

2026



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN **PEC**



uts

Unidades
Tecnológicas
de Santander

iLo hacemos posible!



ELABORACIÓN

AUDREY TAIDY CASADIEGOS GAONA

Profesional Universitario

REVISIÓN Y APROBACIÓN

EDGAR PACHÓN ARCINIEGAS

Secretario General

Bucaramanga, febrero 10 de 2026

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2026

Presentación

Las Unidades Tecnológicas de Santander son una Institución de Educación Superior constituida como establecimiento público del orden departamental, de carácter tecnológico, creada por la Asamblea Departamental mediante Ordenanza No 90 de 1963 como Instituto Tecnológico de Santander. Con Ordenanza No 21 del 15 de diciembre de 1981, fue reestructurada como establecimiento público con autonomía administrativa, patrimonio independiente y cambió su denominación por la de Tecnológico Santandereano, de acuerdo al Decreto 080 de 1980. Mediante Ordenanza No 29 del 17 de diciembre de 1985, la Asamblea Departamental ordenó que a partir de enero de 1986 fuera cambiado su nombre por el de Unidades Tecnológicas de Santander.

Como se contempla en el Proyecto Educativo Institucional, el quehacer de las UTS se asume desde los campos de acción de la formación integral, la investigación e innovación competitiva y la extensión con pertinencia social, a través de los cuales se cumple la misión institucional y se proyecta el alcance de la visión en 2030. (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, págs. 45-48)

En el marco del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2021 – 2027, el eje estratégico 5: UTS sostenible, “Comprende un enfoque sostenible que garantice a la institución un compromiso con el entorno desde el enfoque ambiental, financiero y humano, garantizando estrategias de buen gobierno, transparencia, modernización de la organización, creación de políticas aportando a los objetivos de desarrollo sostenible en articulación con el marco internacional, procesos de

calidad, certificaciones y mejoramiento continuo”. (Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de Desarrollo Institucional PEDI 2021 - 2027, 2021, pág. 32).

El eje en mención contempla en la línea 10: Gobernabilidad y gobernanza, el programa Comunicación y difusión de la información, con el objetivo de “Fortalecer estrategias de comunicación que visibilicen el resultado de la gestión de la educación de calidad impartida, con la finalidad de posicionar a la institución en los ámbitos regional y nacional, a su vez incrementar y estabilizar el número de matriculados de forma que se contribuya a la sostenibilidad financiera de las UTS” (Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de acción anual. Vigencia 2025, pág. 105).

En este contexto se establece el presente Plan Estratégico de Comunicación orientado a fortalecer las estrategias de comunicación encaminadas a posicionar las Unidades Tecnológicas de Santander en los ámbitos regional y nacional.

1. Brief

1.1 Descripción de la institución

Como se establece en la misión, las Unidades Tecnológicas de Santander es “un establecimiento público del orden departamental, que se dedica a la formación de personas con sentido ético, pensamiento crítico y actitud emprendedora, mediante procesos de calidad en la docencia, la investigación y la extensión para contribuir al desarrollo socioeconómico, científico, tecnológico, ambiental y cultural de la sociedad. En la Misión se evidencian tres componentes claves: a) el sentido ético; b) el pensamiento crítico y c) la actitud emprendedora” (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, pág. 9).

Se reconocen como principios uteístas, “los lineamientos que permiten materializar las categorías que dan origen a la misión y a la visión institucional”. El PEI (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, pág. 29), los menciona:

- Formar desde las emociones.
- Actuar en libertad y democracia.
- Ser desde la inclusión social y la diversidad.
- Afirmar la excelencia académica.
- Hacer para el bienestar en comunidad.
- Proceder para el desarrollo sostenible.

En cumplimiento de la Ley 2016 de 2020, las Unidades Tecnológicas de Santander, adoptó el Código de Integridad del servidor público colombiano, que condensa los cinco valores que deben orientar el accionar del servidor público: honestidad, respeto, compromiso, diligencia y justicia (Unidades Tecnológicas de Santander. Código de integridad, 2020).

La visión proyecta que, “En el año 2030, las Unidades Tecnológicas de Santander serán reconocidas en el ámbito académico nacional e internacional, como una institución comprometida con la transformación social, la innovación y el desarrollo tecnológico” (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, pág. 15).

La institución cuenta con programas académicos de nivel tecnológico y profesional en modalidades presencial y virtual, con oferta educativa en Bucaramanga y en los municipios de Piedecuesta, Barrancabermeja y Vélez, en Santander. Actualmente tiene en su haber cuatro patentes, dos de Invención y dos de Modelo de Utilidad.

Las UTS recibió el 16 de enero de 2025, mediante Resolución del Ministerio de Educación No 000237, por un término de seis años, Acreditación Institucional en Alta Calidad en el campus Bucaramanga, siendo la primera institución de carácter tecnológico en obtener este logro en el país. Asimismo, ha sido otorgada la acreditación en alta calidad de los siguientes programas académicos: Ingeniería Electrónica articulada por ciclos propedéuticos con la Tecnología en Implementación de Sistemas Electrónicos Industriales, Ingeniería de Telecomunicaciones articulada por ciclos propedéuticos con Tecnología en Gestión de Sistemas de Telecomunicaciones e Ingeniería Electromecánica, articulada por ciclos propedéuticos con la Tecnología en Operación y Mantenimiento Electromecánico.

De igual manera se ofertan programas académicos novedosos, en el campus Bucaramanga, Ingeniería en Sistemas de Transporte articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Logística de Transporte; en el campus Barrancabermeja, Ingeniería en Energías articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Gestión de Recursos Energéticos y finalmente, en el campus Piedecuesta, Ingeniería Civil articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Construcción de Obras Civiles y Economía articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Gestión Económica de Proyectos.

Esta “es una de las IES de mayor cobertura y presencia en el departamento de Santander. La institución fortalece la calidad de su oferta académica, con la destinación de recursos de inversión en la creación y actualización de los laboratorios y talleres, mejoramiento y ampliación de la planta física, incremento del cuerpo profesoral y dotación de los medios educativos y recursos tecnológicos”. (Unidades Tecnológicas de Santander. Origen y trayectoria de las Unidades Tecnológicas de Santander, 2020, pág. 2).

1.2 Servicio

La Institución ofrece el servicio de formación superior a nivel tecnológico, profesional de forma virtual y presencial a través de las Facultades de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales y de Ciencias Naturales e Ingenierías. Asimismo, oferta programas de educación continua con diplomados, seminarios, cursos, congresos, entre otros, todo esto bajo estándares de calidad y cumpliendo con todos los preceptos establecidos por el Ministerio de Educación Nacional. Actualmente avanza en el proceso de acreditación de alta calidad de sus programas académicos.

1.3 Mercado

El mercado de las Unidades Tecnológicas de Santander está conformado por estudiantes de instituciones públicas de educación media tanto del departamento como de los departamentos vecinos, ya que la institución también cuenta con estudiantes de la región Caribe.

1.4 Competencia

La principal competencia de las UTS, la conforman instituciones universitarias, corporaciones públicas y privadas del departamento que ofrecen formación tecnológica y profesional en las mismas áreas.

Entre ellas: Universidad Industrial de Santander, Universidad Santo Tomás, la Universidad de Santander, Universidad Cooperativa de Colombia, Universitaria de Investigación y Desarrollo, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Universidad Antonio Nariño, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Fitec, Eforsalud, Multitech, Aviacol, Colombia College, SENA, Armada Nacional, Policía Nacional.

1.5 Objetivo

Fortalecer estrategias de comunicación que visibilicen el resultado de la gestión de la educación de calidad impartida, con la finalidad de posicionar a la institución en el ámbito regional y nacional.

1.6 Alcance

Formulación e implementación de una Estrategia de posicionamiento de marca 2021 - 2027, que haga énfasis en el reconocimiento de Acreditación Institucional en Alta Calidad, la calidad del servicio de educación que se presta y la gestión que se realiza en pro del desarrollo del departamento y la región.

1.7 Requerimientos

- Talento humano de comunicaciones y prensa
- Diseñadores gráficos
- Licencias de diseño
- Licencias de edición
- Licencias de banco de imágenes
- Equipos y licencias de la emisora
- Presupuesto asignado

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Objetivos estratégicos

2.1.1 Objetivo general

Presentar un conjunto de acciones que permitan visibilizar las Unidades Tecnológicas de Santander en el ámbito regional de acuerdo con el resultado de la gestión en el período 2021 a 2027.

2.1.2 Objetivos específicos

Difundir la gestión institucional propendiendo por el reconocimiento de sus resultados y el compromiso con el desarrollo de la región y el país, haciendo énfasis en el reconocimiento de Acreditación Institucional en Alta Calidad.

Disponer de los espacios de comunicación y participación existentes con la difusión de acciones que inviten a los grupos de valor a hacer parte de las actividades institucionales.

Operacionalizar la relación de las UTS con los medios de comunicación de la región.

Definir acciones en pro del fortalecimiento de la apropiación del mensaje institucional por parte de los públicos internos.

2.2 Públicos

Partiendo de la caracterización de usuarios realizada por la institución en 2020 (Unidades Tecnológicas de Santander. Caracterización de usuarios, 2020) se definen los públicos así:

Públicos internos

TIPO	CANALES INTERNOS	OTROS
Directores de dependencias	Correo electrónico	Material publicitario
Vicerrectores	Pantallas	Material de mercadeo
Decanos	Grupos de WhatsApp	Correspondencia protocolaria
Coordinadores de programa	Revista Soy Uteísta	Espacios de conversación (reuniones, encuentros de atención personalizada)
Jefes de grupo	Cartelera digital	
Estudiantes de pregrado	Cartelera física	
Docentes	Centro de Atención y Servicio Académico – CASA	
Administrativos		
Contratistas		
Graduados y egresados		

Públicos externos

TIPO	CANALES EXTERNOS	OTROS
Consejo superior	Página web	Material publicitario
Entidades gubernamentales	Redes sociales (Facebook, Instagram, X, YouTube y LinkedIn)	Material de mercadeo
Aliados estratégicos	Emisora Tu Radio UTS 101.7	Correspondencia protocolaria
Organismos de control	Boletín de prensa	
Medios de comunicación	Campañas publicitarias	
Consumidores de información	Relaciones públicas y gestión de medios	
Futuros estudiantes de pregrado, educación continua, (presenciales o virtuales)		
Padres de familia		

2.3 Principios de la estrategia

¡Lo hacemos posible! Premisa que orienta el accionar de las UTS. “Lo declarado encarna una experiencia única, que descubre y demuestra que desde la imaginación, la creación, el saber, el poder, la visión compartida y ante todo la convicción colectiva de que en la unión de voluntades, inteligencias, actitudes, conocimientos, etc., haremos de nuestra institución una sociedad académica-abierta, pluralista, donde se fomente la sabiduría, la belleza, el libre pensamiento, la personalidad autónoma y responsable, la felicidad, el pensamiento crítico, la tolerancia, el liderazgo transformacional, la evolución de la conciencia, la humildad intelectual, la relatividad del conocimiento, la cultura de la Vida, la Paz, el desarrollo sostenible, etc., con la certidumbre de que unidos, siempre ¡Lo hacemos posible!” (Oficina Prospectiva e Inteligencia Competitiva UTS. ¡Lo hacemos posible!, 2020, pág. 11).

Credibilidad y confianza. A través de una comunicación honesta, sincera y pertinente, que divulgue mensajes coherentes con el quehacer de las UTS y fortalezca los vínculos entre esta y sus públicos internos y externos. Todas las acciones de comunicación deben estar orientadas a aumentar la confianza en la institución.

Responsabilidad social. Las UTS reconocen la responsabilidad social como un contrato social entre la institución y la sociedad, en este sentido, las comunicaciones deben construirse bajo la premisa del bien común y el aporte para el desarrollo de la sociedad.

2.4 Voceros

El Rector es el vocero de la Institución, él podrá designar delegados para los temas que lo requieran de acuerdo con la necesidad institucional del pronunciamiento.

2.5 Líneas estratégicas

2.5.1 Comunicación interna

A través de la cual se propende por la generación de procesos de apropiación y empoderamiento del mensaje institucional por parte de los públicos internos en pro del cumplimiento de los objetivos misionales.

Estos procesos comunicativos se fundamentan en la misión, visión, principios y valores institucionales y fortalecen el sentido de pertenencia, el diálogo y la participación, lo que redunda en la cultura organizacional.

2.5.2 Comunicación externa

En cumplimiento de la meta a largo plazo de posicionar la institución, la comunicación con los públicos externos se orienta a visibilizar la gestión institucional, la calidad de la educación, la infraestructura y el compromiso con el desarrollo de la región y el país, a través del fortalecimiento de los medios de comunicación propios y la divulgación continua de información pertinente y de calidad.

Asimismo, se hace necesario el seguimiento y monitoreo continuo de la información institucional publicada.

2.5.3 Comunicación digital

Con el servicio de las herramientas digitales, se direcciona una comunicación digital estratégica que a través de sus contenidos posibilite la interacción con los públicos

de manera proactiva y recurrente, asegurando así que se conozca y retroalimente el mensaje que se quiere transmitir.

2.5.4 Relaciones públicas y gestión de medios

A partir de la consolidación de la relación de la institución con los medios de comunicación regionales y el reconocimiento de la opinión pública, se establece una comunicación, que a través de diversos mecanismos (*free press* y *press tour*), logre una alta exposición mediática que genere impacto en los públicos internos y externos.

2.6 Mantenimiento documental

En el marco del Sistema Integrado de Gestión de las UTS y como responsables del proceso estratégico Comunicación Institucional, se plantean actividades tendientes a garantizar la integridad y actualización de la información documentada del mismo, asegurando de esta manera, el cumplimiento de los requisitos del Sistema Integrado de Gestión y aportando al mismo a través de la mejora continua.

2.7 Plan de acción

El presente Plan de acción se desarrollará en la vigencia 2026, aportando a la consecución de los objetivos establecidos en el PEC para las vigencias 2021 – 2027. Las actividades plasmadas en este plan, fueron planteadas por la coordinación del Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional (comunicaciones internas) y por la coordinación del Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional (comunicaciones externas, relaciones públicas y gestión de medios) y estarán enfocadas en la divulgación del reconocimiento de la Acreditación Institucional en Alta Calidad.

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	INDICADORES	MEDICIÓN DEL INDICADOR	RESPONSABLES
Comunicación interna	Fortalecer la apropiación, comprensión y sentido de pertenencia del mensaje institucional en los públicos internos de las UTS, mediante acciones de comunicación interna claras, participativas y multicanal.	Diseño e implementación de una campaña anual de comunicación interna enfocada en: Logros institucionales. Proyectos estratégicos. Impacto académico, administrativo y social de las UTS.	Una campaña interna implementada.	Número de campañas implementadas/ número de campañas programadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional.
		Implementación de dos campañas internas pedagógicas sobre los canales de atención institucional (servicios, trámites, PQRS, atención al usuario).	Dos campañas internas implementadas.	Número de campañas implementadas/ número de campañas programadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional
		Publicación periódica de contenidos sobre la gestión institucional en el módulo de noticias del sitio web.	Noticias generadas.	Número de noticias publicadas/ número de noticias programadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional.
		Realización de encuesta de gestión medios institucionales de acuerdo al objetivo que sea planteado por Secretaría General.	Encuestas realizadas.	Número de encuestas realizadas/número de encuestas programadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional
		Edición mensual de la Revista Soy Uteísta.	Nueve ediciones publicadas.	Número de ediciones publicadas/número de ediciones programadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.

		Divulgación del reconocimiento de la acreditación institucional como orgullo institucional sostenido.	Piezas Realizadas.	Cantidad de Piezas realizadas y comunicadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional y Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
Comunicación externa	Fortalecer las redes sociales institucionales mediante una estrategia de contenidos alineada con los objetivos institucionales, que contribuya al posicionamiento de las UTS.	Publicación mensual de contenidos estratégicos en las redes sociales institucionales activas, enfocados en el cumplimiento de los objetivos institucionales y en el fortalecimiento del mensaje de acreditación institucional, destacando logros, avances y acciones de impacto y otros logros relevantes.	Elaboración y difusión de mínimo 15 contenidos mensuales en las redes sociales institucionales, priorizando los canales con mayor alcance y pertinencia comunicacional.	Número de publicaciones realizadas/Número de Publicaciones planeadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
	Mostrar la gestión institucional de las Unidades Tecnológicas de Santander, propendiendo por el reconocimiento de sus resultados y su compromiso con el desarrollo de la región y el país, a través de estrategias de comunicación externa y relacionamiento con medios.	Producción y difusión de contenidos que evidencien la gestión institucional, destacando resultados académicos, administrativos, investigativos y de proyección social, así como su impacto en el desarrollo regional y nacional.	Noticias generadas.	Noticias generadas/noticias publicadas	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
		Elaboración e implementación del plan de medios para la campaña de inscripciones II-2026 y I-2027 en articulación con Mercadeo Institucional, Atención al Ciudadano y Admisiones.	Un plan de medios diseñado e implementado.	Acciones implementadas/ acciones programadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional Grupo de Mercadeo Institucional.

		Implementación de acciones orientadas a incrementar la interacción en redes sociales institucionales, promoviendo: Mayor número de contenidos compartidos. Incremento de comentarios e interacciones. Uso de llamados a la acción y formatos que fomenten la participación de los públicos externos.	Nivel de participación de los públicos externos en redes sociales institucionales	Número de publicaciones compartidas/número de publicaciones realizadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
		Realización de análisis trimestral de métricas de redes sociales y medios digitales.	Cuatro Informes de análisis de métricas realizados.	Informes realizados/ informes programados.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional
	Fortalecer el posicionamiento de la emisora institucional de las Unidades Tecnológicas de Santander en la comunidad estudiantil, mediante estrategias de comunicación que incrementen su reconocimiento, alcance y consumo de contenidos.	Implementación de estrategias de comunicación orientadas a reforzar la información general de la emisora institucional, tales como: Dial de transmisión. Aplicación web. Programación y contenidos destacados. Difusión de esta información a través de canales institucionales y redes sociales, priorizando los espacios con mayor alcance en la comunidad estudiantil.	Número de visualizaciones e interacciones de los contenidos informativos de la emisora	Métricas de alcance e impresiones en redes sociales.	Coordinador Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
Relaciones Públicas y gestión de medios	Fortalecer la visibilidad y reputación institucional	Agendamiento y gestión de entrevistas, publicación de	Número de apariciones institucionales	Número de apariciones institucionales en medios	Coordinador Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.

	través de la relación con medios de comunicación regionales y nacionales, así como con líderes de opinión.	artículos, envío de boletines y presencia institucional en medios de comunicación locales, regionales y nacionales, con el fin de fortalecer la visibilidad y reputación institucional de las Unidades Tecnológicas de Santander.	en medios de comunicación.	comunicación efectivas/ Número de apariciones institucionales en medios de comunicación programadas.	
Mantenimiento documental del proceso estratégico de Comunicación Institucional	Garantizar la integridad y actualización de la información documentada del proceso estratégico de comunicación, para asegurar el cumplimiento de los requisitos del Sistema de Gestión.	Revisión, análisis y/o ajuste de la documentación del proceso.	Dos revisiones al proceso realizadas	Número de revisiones realizadas/ Número de revisiones programadas	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
		Socialización y apropiación de la base documental institucional.	Dos capacitaciones en base documental institucional realizadas	Número de capacitaciones en base documental realizadas/ Número de capacitaciones en base documental programadas	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional, Grupo de Mercadeo Institucional, Grupo de Comunicación Institucional.

3.7 Seguimiento y monitoreo

La ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones se monitorea a través de los instrumentos determinados para tal fin por la Oficina de Planeación de la institución.

2.8 Cronograma

		MESES																																							
		FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
Línea estratégica	Actividad	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
Comunicación interna	Diseño e implementación de una campaña anual de comunicación interna																																								
	Implementación de dos campañas internas pedagógicas sobre los canales de atención institucional																																								
	Publicación periódica de contenidos sobre la gestión institucional en el módulo de noticias del sitio web.																																								
	Realización de encuesta de gestión de medios institucionales																																								
	Divulgación del reconocimiento de la acreditación institucional como orgullo institucional sostenido.																																								
	Edición mensual de la Revista Soy Uteísta.																																								
	Comunicación externa	Publicación mensual de contenidos estratégicos en las redes sociales institucionales activas.																																							
Producción y difusión de contenidos que evidencien la gestión institucional.																																									
Elaboración e implementación del plan de medios institucional para la campaña de inscripciones II – 2025 y I – 2026																																									
Implementación de acciones orientadas a incrementar la interacción en redes sociales institucionales.																																									
Realización de análisis trimestral de métricas de redes sociales y medios digitales.																																									
Implementación de estrategias de comunicación orientadas a reforzar la información general de la emisora institucional.																																									

[illegible]

Bibliografía

- Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional. (2026). Informe integral de gestión de comunicaciones vigencia 2025.
- Oficina de Planeación UTS. Diagnóstico institucional Matriz DOFA. (2020). Bucaramanga.
- Oficina Prospectiva e Inteligencia Competitiva UTS. ¡Lo hacemos posible! (2020). *Revista Soy Uteísta*, 9 - 11.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de Desarrollo Institucional PEDI 2021 - 2027. (2021). Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional. (2020). Bucaramanga. Obtenido de Proyecto Educativo Institucional: <https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/normatividad/acuerdos/PEI.pdf?t=1600881384>
- Unidades Tecnológicas de Santander. Caracterización Comunicación Institucional. (s.f.). www.uts.edu.co. Obtenido de Base documental. F-SIG-19: https://www.dropbox.com/sh/op8bmnpioxnutkq/AAC20FK9nYzlpFZfiGjTdgMda/1.%20ESTRATEGIA%20DE%20COMUNICACION%20INSTITUCIONAL/1.%20CARACTERIZACION%20INSTITUCIONAL?dl=0&preview=F-SIG-19+CARACTERIZACION%20INSTITUCIONAL.xlsx&subfolder_navigacion_tracking=
- Unidades Tecnológicas de Santander. Caracterización de usuarios. (2020). Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Código de integridad. (2020). Obtenido de www.uts.edu.co: <https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/administrativos/cd.pdf?t=1593126678>
- Unidades Tecnológicas de Santander. Encuesta Posicionamiento de la Acreditación Institucional en Alta Calidad. (2025). Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Informe y análisis encuesta de satisfacción. (2025). *Informe y análisis encuesta de satisfacción vigencia 2025-2*.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Informe y análisis encuesta de satisfacción. (2025). *Informe y análisis encuesta de satisfacción. Primer semestre vigencia 2025-1*. Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Origen y trayectoria de las Unidades Tecnológicas de Santander. (2020). Obtenido de www.uts.edu.co: <https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/normatividad/ii.pdf?t=1611238279>
- Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de acción anual. Vigencia 2025. (s.f.). Bucaramanga, Colombia. Obtenido de www.uts.edu.co: <https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/2025/01/PLAN-DE-ACCION-VIGENCIA-2025.pdf>

uts | Unidades
Tecnológicas
de Santander
iLo hacemos posible!

