

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 1 de 12

14.

Fusagasugá, 2026-04-08.

ANEXO TÉCNICO 01 (DEFINITIVO)

PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y FORMA DE EVALUAR LAS ESPECIFICACIONES TECNICAS

La Universidad de Cundinamarca, a través de la Oficina de Comunicaciones, se reserva el derecho de realizar una visita técnica de verificación a los oferentes con el fin de validar la capacidad técnica, operativa y administrativa declarada en la propuesta. Dicha diligencia se registrará bajo los siguientes parámetros:

Modalidad Presencial: Se llevará a cabo una visita física en las instalaciones del oferente cuando su sede principal o centro operativo se encuentre ubicado en la ciudad de Bogotá D.C. o en cualquier municipio del departamento de Cundinamarca.

Modalidad Virtual (Remota): Para oferentes domiciliados en otras ciudades o regiones del país, la inspección se realizará mediante una visita guiada a través de plataformas digitales, garantizando la interacción en tiempo real y el registro audiovisual de las capacidades solicitadas.

Alcance de la Verificación:

Durante la visita, el área técnica evaluadora realizará una inspección en la que revisará los siguientes aspectos:

1.Capacidad Técnica y Operativa: Disponibilidad de infraestructura y equipos necesarios para la ejecución de servicios de publicidad exterior y gestión de marketing digital, para lo cual se verificará:

Software de Gestión: Se verificará que el oferente cuente con alguna de las siguientes herramientas: Metricool, Hootsuite, Salesforce, Google Analithys, Business Manager de Meta, etc. con el fin de identificar el uso y manejo de las mismas para el desarrollo de los análisis e informes como lo solicita el ítem N.8.

Seguridad de la Información: Se verificará que cuenten con servidores seguros o protocolos de respaldo de datos (backups) para los activos digitales de la institución, tales como las bases de datos o leads captados en las campañas de publicidad.

Archivo: Se solicitará ver cómo organizan las carpetas de un cliente.

Estaciones de trabajo: Se verificará si cuenta con equipos modernos y licencias al día.

2.Idoneidad del Talento Humano: Verificación de la vinculación del personal profesional y técnico experto en las áreas objeto del contrato, para lo cual se realizará:

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 12

Verificación de Nómina: Se solicitará (bajo reserva de protección de datos) las planillas de seguridad social del último mes para confirmar que el personal vinculados legalmente a la agencia.

Entrevista "In Situ": Se hablará brevemente con el estratega o coordinador de marketing digital y el planner y/o publicista con el fin de identificar si dominan el tema objeto del contrato.

3.Capacidad Administrativa: Demostración de los procesos internos para la generación de reportes técnicos, analítica de datos y seguimiento detallado a la ejecución de la inversión publicitaria, para lo cual se verificará:

Protocolo de Reportes: Se solicitará un dashboard real (anonimizando datos de otros clientes) de cómo presentan los resultados de una campaña.

Trazabilidad de la Inversión: Se solicitará la explicación del proceso administrativo desde que se ordena una pauta publicitaria hasta que se paga al medio de comunicación.

Gestión de Crisis: Se solicitará el manual de procesos internos para el manejo de crisis digitales o procedimiento para identificar cómo solucionar una contingencia.

Nota: El resultado de esta visita evaluara al oferente como Habilitando y/o Inhabilitado. La imposibilidad de demostrar las capacidades técnicas descritas en la oferta o la no realización de la visita por causas atribuidas al oferente será causal de rechazo de la propuesta.

La visita se realizará una vez recibidos los documentos por parte del oferente, y esta será indispensable para la evaluación técnica habilitante.

A continuación, se da 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 2026, así como también los criterios de evaluación de las siguientes especificaciones técnicas:

ITEM 1: 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

	MACROPROCESO DE APOYO		CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL		VERSIÓN: 11
	CARTA		VIGENCIA: 2024-09-02
			PAGINA: 3 de 12

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

- Cobertura: Fusagasugá.
- Dial: A.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 AM.

Frecuencia de emisión:

PLANIFICADOR DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS								
RADIO - ITEM 2								
600 CUÑAS 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	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	2	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	3	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	4	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	5	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	6	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	7	18	19	19	19	75
RADIO	1	franja musical (de 9 a.m a 6 p.m)	8	18	19	19	19	75
TOTAL MENCIONES								600

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: 4 de 12

Se emitirán 75 cuñas por mes, garantizando la emisión de 600 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.
- 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 6 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

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 5 de 12

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 3 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.

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 2 avisos.

ITEM 6: 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.

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:

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 6 de 12

PLANIFICADOR DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS							
COMERCIALES TV - ITEM 6							
PUBLICACION DE 33 COMERCIALES							
MEDIO DE COMUNICACIÓN	PROGRAMA	MES	CANTIDAD DE COMERCIALES				TOTAL
			SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
TV	Franja familiar	1	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	2	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	3	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	4	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	5	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	6	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	7	1	1	1	1	4
TV	Franja familiar	8	1	1	2	1	5
TOTAL COMERCIALES							33

Se realizará la emisión de 4 comerciales por mes hasta el mes 7 y 5 en el mes 8, garantizando la emisión de 33 comerciales en la ejecución del contrato.

ITEM 7: 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 5 avisos.

ITEM 8: 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.

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 12

- 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 9: 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 (\$ 5.225.000) 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 10: Servicio de publicación a necesidad de edictos 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 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 (\$ 7.315.000) 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

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

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr001
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 11
	CARTA	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 8 de 12

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 11, 12 Y 13:

11: Servicio de publicidad a través de la inversión en las redes sociales de Meta (Facebook Ads e Instagram Ads) con el objetivo de conseguir 7000 leads para promocionar los 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.

12: Servicio de publicidad a través de la inversión en la red social de Tik Tok con el objetivo de conseguir 7000 leads para promocionar los 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.

13: Servicio de publicidad a través de campañas de anuncios en Google Ads con el objetivo de conseguir 5.000 impresiones para promocionar la oferta institucional.

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

Para la publicidad en redes sociales de los ítems 13, 14 y 15 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.

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: 9 de 12

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.
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/pregrado>

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

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 12

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

- **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.

ITEM 14: Transmisión de la rendición de cuentas de la Universidad de Cundinamarca en un canal público regional con como mínimo 20 años de experiencia y cobertura en el centro, sur y oriente del país, la duración del evento está entre las 2 y 3 horas.

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 12

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 va a realizar la transmisión. Dicho canal deberá estar publicado en la página web de Mintic en la categoría de la región Bogotá y sus alrededores (Cundinamarca).

Emisión: La fecha de la transmisión se establecerá una vez inicie el contrato y será informada por la supervisión.

ITEM 15: Contratación de un influencer con duración de un mes, para promover las inscripciones de pregrado, con habilidad para contar historias, debe contar con más de 100.000 seguidores, con conducta intachable, que sus contenidos estén dirigidos a un segmento entre 15 y 25 años hablando de temas culturales, científicos, educativos.

Nota: La OAC producirá el video, el influencer debe poner su imagen y el guion de los videos.

Forma de evaluar: El oferente deberá presentar una carta donde se de a conocer el nombre del influencer y sus cuentas en redes sociales, este deberá contar con como mínimo 100.000 seguidores en Facebook, Instagram o Tiktok, la Universidad de Cundinamarca verificará que el contenido publicado por el influencer esté dirigido a un segmento entre 15 y 25 años hablando de temas culturales, científicos, educativos, sin contenidos ofensivos u obscenos.

ITEM 16: Servicio de publicidad exterior por valor de \$ 74.572.205 (setenta y cuatro millones quinientos setenta y dos mil doscientos cinco pesos) incluido el IVA, en relación al anexo técnico. (ver anexo técnico 02).

Forma de evaluar: El Oferente deberá presentar junto con la propuesta una carta de compromiso que exprese que para la ejecución del contrato cuenta con los permisos para implementación de la publicidad exterior, así mismo deberá expresar que los lugares donde se implemente dicha publicidad cumplen con la Ley 140 de 1994.

Cordialmente,



CAROLINA MELO RODRIGUEZ

Jefe de oficina asesora de comunicaciones

Proyectó: Enrique Alejandro Raches Nieto
Oficina asesora de comunicaciones

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: 12 de 12

32.1-46.13.