

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 1 de 11

14.

Fusagasugá, 2024-01-30.

ANEXO TÉCNICO 01 PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y FORMA DE EVALUAR LAS ESPECIFICACIONES TECNICAS

El presente anexo tiene como finalidad realizar una proyección de la frecuencia de publicación con la que se llevará a cabo el contrato, a fin de cumplir con el plan de medios de la Universidad de Cundinamarca vigencia 2025.

ITEM 1: Emisión de menciones publicitarias en radio con las siguientes características:

- En una emisora con cobertura y posicionamiento en la región del Sumapaz y el alto Magdalena con Dial FM.
- Cantidad total: 720 podcats por la duración del contrato.
- 90 menciones al mes.
- Con una duración cada uno de 15 segundos.
- Emitidos en la franja musical (de 9 a.m a 6 p.m).

Nota: La Oficina de Comunicaciones envía los temas de las menciones.

Forma de evaluar: La cobertura de la emisora se verificará a través de un documento expedido por la emisora, donde enuncie la cobertura dada por Mintic. Además, se verificará en la página web del Mintic que la emisora se encuentre en el listado de emisoras comerciales y con dial FM.

El posicionamiento se verificará según el número de anunciantes y/o patrocinadores en el año 2023. Se solicita un promedio mínimo al año de 30 anunciantes y/o patrocinadores. Esto se garantizará por medio de una carta expedida por el medio en la que se mencione el nombre de la emisora y el nombre de los anunciantes del año 2024.

Frecuencia de emisión:

PLANIFICADOR DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS								
RADIO - ITEM 1								
720 MENCIONES RADIALES								
MEDIO DE COMUNICACIÓN	REFERENCIA DEL INFORMATIVO	PROGRAMA	MES	CANTIDAD DE INFORMATIVOS				TOTAL
				SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	1	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	2	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	3	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	4	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	5	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	6	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	7	22	22	22	24	90
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	8	22	22	22	24	90
TOTAL MENCIONES								720

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 2 de 11

Se emitirán 90 menciones por mes, garantizando la emisión de 720 menciones en total al finalizar el contrato.

ITEM 2: Emisión de cuñas publicitarias en radio con las siguientes características:

- Cobertura: Fusagasugá.
- Dial: F.M.
- Duración: 30 segundos.
- Emitido en la franja musical (de 9 a.m a 6 p.m).

Nota: La Oficina de Comunicaciones envía las cuñas radiales a emitir.

Forma de evaluar: La cobertura de la emisora se verificará a través de un documento expedido por la emisora, donde enuncie la cobertura dada por Mintic. Además, se verificará en la página web del Mintic que la emisora se encuentre en el listado de emisoras comerciales y con dial FM.

Frecuencia de emisión:

PROGRAMA	MES	CANTIDAD DE CUÑAS				TOTAL
		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	1	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	2	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	3	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	4	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	5	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	6	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	7	32	31	31	31	125
franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	8	32	31	31	31	125
TOTAL CUÑAS						1000

Se emitirán 125 cuñas por mes, garantizando la emisión de 1000 cuñas en total al finalizar el contrato.

ITEM 3: Publicación de banners publicitarios en un portal web de noticias con las siguientes características:

- Con posicionamiento regional en Cundinamarca.
- Con un tamaño que se encuentre entre los rangos de: (1000 a 2000 pixeles de ancho) y (800 a 1100 pixeles de alto).
- Publicado durante un mes cada uno de los banners.
- El cotizante deberá identificar un medio de comunicación que se ajuste a tener un mayor número de visitantes en Cundinamarca.
- Presencia fija.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 3 de 11

- Su ubicación dentro del site deberá ser un sitio que reporte el mayor número de vistas del portal web con las características mencionadas.

Nota: La Oficina de Comunicaciones envía los banners a publicar.

Forma de evaluar: El oferente deberá presentar una carta de compromiso en la que relacione el nombre del portal web en el cual se realizarán las publicaciones, dicho portal deberá tener un mínimo de 8.000 visitantes al mes. La Oficina asesora de comunicaciones de la Universidad de Cundinamarca utilizará la herramienta Semrush (<https://es.semrush.com/projects/>) para determinar si el portal web presentado por el oferente cumple con el mínimo de los 8.000 visitantes por mes durante los últimos 6 meses.

Frecuencia de publicación: Las fechas de publicación de cada uno de los Banners será acordada entre el contratista y la supervisión teniendo en cuenta las fechas de inscripciones de la oferta académica de la Universidad de Cundinamarca, garantizando la publicación de los 8 banners.

ITEM 4: Publicación de avisos a blanco y negro en un periódico con las siguientes características:

- Con posicionamiento en Fusagasugá.
- En página entera de acuerdo con el tamaño del periódico ya sea tamaño tabloide u oficio.

Nota: La Oficina de Comunicaciones enviará el diseño del aviso a imprimir.

Forma de evaluar: El oferente deberá adjuntar una certificación de la imprenta donde nos permita constatar que se imprimen como mínimo 7.500 ejemplares del periódico por edición. Según la información del DANE para el 2023, en el municipio de Fusagasugá hay un total de 90.852 habitantes entre los 18 y 59 años, Los cuales son un público objetivo al que le podría interesar consumir, leer y/o comprar un periódico impreso. En ese sentido evaluamos el posicionamiento teniendo en cuenta la distribución del periódico impreso en mínimo el 8% de este público objetivo.

Frecuencia de publicación: Las fechas de publicación de cada uno de los avisos será acordada entre el contratista y la supervisión teniendo en cuenta las fechas de inscripciones de la oferta académica de la Universidad de Cundinamarca, garantizando la publicación de los 4 avisos.

ITEM 5: Publicación de avisos en blanco y negro en un periódico con las siguientes características:

- Cobertura nacional.
- Tamaño: Cuarto de página (de acuerdo con el tamaño del periódico).

Nota: La Oficina de Comunicaciones enviará el diseño de los avisos.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 4 de 11

Forma de evaluar: El oferente deberá adjuntar una carta del periódico en la que se enuncie la distribución y/o venta del periódico en como mínimo el 50% de los departamentos del país o deberá presentar una certificación del periódico en el que enuncie una circulación de como mínimo 150.000 ejemplares por emisión del periódico.

Frecuencia de publicación: Las fechas de publicación de cada uno de los avisos será acordada entre el contratista y la supervisión teniendo en cuenta las fechas de inscripciones de la oferta académica de la Universidad de Cundinamarca, garantizando la publicación de los 4 avisos.

ITEM 6: Publicación de artículos patrocinados en portales web de noticias con las siguientes características:

- Con posicionamiento nacional.
- Cuyo portal web alcance un mínimo de 100.000 vistas por mes.
- Cada artículo patrocinado debe tener una extensión como mínimo de 7 párrafos.
- El artículo patrocinado debe quedar alojado en el portal web que se publica.

Nota1: La información y las fotografías las entrega la oficina asesora de comunicaciones.

Nota 2: Los artículos patrocinados deberán se Publicados en como mínimo 2 medios de comunicación diferentes.

Forma de evaluar: El oferente deberá presentar una carta de compromiso en la que relacione el nombre del portal web en el cual se realizarán las publicaciones. Dicho portal deberá tener un promedio mínimo al mes de 1.000.000 como tráfico orgánico.

La Oficina asesora de comunicaciones de la Universidad de Cundinamarca utilizará la herramienta Semrush (<https://es.semrush.com/projects/>) para determinar si el portal web presentado por el oferente cumple con el mínimo del tráfico solicitado.

Frecuencia de publicación: Las fechas de publicación de cada uno de los artículos será acordada entre el contratista y la supervisión teniendo en cuenta las fechas de inscripciones de la oferta académica de la Universidad de Cundinamarca, garantizando la publicación de los 4 artículos.

ITEM 7: Emisión de comerciales de televisión con las siguientes características:

- En un canal con cobertura regional.
- Duración de cada emisión: 20 segundos.
- Franja de emisión: familiar.

Nota: La Oficina de Comunicaciones enviará el material a emitir.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 5 de 11

Forma de evaluar: El oferente deberá presentar una carta en la que dé a conocer el nombre del canal de televisión en el que se van a pautar los comerciales. Dicho canal deberá estar publicado en la página web de Mintic en la categoría de la región Bogotá y sus alrededores (Cundinamarca).

Frecuencia de publicación:

PROGRAMA	MES	CANTIDAD DE COMERCIALES				TOTAL
		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
Franja familiar	1	2	2	2	2	8
Franja familiar	2	2	2	2	2	8
Franja familiar	3	2	2	2	2	8
Franja familiar	4	2	1	2	2	7
Franja familiar	5	2	1	2	2	7
Franja familiar	6	2	2	2	2	8
Franja familiar	7	2	1	2	2	7
Franja familiar	8	2	1	2	2	7
TOTAL COMERCIALES						60

Durante los meses 1, 2, 3 y 6 se emitirán 8 comerciales por mes, en los meses 4, 5, 7 y 8 se emitirán 7 comerciales por mes, garantizando la emisión de 60 comerciales en la ejecución del contrato.

ITEM 8: Publicación de avisos a blanco y negro en un periódico publicitario con las siguientes características:

- Publicado en la contraportada del periódico.
- Con posicionamiento y distribución en Cundinamarca.
- Tamaño: página entera de acuerdo con el tamaño del periódico.

Nota: La oficina asesora de comunicaciones enviara los avisos a publicar.

Forma de evaluar: El oferente deberá adjuntar una carta del periódico en la que se enuncie la distribución y/o venta del periódico en como mínimo el 25% de los municipios del departamento de Cundinamarca.

Frecuencia de publicación: Las fechas de publicación de cada uno de los avisos será acordada entre el contratista y la supervisión teniendo en cuenta las fechas de inscripciones de la oferta académica de la Universidad de Cundinamarca, garantizando la publicación de los 6 avisos.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 6 de 11

ITEM 9: Fee mensual de la agencia: El contratista deberá entregar un informe mensual con las siguientes características:

- Realización de un diagnóstico del impacto de las publicaciones y emisiones realizadas en los diversos medios de comunicación y redes sociales en las que se pauto.
- Mencionando la efectividad de las publicaciones para el posicionamiento de la marca Universidad de Cundinamarca.
- Debe contener información cualitativa y cuantitativa que le permita a la Entidad evaluar los resultados de su inversión publicitaria.
- Informar el alcance para los medios que puedan ser leídos.
- Incluyendo la asesoría y medición de métricas de la inversión publicitaria realizada.
- Adjuntando las certificaciones de las publicaciones de las pautas ATL.

Frecuencia de entrega: El contratista deberá entregar un informe mensual junto con los documentos de la cuenta, garantizando la entrega de 8 informes durante la ejecución del contrato.

ITEM 10: Servicio de publicación a necesidad de avisos con las siguientes características:

- a blanco y negro.
- En un periódico con cobertura nacional.
- Día de publicación, fines de semana (sábado y/o domingo).
- Publicado en la sección de edictos o judiciales o clasificados.
- Tamaño: Mínimo 3 columnas (El ancho se calcula según el ancho de la columna del periódico contratado) y como mínimo 14 centímetros de alto.

Nota 1: La oficina asesora de comunicaciones enviará el aviso a publicar.

Nota 2: El presupuesto para la publicación de los avisos será hasta agotar (\$ 5.000.000) Cinco millones de pesos MCTE.

Forma de evaluar: El oferente deberá adjuntar una carta del periódico en la que se enuncie la distribución y/o venta del periódico en como mínimo el 50% de los departamentos del país o deberá presentar una certificación del periódico en el que enuncie una circulación de como mínimo 150.000 ejemplares por emisión del periódico.

Frecuencia de publicación: La frecuencia de publicación de los avisos será a necesidad expresada por secretaria general cuando la Universidad de Cundinamarca debe dar a conocer al público en general un acontecer de impacto para la institución.

ITEM 11: Servicio de publicación a necesidad de edictos con las siguientes características:

- a blanco y negro.
- En un periódico con cobertura nacional.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 7 de 11

- Día de publicación, fines de semana (sábado y/o domingo).
- Publicado en la sección de edictos o judiciales o clasificados.
- Tamaño: Mínimo 2 columnas de ancho (El ancho se calcula según el ancho de la columna del periódico contratado) x 5 centímetros de alto.

Nota 1: La oficina asesora de comunicaciones enviará el aviso a publicar.

Nota 2: El presupuesto para la publicación de los avisos será hasta agotar (\$ 7.000.000) Siete millones de pesos MCTE.

Forma de evaluar: El oferente deberá adjuntar una carta del periódico en la que se enuncie la distribución y/o venta del periódico en como mínimo el 50% de los departamentos del país o deberá presentar una certificación del periódico en el que enuncie una circulación de como mínimo 150.000 ejemplares por emisión del periódico.

Frecuencia de publicación: La frecuencia de publicación de los avisos será a necesidad expresada por la dirección de talento humano cuando se deba dar cumplimiento al Artículo 212 del Código Sustantivo del Trabajo cuando fallezca un funcionario que se encuentre laborando activamente con la institución.

ITEM 12: Servicio de publicidad en un periódico con cobertura nacional a través de paquete publicitario que incluya:

- 1 publipreportaje Digital en el sitio web del periódico.
- 1 publipreportaje Impreso en el periódico
- 100 impresiones tradicionales SEGMENTADA a un público entre 18 a 28 años, habitantes de Cundinamarca, en la página web del periódico.
- Post galería en Instagram del periódico.
- 1 stories Instagram del periódico.
- 1 post Facebook del periódico.

Nota: La oficina asesora de comunicaciones enviará el material a publicar.

Forma de evaluar:

- Para la publicidad impresa el oferente deberá presentar una certificación del periódico en el que enuncie una circulación de como mínimo 150.000 ejemplares por emisión del periódico.
- Para la publicidad digital el oferente deberá presentar una carta de compromiso en la que relacione el nombre del portal web en el cual se realizarán las publicaciones. Dicho portal deberá tener un promedio mínimo al mes de 1.000.000 como tráfico orgánico. La Oficina asesora de comunicaciones de la Universidad de Cundinamarca utilizará la herramienta Semrush (<https://es.semrush.com/projects/>) para determinar si el portal web presentado por el oferente cumple con el mínimo del tráfico solicitado.
- La cuenta de Instagram del periódico deberá tener como mínimo 1.500.000 de seguidores.
- La cuenta de Facebook del periódico deberá tener como mínimo 3.000.000 de

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 8 de 11

seguidores.

Frecuencia de publicación: La publicación de la publicidad contenida en el paquete se acordará entre la supervisión y el contratista garantizando el mayor impacto posible referente a la conmemoración de los 55 años de vida institucional anclado a la oferta institucional de la Universidad de Cundinamarca.

ITEM 13: Servicio de publicidad a través de campaña de anuncios en las redes sociales (Facebook o Instagram) de medios de comunicación locales de Fusagasugá y/o Cundinamarca (puede ser emisora virtual o portal de noticias), dichas redes deben contar como mínimo con 5 mil seguidores.

Nota 1: Los anuncios deben ser publicados en las redes sociales en como mínimo 4 medios de comunicación distintos.

Nota2: La oficina asesora de comunicaciones enviará el material a publicar.

Forma de evaluar: El oferente deberá presentar una carta donde evidencie el nombre de las redes sociales de los medios y métrica del número de seguidores de cada una, las cuales deben tener como mínimo 5.000 seguidores cada una.

Frecuencia de publicación: La publicación de las campañas se acordará entre la supervisión y el contratista garantizando el mayor impacto posible y la publicación de los 40 anuncios.

ITEM 14, 15 Y 16:

14: Servicio de publicidad a través de la inversión en las redes sociales de Meta (Facebook Ads e Instagram Ads) con el objetivo de conseguir 3000 leads para promocionar 16 programas de pregrado, cursos de educación continuada y posicionamiento de marca.

Nota: La inversión debe ser realizada desde las cuentas administradas por la Universidad de Cundinamarca.

15: Servicio de publicidad a través de la inversión en la red social de Tik Tok con el objetivo de conseguir 3000 leads para promocionar 16 programas de pregrado, cursos de educación continuada y posicionamiento de marca.

Nota: La inversión debe ser realizada desde las cuentas administradas por la Universidad de Cundinamarca.

16: Servicio de publicidad a través de la campaña de anuncios en Google Ads con el objetivo de conseguir 1.500 leads para promocionar la oferta institucional.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 9 de 11

Nota: La inversión debe ser realizada desde las cuentas administradas por la Universidad de Cundinamarca.

Para la publicidad en redes sociales de los ítems 14, 15 y 16 tener en cuenta la siguiente información:

INFORMACIÓN PARA LA SEGMENTACIÓN Y CALCULAR EL COSTO POR LEAD

La Universidad de Cundinamarca es una Institución Estatal de Educación Superior del Orden Territorial, que tiene sus orígenes como proyecto educativo departamental en la Ordenanza número 045 del 19 de diciembre de 1969, por medio de la cual se creó el Instituto Técnico Universitario de Cundinamarca (ITUC), y fue reconocida como Universidad mediante Resolución No. 19530, de diciembre 30 de 1992 del Ministerio de Educación Nacional, y de conformidad con la Constitución Política, la Ley 30 de 1992 y los Derechos Reglamentarios, es un ente autónomo e independiente, con personería jurídica, autonomías académica, administrativa, financiera, presupuestal y de gobierno, con rentas y patrimonio propios, y vinculada al Ministerio de Educación Nacional, haciendo parte del Sistema Universitario Estatal, como institución de Educación Superior.

La Universidad de Cundinamarca consagra como objetivos los siguientes

1. Formar profesionales integrales, que requiere el departamento de Cundinamarca y el país, con capacidades académicas, científicas y humanas, formados en los aspectos fundamentales del conocimiento posmoderno y coherentes con el contexto socioeconómico nacional y global.
2. Promover el conocimiento y la reafirmación de los valores humanos, la cultura, la incorporación integral de los colombianos a los beneficios que de ella se deriven.
3. Contribuir al desarrollo de las tecnologías para la protección y el aprovechamiento de los recursos naturales, la preservación de la vida en el planeta, la sostenibilidad con la naturaleza y el medio ambiente.
4. Fomentar la formación profesional, en el marco de la cultura, la ciencia, tecnología e innovación, en el ámbito superior y al servicio de la comunidad a través de la interacción social orientada al desarrollo que requiere el departamento y el país.
5. Adelantar programas que respondan a los intereses de las poblaciones vulnerables a nivel urbano y rural del departamento de Cundinamarca.
6. Fomentar la formación integral sobre las bases científicas, éticas y humanísticas, para la ocupación el trabajo, y el libre desarrollo de la personalidad, para que se integren con eficiencia, y responsabilidad a las dimensiones axiológicas, profesionales, científicas. Asimismo, propender por una educación para la vida que favorezca los valores democráticos, la civilidad, y la libertad.
7. Evaluar de manera continua el quehacer institucional, tomando como referencia lo consagrado en el Proyecto Educativo Institucional y su Plan de Desarrollo.
8. Consolidar la presencia institucional en el contexto científico y académico nacional e internacional, a través de resultados producto de competencias y habilidades de la comunidad universitaria UCundinamarca.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 10 de 11

9. Propiciar la integración de la Universidad con los diferentes sectores sociales del orden local, departamental y nacional, para ser factor de desarrollo social, económico, y político.
10. Contribuir al desarrollo de los niveles educativos que le preceden, para facilitar su articulación y el logro de sus correspondientes fines.

Oferta de pregrado

<https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/pregradoelementomenu2024>

Segmentación demográfica

- **Ubicación:***
 - **Principal:** Cundinamarca (municipios y zonas rurales).
- **Edad:***
 - 16-18 años (estudiantes de último grado de bachillerato).
 - 19-29 años (jóvenes que ya se graduaron y buscan opciones de estudio y residen en Cundinamarca).
- **Estrato socioeconómico:***
 - 1, 2 y 3

Segmentación por intereses

- **Áreas de estudio:***
 - Contaduría Pública
 - Administración de Empresas
 - Ingeniería (Sistemas, mecatrónica, Ambiental.)
 - Zootecnia
 - Enfermería
 - Música
 - Licenciatura en Humanidades
- **Intereses específicos:***
 - Desarrollo profesional
 - Emprendimiento
 - Tecnología
 - Sector agropecuario
 - Salud
 - Arte y cultura
 - Estudiar presencial
- **Actividades extracurriculares:***
 - Participación en clubes o grupos relacionados con las áreas de estudio.
 - Interés en eventos y ferias universitarias.

Segmentación digital

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 11 de 11

- **Redes sociales que frecuentan**
 - Facebook e Instagram
 - YouTube
 - TikTok
- **Plataformas de búsqueda:***
 - Google Ads

Frecuencia de publicación: La inversión publicitaria se realizará durante los 8 meses de ejecución del contrato basadas en las estrategias de campañas que organicé la oficina asesora de comunicaciones de la Universidad de Cundinamarca y el contratista, garantizando la consecución total de los leads calificados solicitados.

Nota general: Es de aclarar que las frecuencias de publicación pueden ser modificadas previo acuerdo entre la supervisión y el contratista, teniendo en cuenta la viabilidad que tengan las frecuencias de publicación para la Universidad de Cundinamarca tal como dicta la nota técnica 3.

Cordialmente,



CAROLINA MELO RODRIGUEZ
Jefe de oficina asesora de comunicaciones

Proyectó: Enrique Alejandro Raches Nieto
Oficina asesora de comunicaciones

32.1-46.13.