.

Se recomienda a la dirección de UNIMEDIOS emplear el Formato de hoja de vida de los indicadores implementada

por el Sistema Integrado de Gestión de la Universidad, incluyendo la descripción, medición y análisis de los indicadores.

De otro lado, el proceso de Divulgación de Información Oficial, bajo la responsabilidad de la Secretaría General, no cuenta con indicadores que permitan medir la gestión del proceso. Se recomienda a la Secretaría General, como parte del Macroproceso de Comunicaciones, identificar y documentar los indicadores que permitan medir la gestión del proceso y que sirvan para la toma de decisiones.

### 3. CONCLUSIONES

El eje transversal de comunicación e información visto desde la divulgación de información general de la Universidad, presenta avances en los últimos años, gracias al desarrollo de proyectos enmarcados en el Plan Global de Desarrollo 2013-2015 y en la implementación de las estrategias definidas por el Congreso de la Republica con leyes orientadas a mejorar la gestión pública, la transparencia, el derecho de acceso a la información y el fortalecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación.

En cuanto a los lineamientos en tema de comunicación, generados por la Universidad, como parte del macroproceso de comunicación, se observó que desde UNIMEDIOS se ha impulsado la divulgación de la información institucional en cuanto a la definición de procedimientos y el desarrollo de diferentes proyectos encaminados a mejorar la comunicación dirigida hacia los diferentes usuarios; sin embargo, en ese sentido es necesario que la Secretaría General fortalezca el proceso de divulgación de información oficial. Igualmente, se definió la política de comunicación, desarrollada en el marco de un proyecto de inversión, con el que se generaron directrices sobre la imagen institucional, páginas web y los canales UN Periódico y Cartelera digitales; no obstante la política de comunicación y el Acuerdo normativo para su implementación no han sido formalizados.

De acuerdo con los objetivos y metas propuestas en los proyectos que hacen referencia a las campañas de comunicación desarrolladas en el marco del Plan de Desarrollo 2013-2015 y lideradas por UNIMEDIOS, se observó su oportuno cumplimiento, elaborando productos que han sido entregados a la comunidad en general y empiezan a ser reconocidos por la misma, sin embargo, es preciso que se diseñen y apliquen instrumentos que permitan medir el impacto que estos proyectos han tenido en la comunidad interna y los usuarios externos. Así mismo, es necesario agilizar la gestión para dar apertura al proyecto Tienda Universitaria.

<sup>5</sup> Soportes suministrados por la Oficina de Medios Digitales de Unimedios en entrevista realizada el día 10 de mayo de 2015.