



PROGRAMA ANUAL DE AUDITORIAS DE CONTROL INTERNO 2025
GESTIÓN TECNOLÓGICA Y COMUNICACIONES

| | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| Auditoría: | PROGRAMA ANUAL DE |
| Tipo de Auditoría: | Interna |
| Proceso | Gestión Tecnológica y Cor |
| Fecha Auditoría: | 03/Feb./2025 |
| Fecha Informe: | 01/Dic./2025 |
| Objetivo: | Verificar el cumplimiento c |
| Alcance: | La auditoria comprende la |
| Responsable de Auditoría: | Jose Luis Rodriguez |

Equipo Auditor:

| Plantilla | Cargo | |
|---------------------|---------------------------|--------------------------|
| Jose Luis Rodriguez | Profesional Universitario | <input type="checkbox"/> |

PERSONAL ENTREVISTADO

| Plantilla | |
|-----------------------|---------|
| Luisa Ramirez Juvinao | Ninguno |

DOCUMENTACION ANALIZADA

Los aplicables según la normatividad vigente

REPORTE DE NO CONFORMIDADES Y OBSERVACIONES

ASPECTOS FAVORABLES

PROCESO OBSERVACION
PLANEAR Total: 5

| | | |
|--------------------------------------|---|--|
| | | Diseñar campañas de comunicación alineadas a los objetivos del proceso. |
| | | Durante el año 2024, el equipo de Comunicaciones desarrolló acciones estratégicas orientadas a diseñar y ejecutar campañas de comunicación coherentes con los o planeación, elaboración y difusión de piezas y contenidos que fortalecen la comunicación tanto interna como externa. |
| | | Estas campañas están orientadas a visibilizar proyectos, programas, servicios e iniciativas institucionales de impacto para la comunidad universitaria y la sociedad e |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | y | <p>Un ejemplo destacado fue el lanzamiento del programa de Medicina, donde se diseñaron materiales comunicativos, piezas gráficas y estrategias de difusión en dife</p> <p>Gracias a estas acciones, se ha contribuido a fortalecer la imagen institucional y a generar mayor interacción con los públicos de interés, cumpliendo con el propósi</p> <p>Para mayores evidencias se puede consultar la Red Facebook en el siguiente enlace. https://www.facebook.com/share/p/16i7mYhGSd/?mibextid=wwXIfr https://www.facebook.com/share/v/1Kim5VxXYx/?mibextid=wwXIfr https://www.facebook.com/share/v/1JqffQe5W7/?mibextid=wwXIfr Propuestas de innovaciones potenciales, cambios tecnologicos o mejoras</p> <p>Durante el periodo evaluado, el área de Comunicaciones proyectó la implementación de acciones estratégicas orientadas a fortalecer la difusión y el posicionamien actuales de comunicación. Entre las principales iniciativas planteadas se destacan:</p> |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | y | <p>Creación de boletines automatizados y campañas informativas apoyadas en herramientas de inteligencia artificial, con el propósito de mejorar el alcance, la efectivi</p> <p>Estas acciones están orientadas a mejorar la efectividad comunicacional, promover la participación activa de la comunidad universitaria y consolidar la imagen inst</p> <p>En coherencia con los lineamientos establecidos en el Plan de Desarrollo Institucional 2022-2031, la Dirección de Comunicaciones, en articulación con el Dep: Rectoría el proyecto de creación del Sistema de Medios Institucionales. Este sistema está compuesto por tres componentes principales: Uniatlántico Radio, Uniat imagen institucional tanto a nivel interno como externo.</p> <p>Propuetas de estrategias de gestión de la reputación institucional.</p> |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | y | <p>Desde la Dirección de Comunicaciones, se lideró el desarrollo de un estudio de impacto que diera cuenta de la imagen, el nivel de reconocimiento en el medio y consultora que cumplió con los requerimientos estipulados para su desarrollo.</p> <p>Con la aplicación de encuestas, grupos focales, entrevistas a distintos públicos de interés de la Institución y análisis documental de fuentes secundarias, se concretó</p> |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | y | <p>Comités, capacitaciones, reuniones</p> <p>Durante el periodo reportado, se llevaron a cabo reuniones de coordinación con el equipo de Comunicaciones con el fin de planificar estrategias, definir acc dependencias académicas y administrativas para articular esfuerzos en la difusión de actividades, proyectos y eventos, garantizando una comunicación coherente y</p> <p>Uso de las redes sociales</p> <p>Gracias al incremento orgánico de seguidores que utilizan estos canales, que en plataformas como Facebook superan los 100.000 seguidores, se logra mantener el c</p> |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | y | <p>A continuación, la evolución de los seguidores en las redes sociales institucionales desde el 2022 hasta el 2024.</p> <p>https://www.facebook.com/udeatlantico/?locale=es_LA https://www.instagram.com/udeatlantico/?hl=es https://x.com/udeatlantico?ref_src=twsrc^google twcamp^serp twgr^author https://www.youtube.com/user/uatlantico</p> |

HACER Total: 7

| | |
|------------------------------|--|
| Gestión | Productos comunicativos, difundidos en relación a la imagen de la U. |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>Durante el año 2024, el correo informativo institucional se consolidó como uno de los principales canales de comunicación interna, fortaleciendo la identidad y activas pertenecientes a la comunidad universitaria, incluyendo estudiantes, docentes, egresados y personal administrativo.</p> <p>Resultados de las propuestas y procedimientos para el desarrollo de las dinámicas de la comunicación institucional.</p> <p>Durante el periodo reportado, se desarrollaron diferentes acciones orientadas a fortalecer la comunicación institucional, mediante la planeación y ejecución de cam propuestas se implementaron siguiendo procedimientos establecidos que incluyeron la revisión, aprobación y difusión de contenidos en canales oficiales, redes soci</p> |
| Gestión | Como resultado, se logró una comunicación más clara, oportuna y efectiva con la comunidad académica y el público externo, fortaleciendo el posicionamiento |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>y eventos desarrollados durante el periodo.</p> <p>Entre ellas:</p> <p>La Universidad del Atlántico avanza en su transformación digital con el lanzamiento del dashboard de indicadores sociodemográficos de aspirantes a Medicina</p> <p>https://www.uniatlantico.edu.co/la-universidad-del-atlantico-avanza-en-su-transformacion-digital-con-el-lanzamiento-del-dashboard-de-indicadores-sociodemograf</p> <p>Realización de los productos comunicativos para la difusión.</p> <p>Durante el periodo reportado, se elaboraron diversos productos comunicativos con el objetivo de difundir información institucional, promover eventos académicos videos promocionales, campañas en redes sociales, publicaciones en la página web institucional, invitaciones digitales y material audiovisual para actividades acad</p> <p>Video institucional 2024: https://www.youtube.com/watch?v=EK8Y4aXFzo</p> |
| Gestión | Comunicados oficiales: https://www.uniatlantico.edu.co/category/comunicados/ |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>Resultados de convocatorias: https://www.uniatlantico.edu.co/resultados-convocatoria-de-reingreso-traslado-y-transferencia-segundo-periodo-academico-de-2024/</p> <p>Anuncio en redes sociales: https://www.facebook.com/udeatlantico/posts/haz-parte-de-nuestra-casa-de-estudios-?inscripciones-abiertas-para-pregrado-2024/70829</p> <p>Todos los actos y actividades que realiza la Oficina de Comunicaciones están colgados en la Pagina Web de la Institución en el buscador de Google como tambié mantiene una base de datos del proceso.</p> <p>Comités, capacitaciones, reuniones</p> |
| Gestión | Durante el periodo reportado, se llevaron a cabo reuniones de coordinación con el equipo de Comunicaciones con el fin de planificar estrategias, definir acc |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>dependencias académicas y administrativas para articular esfuerzos en la difusión de actividades, proyectos y eventos, garantizando una comunicación coherente y</p> <p>Uso de las redes sociales</p> <p>Gracias al incremento orgánico de seguidores que utilizan estos canales, que en plataformas como Facebook superan los 100.000 seguidores, se logra mantener el c</p> |
| Gestión | A continuación, la evolución de los seguidores en las redes sociales institucionales desde el 2022 hasta el 2024. |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>https://www.facebook.com/udeatlantico/?locale=es_LA</p> <p>https://www.instagram.com/udeatlantico/?hl=es</p> <p>https://x.com/udeatlantico?ref_src=twsrc^google twcamp^serp twgr^author</p> <p>https://www.youtube.com/user/uatlantico</p> <p>Recursos físicos, tecnológicos</p> <p>Los equipos tecnológicos de que dispone la Dirección de Comunicaciones para desarrollar sus actividades están acordes con las necesidades de esta dependencia.</p> |
| Gestión | El espacio físico donde funcionan las dependencias de la Dirección de Comunicaciones necesita debe ser modernizado de acuerdo con las funciones que allí se real |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>Recomendación:</p> <p>Hacer las gestiones necesarias para que les sean adecuadas las instalaciones donde están las dependencias del proceso con el propósito de que se desarrollen estas a</p> <p>Fortalecer las relaciones con las entidades externas</p> <p>Fortalecimiento de las relaciones con entidades externas, desde la Dirección de Comunicaciones se llevó a cabo la contratación de un operador para la administraci</p> <p>El operador elaboró el plan de medios según el presupuesto asignado para los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre de 2024.</p> |
| Gestión | Los medios fueron seleccionados con base en las ofertas presentadas por periodistas y empresas del sector, fortaleciendo así las relaciones institucionales con |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>y duraciones:</p> <p>Tres meses: un medio de comunicación.</p> <p>Dos meses: dos medios de comunicación.</p> <p>Un mes: los demás medios y/o periodistas.</p> <p>Entre los medios, portales web y programas se destacan Revista Semana, El Herald, Extra Noticias, Noticias BQ, Emisora Atlántico, Diario La Libertad, Cooper</p> <p>Espectacular, Pepe Comenta, CV Noticias y Televisa. Además, se contrató a Visual Contenidos para la publicidad de posgrados en pantallas de buses urbanos.</p> |
| VERIFICAR Total: 7 | |
| Gestión | Revisar matriz de riesgos |
| Tecnológica y Comunicaciones | La matriz de riesgos ha sido revisada y actualizada en agosto de 2025, para constancia de lo anterior se acompaña Acta de Reunión donde se trató el tema alusivo. |
| Gestión | Intervención en los medios de comunicación y la comunidad |
| Tecnológica y Comunicaciones | <p>Durante el año 2024, la Dirección de Comunicaciones desarrolló diversas estrategias para fortalecer la presencia institucional en los medios de comunicación y co</p> <p>radiales y televisivas, notas de prensa en medios locales y nacionales, ruedas de prensa, y la difusión de información relevante sobre actividades académicas, cientí</p> <p>Asimismo, se promovieron espacios de diálogo y socialización con la comunidad, como foros, conversatorios y transmisiones en vivo en redes sociales, con el obje</p> <p>Entre las evidencias destacadas del 2024 se encuentran:</p> <p>Coberturas en medios como El Herald, Zona Cero y CV Noticias sobre avances institucionales y eventos académicos.</p> <p>https://cvnoticias.com.co/115-mil-millones-para-recuperacion-de-sedes-de-la-universidad-del-atlantico/</p> |

| | | |
|--------------------------------------|--|---|
| | <p>Transmisiones en directo desde la página oficial de Facebook y YouTube de la Universidad durante ceremonias de grados, foros y ferias académicas.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=y5SqtFAJQXA</p> <p>Participación de voceros institucionales en programas radiales y televisivos para difundir proyectos de investigación, procesos de acreditación y programas de bienestar.</p> <p>https://www.wradio.com.co/2024/09/20/salud-mental-un-reto-que-se-debe-abordar-de-manera-colectiva-universidad-del-atlantico/</p> <p>https://www.uniatlantico.edu.co/uniatlantico-recibe-renovacion-de-acreditacion-en-alta-calidad-por-seis-anos/</p> <p>Velar por el cumplimiento de la política de comunicación institucional</p> <p>Durante el periodo reportado, se garantizó el cumplimiento de la política de comunicación institucional a través de la supervisión constante de los contenidos y los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual y las directrices definidas por la institución, asegurando coherencia en el lenguaje, uso adecuado de la imagen institucional.</p> | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | <p>Asimismo, se realizó acompañamiento a las dependencias para la correcta socialización de comunicados, boletines y actividades académicas, utilizando de manera adecuada los canales de difusión. Estas acciones contribuyeron a fortalecer la imagen institucional y a mantener una comunicación clara, oportuna y alineada con los objetivos estratégicos.</p> <p>Como parte de este compromiso, en 2024 la Universidad del Atlántico renovó su Manual de Identidad Visual, reafirmando su política comunicativa y modernizando la imagen institucional.</p> <p>https://www.uniatlantico.edu.co/universidad-del-atlantico-renueva-su-manual-de-identidad-visual/</p> <p>Velar por el cumplimiento del Manual de Identidad Visual.</p> <p>La Universidad del Atlántico, a través de la Resolución Rectoral 001536 del 17 de junio de 2024, renovó su Manual de Identidad Visual, que establece los lineamientos para la comunicación institucional.</p> | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | <p>Desde la Dirección de Comunicaciones se promovió la socialización del Manual entre profesores, estudiantes, trabajadores, proveedores, egresados y la comunidad. La socialización se realizó mediante la difusión de los enlaces oficiales del Manual, poniendo a disposición acompañamiento para resolver dudas y apoyar los procesos de socialización.</p> <p>Le invitamos a consultar el Manual de Identidad Visual de la Universidad del Atlántico, disponible en el enlace</p> <p>https://sigudela.uniatlantico.edu.co/Isolucion/Administracion/frmFrameSet.aspx?Ruta=Li4vRnJhbWVWTZXRBenRpY3Vsby5hc3A/UGFnaW5hPUJhbmNvQ29ub2NpbWllbnRvNFVBdGxhbnRpY28vZi9mYzA2YmVIZjFIOTM0ODQ5OWIyOUI</p> <p>Socialización a la comunidad académica en el área de divulgación científica</p> <p>Durante el 2024, la Universidad del Atlántico fortaleció la divulgación científica dentro de la comunidad académica mediante diversas acciones institucionales:</p> <p>La Dirección de Comunicaciones apoyó la socialización de la producción científica institucional mediante la divulgación de información relevante a través de la página web institucional, donde la comunidad académica conociera los resultados de investigaciones, publicaciones, convocatorias, eventos y logros en ciencia y tecnología, contribuyendo así a fortalecer la imagen institucional.</p> | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | <p>Informe de Gestión 2024 En el Informe de Gestión 2024 de la universidad se menciona el fortalecimiento de la Red Institucional de Semilleros de Investigación 2024.</p> <p>https://www.uniatlantico.edu.co/wp-content/uploads/2025/06/Informe-de-Gestion-2024.pdf?utm_source=chatgpt.com</p> <p>Red de Grupos de Investigación, en la sección de “Grupos de Investigación” de la universidad se indica que la institución cuenta con 89 grupos de investigación que muestran la capacidad investigativa institucional en la Web:</p> <p>https://www.uniatlantico.edu.co/departamento-de-investigaciones/grupos-de-investigacion/?utm_source=chatgpt.com</p> <p>Encuestas de satisfacción</p> <p>Durante el año 2024 se llevó a cabo una encuesta con el propósito de evaluar la percepción y el nivel de satisfacción de los diferentes usuarios internos respecto a la calidad de los servicios ofrecidos y el impacto de las acciones comunicacionales en la comunidad universitaria. Se ha incorporado el uso de la plataforma SEO como herramienta para la aplicación de estrategias de comunicación.</p> | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | <p>Los resultados obtenidos evidencian un alto nivel de satisfacción por parte de los participantes. En la mayoría de las respuestas, el servicio fue calificado con un nivel de satisfacción alto, lo que refleja un buen desempeño en el diseño y ejecución de campañas institucionales, la oportunidad en la atención de solicitudes y la disposición del equipo en el apoyo a las diferentes dependencias. La estrategia de comunicación interna y externa.</p> <p>En términos generales, el análisis de los datos permite concluir que el proceso de Comunicaciones cumple con su función de manera eficiente y alineada con las necesidades de la institución, la información y al posicionamiento de los proyectos académicos y administrativos. A partir de los comentarios recibidos, se recomienda seguir promoviendo espacios de diálogo y retroalimentación.</p> <p>PQRSDF</p> <p>Se recibió una felicitación y agradecimiento por la participación en la Semana de la Innovación y el Emprendimiento 2024.</p> | |
| ACTUAR Total: 0 | | |
| OPORTUNIDADES DE MEJORA | | |
| PROCESO PLANEAR Total: 4 | | OBSERVACION |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | | Planeación estratégica de las actividades de comunicación institucional. |
| | | El proceso tiene dos indicadores de seguimiento: la planeación estratégica y el fortalecimiento de la comunicación institucional. El primer indicador fue cumplido en su totalidad. |
| | | A este indicador por no haberse cumplido. |
| | | Observación: El segundo indicador no fue cumplido. |
| | | Durante el año 2024, la Universidad del Atlántico fortaleció la divulgación científica dentro de la comunidad académica mediante diversas acciones institucionales. |

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <p>formulación de políticas y es cumplimiento de los objetivos:</p> <p>Esta planeación estratégica h uso de herramientas tecnológ comunicativos se desarrollar transformación digital y al po Estrategias, plan de medios p</p> <p>Durante el año 2024, la Dir acciones orientadas a fortale principalmente en la elabora institucional y el acompañam</p> <p>A pesar de no contar con una reforzar el posicionamiento d Entre las principales evidenci</p> <p>Video institucional “Somos E resalta la misión, visión y el c</p> <p>Colgada en https://www.youtu</p> <p>Recomendaciones:</p> <p>a. Conformar un equipo espec</p> <p>b. Diseñar estrategias de merc Recursos físicos, tecnológicos:</p> <p>Los equipos tecnológicos de dependencia.</p> <p>El espacio físico donde funcio allí se realizan.</p> <p>Recomendación:</p> <p>Hacer las gestiones necesari desarrollen estas actividades c Recursos físicos, tecnológicos:</p> <p>Los equipos tecnológicos de dependencia.</p> <p>El espacio físico donde funcio allí se realizan.</p> <p>Recomendación:</p> <p>Hacer las gestiones necesari desarrollen estas actividades c</p> |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | |
| HACER Total: 0 VERIFICAR Total: 1 | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | <p>Venta de servicios</p> <p>Durante el año 2024, el área divulgación para los program información a través de la pág</p> <p>Como parte de estas acciones apoyo del Departamento de E Atlántico (ACSA), mediante de la comunicación, ampliar proyección social.</p> <p>Recomendación:</p> <p>Fomentar la venta de servicio en el mejoramiento de la im</p> <p>Acciones de mejora</p> <p>1. Indicadores de Gestión. 2. Venta de servicios. 3. Comunicación Interna. 4. Instalaciones locativas en o</p> <p>Acciones de mejora</p> |
| ACTUAR Total: 3 | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | |
| Gestión Tecnológica y Comunicaciones | |

- 1. Indicadores de Gestión.
 - 2. Venta de servicios.
 - 3. Comunicación Interna.
 - 4. Instalaciones locativas en o
- Acciones de mejora

Gestión Tecnológica y Comunicaciones

- 1. Indicadores de Gestión.
- 2. Venta de servicios.
- 3. Comunicación Interna.
- 4. Instalaciones locativas en o


CONCLUSIONES

A manera de conclusión se destaca que se viene realizando un buen trabajo no se encontraron no conformidades ni observaciones, se resalta la colaboración del equipo auditado en el suministro de la información para la elaboración del presente informe.
No se encontraron hallazgos. El indicador denominado Plan Integral de comunicación institucional apenas tuvo un cumplimiento del 25%, careciendo de análisis de causa y sin tratamiento alguno. El cual se le debe efectuar una acción de mejora.
Aspectos positivos:

- a. Incremento de utilización de las redes sociales
- b. Aumento de la publicación en los medios.
- c. Diseño de campañas para resaltar la imagen de la Institución.
- d. Buena disposición del equipo humano que realiza las actividades.

ANEXOS LISTA(S) DE CHEQUEO

DOCUMENTOS RELACIONADOS

| Registros(1) | | |
|--|--------|-----------------------|
| Nombre | Tamaño | |
|  Informe Auditoria de Control Comunicaciones 2025 | 1 MB | 01/Dic./2025 09:43i:0 |