

INFORME DE EJECUCIÓN

AVANCE MES 3

Actividad 19: Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar.

PROYECTO: Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de RISARALDA



Ciencias



Más para Todos





DATOS DE LA ACTIVIDAD

Tipo de informe: Parcial <input type="checkbox"/> Final <input checked="" type="checkbox"/>	Informe No. <input type="text" value="3"/>
Nombre proyecto	Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de RISARALDA
Entidad ejecutora	Centro de emprendimiento Quinoa SAS - CIDT
Producto	Talento TI incubado en Semilleros para la industria TI 4.0
Actividad	Actividad 19: Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar.
Período abarcado por el informe	26/10/2023 al 25/11/2023



CONTENIDO

- 1. INTRODUCCIÓN 8
 - 1.1 Resumen de avance acumulado en periodo anterior 8
 - 1.2 Resumen de avance en periodo actual 8
- 2. MARCO CONCEPTUAL 9
- 3. METODOLOGÍA 10
- 4. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD 19: DISEÑAR Y EJECUTAR UNA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN / PUBLICITARIA QUE PERMITA REALIZAR UNA EFICIENTE CONVOCATORIA DEL TALENTO HUMANO A FORMAR. 12
 - 4.1 Diseño y ejecución de la estrategia de promoción para la selección del talento. 12
 - 4.1.1 Informe que consolida el diseño de la estrategia de promoción, así como las evidencias de ejecución de este. 12
 - 4.1.1.1 Elaboración de la estrategia de promoción y el plan de gestión de medios de comunicación. 12
 - 4.1.1.1.1 Estrategia de promoción y plan de gestión de medios de comunicación convocatoria de formación técnica..... 13
 - 4.1.1.1.2 Estrategia de promoción y plan de gestión de medios de comunicación convocatoria de formación gerencial empresas TI 4.0 15
 - 4.1.1.2 Diseño de piezas publicitarias para la selección del talento 16
 - 4.1.2 Ejecutar la estrategia de promoción para la selección del talento..... 19
 - 4.1.2.1 Programa de publicación plan de medios 19
 - 4.1.2.1.1 Cronograma plan de formación técnica convocatoria Nª1: 19
 - 4.1.2.1.2 Cronograma plan de formación gerencial: 20
 - 4.1.2.2 Puesta en marcha del plan de medios: 21
 - 4.1.2.2.1 Puesta en marcha plan de medios formación técnica- Convocatoria Nª1: 21
 - 4.1.2.2.2 Resultados plan de medios formación técnica: 27
 - 4.1.2.2.3 Cronograma plan de medios formación técnica Convocatoria Nª3 28
 - 4.1.2.2.4 Puesta en marcha plan de medios formación gerencial- Convocatoria Nª2: 29
 - 4.1.2.2.5 Puesta en marcha plan de medios formación técnica- Convocatoria Nª3: 33
 - 4.1.3 Establecer un canal contacto con el público objetivo para la resolución de dudas (correo electrónico) 50
 - 4.1.4 Realizar seguimiento al resultado de la promoción 50
 - 4.1.5 Verificación de inclusión de requisitos habilitantes en pieza publicitarias 50
 - 4.1.6 Verificar el contenido de las piezas, incluyendo textos, imágenes, videos y cualquier otro elemento asegurando que no haya afirmaciones falsas o engañosas 50
 - 4.1.7 Establecer grupos objetivo / grupos de interés sin perjuicio que el aliado deberá garantizar la selección de los 150 beneficiarios..... 52
 - 4.1.7.1 Verificar la inclusión de requisitos habilitantes 52



4.1.8 Acompañar al aliado en el abordaje de los canales previamente seleccionados por este y priorizados en el plan de gestión, para fortalecimiento de la participación en la actividad 52

4.1.8.1 Identificar, seleccionar los canales para la difusión de la UTP 52

4.1.8.2 Apoyar la gestión para que se utilicen los canales de la UTP..... 53

5. CONCLUSIONES 54

6. EQUIPO DE TRABAJO..... 55

7. BIBLIOGRAFIA 56

8. RELACIÓN DE ANEXOS 57



Índice De Tablas

Tabla 1. Detalle tareas actividad	10
Tabla 2: Suscriptores Medios UTP	14
Tabla 3: Seguidores CIDT - Quinoa	14
Tabla 4: Seguidores entidades culturales y educativas.....	15
Tabla 5: Cronograma plan de medios formación técnica	19
Tabla 6:Cronograma plan de medios formación gerencial	20
Tabla 7: Cronograma plan de medios Convocatoria N°3	28
Tabla 8: Contratación pautas Convocatoria N°3.....	38
Tabla 9: Equipo de trabajo.....	55



Índice De Figuras

Figura 1:Imagen de referencia Convocatoria proceso de formación técnico 17

Figura 2:Imagen de referencia Convocatoria proceso de formación gerencial. 18

Figura 3:Presentación Convocatoria Semillero UTP - 5 de octubre de 2023 22

Figura 4:Reunión ParqueSoft Risaralda 7 de octubre de 2023 22

Figura 5: Publicación CIDT 23

Figura 6:Publicación Quinoa 23

Figura 7:Reunión U.Andina 24

Figura 8:Reunión CIAF 24

Figura 9:Reunión U.Libre 24

Figura 10: Ejemplo convocatoria compartida 26

Figura 11:Nota de prensa Campus Informa 26

Figura 12:Pauta Confesiones UTP 27

Figura 13:Alcance Pauta Confesiones UTP 27

Figura 14:Convocatoria publicada en el sitio web del CIDT 29

Figura 15:Convocatoria ParqueSoft Risaralda WhatsApp 30

Figura 16:Convocatoria Novitas grupo WhatsApp 30

Figura 17:Imagen nota de prensa convocatoria Campus Informa 31

Figura 18:Entrevista Telecafé - 20 de octubre de 2023 31

Figura 19:Entrevista Ecos 1360 - 18 de octubre de 2023 32

Figura 20:Presentación junta directiva Novitas 32

Figura 21:Presentación convocatoria Novitas 33

Figura 22:Entrevista Telecafé Habilidades Técnicas 33

Figura 23:Diseño imagen de convocatoria N°3 Feed 34

Figura 24:Diseño imagen de convocatoria N°3 Historia 34

Figura 25:Diseño Mailing Convocatoria N°3 35

Figura 26:Mailing enviado al CIDT 36

Figura 27:Presentación Convocatoria N°3 Empresarios Novitas 37

Figura 28:Presentación Convocatoria N°3 Empresarios Novitas 37

Figura 29:Convocatoria WhatsApp 38

Figura 30:Convocatoria WhatsApp 38

Figura 31:Convocatoria WhatsApp 38

Figura 32:Convocatoria WhatsApp 39

Figura 33:Convocatoria WhatsApp 39

Figura 34:Convocatoria WhatsApp 39

Figura 35: Publicación Facebook Quinoa 40

Figura 36:Publicación Historia Quinoa 40

Figura 37:Publicación Feed Quinoa 40

Figura 38:Publicación Feed CIDT 41

Figura 39:Publicación Historia CIDT 41

Figura 40:Publicación Feed Confesiones UTP 42

Figura 41:Historia Confesiones UTP y Alcance 42

Figura 42:Publicación Aseutp 43

Figura 43:Publicación Plan C 43

Figura 44:Publicación Unidosutp 43

Figura 45:Consulta por la convocatoria WhatsApp 44

Figura 46:Reunión Convocatoria UCP 45

Figura 47: Envío Convocatoria UCP-WhatsApp 45

Figura 48:Entrevista Q´hubo 45

Figura 49:Interacciones Reel 46

Figura 50:Visualización reel 46

Figura 51: Alcance pauta reel 46

Figura 52: Estadística reel 46



Figura 53:Diseño Afiche Convocatoria Nª3 47
Figura 54:Afiche Convocatoria Nª3..... 48
Figura 55:Afiche Convocatoria Nª3..... 48
Figura 56:Afiche Convocatoria Nª3..... 48
Figura 57:Presentación convocatoria 1 49
Figura 58:Presentación convocatoria 2 49
Figura 59:Presentación convocatoria 3 49



1. INTRODUCCIÓN

El presente documento consolida los resultados en el desarrollo de la Actividad 19: Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar, la cual hace parte del objetivo específico número 3 “Incrementar la cualificación del talento humano de la industria TI 4.0 de Risaralda”.

La presente actividad tiene como propósito generar un informe que dé cuenta de las acciones que se buscan realizar para promocionar y convocar al talento humano especializado de las empresas regionales orientadas a fortalecer el sector TI 4.0 y a los jóvenes con potencial para trabajar en la industria, a través de una serie de actividades que conduzcan a la inscripción de la población de interés a los procesos de formación técnicos y gerenciales.

1.1 Resumen de avance acumulado en periodo anterior

La actividad anterior cuenta con un porcentaje de avance del 84%. La cual se vio reflejada en las siguientes acciones:

- Informe que consolida el diseño de la estrategia de promoción de las actividades para la selección del talento humano a formar.
- Verificación de inclusión de requisitos habilitantes en piezas publicitarias
- Establecer grupos objetivos / grupos de interés sin perjuicio que el aliado deberá garantizar la selección de los 150 beneficiarios
- Acompañar al aliado en el abordaje de los canales previamente seleccionados por este y priorizados en el plan de gestión, para fortalecimiento de la participación en la actividad

1.2 Resumen de avance en periodo actual

Para el Informe III de la actividad 19: Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar. La actividad cuenta con un avance del 16% para el presente período (para un total del 100%). El cual se ve reflejado en la realización de las siguientes acciones:

- Informe que consolida la ejecución de la estrategia de promoción para la selección del talento humano. En este informe, se detalla el despliegue de la estrategia de difusión y publicidad de las convocatorias realizadas para la selección de beneficiarios de los procesos de formación específicamente la denominada: convocatoria No3 (Proceso de formación de habilidades técnicas).



2. MARCO CONCEPTUAL

Para desarrollar una adecuada estrategia de comunicaciones; Javier Espitia (2005) en su libro Guía de Comunicación para la Gestión y el Desarrollo Social, demuestra que la estrategia es el conjunto de actividades, procesos y recursos, que se aplican en función de alcanzar unos objetivos y metas propuestas, desde el punto de vista de la comunicación.

A su vez, Enrique Arellano (2008), en su publicación La estrategia de comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones, definió la estrategia como un principio de interacción entre las organizaciones y una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo con el sello personal de la organización, respetando principalmente la ejecución de todos sus procesos internos, laborales y humanos de la misma.

Es así, como se establecen las rutas, canales y medios para gestionar las comunicaciones. Uno de los mecanismos más utilizados son los planes de medios o comunicación, que pueden ser definidos como un documento estratégico que presenta a detalle como una entidad o persona, planea hacer uso de diferentes canales de comunicación y publicidad para alcanzar algún objetivo de promoción. Este plan proporciona una guía clara sobre cómo se distribuirá y gestionará el contenido, los medios que se utilizarán, el tiempo y el presupuesto, haciendo un uso efectivo sobre los recursos disponibles.



3. METODOLOGÍA

Para el Diseño y ejecución de una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar, se realizan las siguientes acciones:

1. Elaboración de la estrategia de promoción y el plan de gestión de medios de comunicación.
2. Diseño de piezas publicitarias para la selección del talento.

Estas actividades serán desarrolladas en el informe de acuerdo con la información recopilada, y teniendo en cuenta los lineamientos del Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico - CIDT.

A continuación, se presenta la tabla 1: Detalle tareas actividad, en donde se evidencia el detalle de las actividades y subactividades planteadas para la realización de la actividad No. 19; el porcentaje de avance reportado obedece exclusivamente a la ejecución técnica requerida para dar cumplimiento a producto esperado en la presente actividad durante el mes de septiembre:

Tabla 1. Detalle tareas actividad

EDT	Nombre de la actividad	Fecha planeada de inicio	Fecha planeada de fin	Porcentaje completado
3.1.3	Actividad 19: Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar.	11/09/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.1	Informe que consolida el diseño de la estrategia de promoción, así como las evidencias de ejecución de este.	12/09/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.1.1	Elaboración de la estrategia de promoción y el plan de gestión de medios de comunicación	12/09/2023	27/09/2023	100%
3.1.3.1.2	Diseño de piezas publicitarias para la selección del talento	12/09/2023	27/09/2023	100%
3.1.3.2	Ejecutar la estrategia de promoción para la selección del talento.	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.2.1	<i>Programar las Publicación de piezas</i>	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.2.2	<i>Establecer un canal contacto con el público objetivo para la resolución de dudas (correo electrónico).</i>	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.2.3	<i>Realizar seguimiento al resultado de la promoción</i>	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.3	Verificación de inclusión de requisitos habilitantes en piezas publicitarias	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.3.1	<i>Revisión de contenido: Analizar el contenido de las publicaciones,</i>	27/9/2023	15/10/2023	100%



EDT	Nombre de la actividad	Fecha planeada de inicio	Fecha planeada de fin	Porcentaje completado
	<i>incluyendo textos, imágenes, videos y cualquier otro elemento, asegurando que no haya afirmaciones falsas o engañosas.</i>			
3.1.3.4	Establecer grupos objetivo / grupos de interés sin perjuicio que el aliado deberá garantizar la selección de los 150 beneficiarios	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.4.1	Verificar la inclusión de requisitos habilitantes	13/9/2023	18/9/2023	100%
3.1.3.5	Acompañar al aliado en el abordaje de los canales previamente seleccionados por este y priorizados en el plan de gestión, para fortalecimiento de la participación en la actividad.	27/9/2023	15/10/2023	100%
3.1.3.5.1	Identificar, seleccionar los canales para la difusión de la UTP	15/9/2023	18/9/2023	100%
3.1.3.5.2	Apoyar la gestión para que se utilicen los canales de la UTP	18/9/2023	30/9/2023	100%

Fuente: Elaboración propia



4. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD 19: DISEÑAR Y EJECUTAR UNA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN / PUBLICITARIA QUE PERMITA REALIZAR UNA EFICIENTE CONVOCATORIA DEL TALENTO HUMANO A FORMAR.

4.1 Diseño y ejecución de la estrategia de promoción para la selección del talento.

La estrategia para la promoción y publicidad diseñada para la actividad y que derive en la selección de talento humano para el proceso de formación técnica y gerencial, se basa en establecer acciones informativas orientadas a las diferentes poblaciones que serán impactadas en el proyecto.

La estrategia contendrá los siguientes componentes:

- **Objetivo:** Se busca definir un objetivo específico para la implementación de la estrategia de medios.
- **Audiencia objetivo:** Describe a quién se dirige la estrategia de medios. Esto incluye información demográfica, ubicación geográfica y otros datos relevantes sobre el público objetivo.
- **Acciones:** Se presentan las actividades generales que se llevarán a cabo para la efectiva promoción de la actividad.
- **Selección de medios:** Se identificarán los canales y medios específicos que se utilizarán para llegar a la audiencia objetivo.
- **Cronograma:** Detalla el calendario de ejecución de las actividades de medios, incluyendo fechas de inicio y finalización de las campañas publicitarias y convocatorias presenciales.

En la presente sección se exponen los resultados de la actividad 19: “Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción / publicitaria que permita realizar una eficiente convocatoria del talento humano a formar”.

4.1.1 Informe que consolida el diseño de la estrategia de promoción, así como las evidencias de ejecución de este.

A continuación, se presenta como se desarrolló el diseño de la estrategia de promoción:

4.1.1.1 Elaboración de la estrategia de promoción y el plan de gestión de medios de comunicación.

En el marco de la ejecución del proyecto denominado “Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda”, se define la realización de una estrategia de promoción para la selección del talento direccionado, que apunte a nuevas formas publicitarias. Para ello, se construirá a través de entrevistas en medios, redes sociales y reuniones con aliados estratégicos, el puente de comunicación para la captación de público, creando una fusión de medios tradicionales y digitales para la consecución de los resultados. Gracias a un sistema rotativo se logrará una visibilidad constante para la convocatoria.



A continuación, se describe la estrategia y plan de medios y comunicaciones definido para la promoción de la convocatoria del talento humano a formar, el cual se encuentra dividido según la población a atender:

4.1.1.1.1 Estrategia de promoción y plan de gestión de medios de comunicación convocatoria de formación técnica

- Objetivo: Incentivar a jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y 24 años a inscribirse en el programa de formación técnica para desarrollar habilidades técnicas y acceder a oportunidades laborales en la industria TI 4.0.
- *Tiempo de ejecución Plan de Medios:* El tiempo de ejecución del plan de medios se define a partir de los tiempos establecidos dentro de los términos de referencia de la convocatoria. Por lo tanto, para este caso serán 5 días hábiles.
- *Audiencia objetivo:* Las características de la audiencia parten de las definidas en los Términos de referencia aprobados en la convocatoria y cuenta con las siguientes características:
 - Jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 24 años.
 - Que viven en estratos 1, 2 y 3.
 - Bachilleres
 - Colombianos.
 - Con residencia en Risaralda.
 - Con disponibilidad de tiempo para participar de procesos de formación.
 - En busca de cualificación para obtener mayores oportunidades laborales.
 - Interesados en formación técnica orientada en: habilidades del siglo XXI, metodologías ágiles, experiencias de usuario, Frontend, backend y cultura organizacional en empresas.

Se puede definir según las características que esta población se reconoce como la Generación Z, una audiencia que creció en un mundo completamente digital. Los dispositivos móviles, las redes sociales, y la información en línea son elementos centrales en su vida cotidiana.

La Generación Z es conocida por su capacidad multitarea, y su habilidad para absorber información rápidamente en entornos virtuales. Son seres humanos con una gran capacidad para consumir información de manera gráfica, es así, como su comunicación se ha vuelto más visual y basada en imágenes con el auge de aplicaciones como Instagram y Facebook, así como el uso de cadenas de WhatsApp y el consumo de perfiles sociales.

Para la implementación del plan se busca impactar a la población de la UTP, única universidad de la región que cuenta con el perfil de universidad pública y que según sus datos de matrícula para el año 2023 registra una alta población de jóvenes con las características requeridas dentro de la convocatoria.

Según la información dispuesta en la base de datos de Admisiones, Registro y Control Académico de La Universidad Tecnológica de Pereira, se definen los siguientes valores:

- Total de la población de estratos 0,1,2 y 3: 14.428
- Total de la población con edades comprendidas entre los 18 y 24 años: 11.577 estudiantes
- Total de la población que cursó carreras tecnológicas, de ingeniería y ciencias de la educación: 6.081
- Total de la población con condición de vulnerabilidad: 1.066



Así mismo, se realizará la presentación de la convocatoria, y solicitud de difusión a Universidades aliadas de la región que cuentan con estudiantes de estratos socioeconómicos 0,1, 2 y 3 y con facultades técnicas o tecnológicas, poblaciones que se pueden ver interesadas en ampliar su conocimiento técnico con tecnologías de vanguardia, donde se espera impactar a por lo menos 500 estudiantes de carreras afines a la convocatoria.

- Definición de medios:

Para la implementación de la estrategia y teniendo como un público objetivo la población estudiantil de la UTP, se optó por el uso de medios de comunicación institucionales como la emisora universitaria estéreo y Campus informa. Así mismo, se realizará una pauta paga con el perfil de Instagram “confesiones UTP” el cual tiene un auge importante en la población estudiantil, no solo de la UTP si no de población en general.

A continuación, se describe la cantidad de suscriptores:

Tabla 2: Suscriptores Medios UTP

Universitaria estéreo: Programa el Campus informa – Radio Programa el Péndulo	Alrededor de 31.000 oyentes y según el ECAR (Estudio continuo de audiencia radial) es la 6 emisora más escuchada en Risaralda
Campus informa – Noticias	Toda la comunidad Universitaria
Confesiones UTP	57.000 seguidores

Fuente: Elaboración propia

- Se contará también con el apoyo en la difusión en los perfiles de redes sociales del CIDT y Quinoa:

Tabla 3: Seguidores CIDT - Quinoa

RED SOCIAL	INSTAGRAM	FACEBOOK
CIDT	1,131 seguidores	1,707 seguidores
@Quinoalabs	2,742 seguidores	580 seguidores
ParqueSoft Risaralda	935 seguidores	1,900 seguidores

Fuente: Elaboración propia

- Base de datos del CIDT:

La base de datos dispuesta por el CIDT de personas que han participado en procesos de formación y actividades de ciencia y tecnología supera los 3.700 contactos. La convocatoria será difundida por este medio.

- Se solicitará apoyo con la difusión a organizaciones y entidades de soporte a la industria cultural y de educación de la ciudad, las cuales cuentan con los siguientes seguidores:

Tabla 4: Seguidores entidades culturales y educativas

RED SOCIAL	INSTAGRAM	FACEBOOK
Aneiap	1,663 seguidores	678 seguidores
Egresados UTP – ASEUTP	2,137 seguidores	7.000 seguidores
Corporación Déjalo SER.	406 seguidores	675 seguidores
Ciudad Latente y Plan C.	6,930 seguidores	14.000 seguidores
La Astilla en el Ojo.	6,039 seguidores	5,400 seguidores
Corporación Cleis	2,336 seguidores	8,400 seguidores
El comienzo del Arcoiris	1,894 seguidores	2,400 seguidores

Fuente: Elaboración propia

- Acciones:
 - Realización de una reunión con por lo menos un semillero de la UTP.
 - Realización de reuniones con por lo menos 3 universidades o institutos de formación técnica y/o tecnológica, para incentivar la promoción de la convocatoria entre estudiantes que cumplan con el perfil de sus estudiantes en el proceso de formación.
 - Promoción radial de la convocatoria a través de un medio institucional - Universitaria estéreo (Programa péndulo).
 - Promoción radial de la convocatoria a través de un medio institucional – Campus Informa.
 - Publicación de la pieza publicitaria a través de las redes sociales del CIDT y QuinoaLabs.
 - 1 nota de prensa publicada en Campus Informa – UTP.
 - Envío de la convocatoria a través de mailings y bases de datos de líderes de entidades de trabajo con población joven.
 - Voz a voz: Se compartirá la imagen de difusión a personas, entidades aliadas e instituciones solicitando apoyo en la difusión. Se espera que con esta estrategia diversas personas compartan la convocatoria.

- Medición de la estrategia:

Para evaluar el desempeño del plan de medios, se tendrá como indicador el siguiente:

- % de cumplimiento del plan de medios – Medida de cumplimiento de la implementación del plan de medios sobre 100% del plan de medios.

4.1.1.1.2 Estrategia de promoción y plan de gestión de medios de comunicación convocatoria de formación gerencial empresas TI 4.0

- Objetivo: Apoyo en la difusión de la convocatoria para la selección de 50 empresas del sector TI 4.0 que pueden ser beneficiarias del programa de formación gerencial y que busquen desarrollar sus habilidades o las de su equipo directivo y/o administrativo.



- Audiencia objetivo: La audiencia objetivo cuenta con las siguientes características:
 - Emprendedores y/o empresarios de la Industria TI 4.0.
 - Colombianos.
 - Con residencia en Risaralda.
 - Pertenecientes a sectores de tecnología.

- Acciones:
 - Realizar una invitación a través de un Mailing para enviar a la base de datos de empresas vinculadas al clúster Novitas.
 - Envío de la convocatoria a entidades aliadas como las Cámaras de Comercio de Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal.
 - Envío de la convocatoria a través de
 - Envío de la convocatoria a través del grupo de emprendedores de ParqueSoft Risaralda.
 - Solicitud difusión de la convocatoria a través del grupo de emprendedores de Novitas
 - Envío de la convocatoria a por lo menos 1 coworking.
 - Entrevista en medio audiovisual
 - Entrevista en medio radial – Emisora de la ciudad
 - Entrevista en medio radial institucional – Campus Informa

4.1.1.2 Diseño de piezas publicitarias para la selección del talento

A continuación, se presentan las piezas publicitarias diseñadas para la estrategia de promoción y posterior selección de talento, estas se encuentran en versión expectativa hasta que se aprueben las fechas de convocatoria e información de inscripción. Cada una cuenta con la información concerniente a las actividades, los logos institucionales requeridos e imágenes de uso libre, para el diseño de estas piezas se llevó a cabo una reunión con el equipo de trabajo del CIDT. Donde además se definió la línea discursiva, y los puntos que se incluirían:



Ciencias



UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

¿Deseas expandir tus oportunidades laborales y acceder a la industria TI 4.0?

¡Esta es tu oportunidad!

350 HORAS DE FORMACIÓN TÉCNICA EN:

1. Habilidades del Siglo XXI
2. Metodologías ágiles.
3. Experiencia de Usuario

Pronto más información

Proyecto BPIN 2022000100116 denominado "Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda"



Ciencias



Más para Todos



Figura 1: Imagen de referencia Convocatoria proceso de formación técnico



Ciencias



¿Tú o tu equipo requieren fortalecer sus habilidades gerenciales en la industria TI 4.0?

UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

¡Esta es tu oportunidad!

30 HORAS DE FORMACIÓN EN:

1. Habilidades Gerenciales para empresas o emprendimientos de la industria TI 4.0

Pronto más información

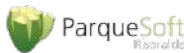
Proyecto BPIN 2022000100116 denominado "Fortalecimiento del sector TI e Industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda"



Ciencias



Figura 2: Imagen de referencia Convocatoria proceso de formación gerencial.





4.1.2 Ejecutar la estrategia de promoción para la selección del talento

4.1.2.1 Programa de publicación plan de medios

Los cronogramas de intervención para la realización de las actividades de formación para el talento humano técnico y gerencial son los siguientes:

4.1.2.1.1 Cronograma plan de formación técnica convocatoria N°1:

El cronograma de intervención para la realización de la actividad es el siguiente:

Tabla 5: Cronograma plan de medios formación técnica

Tarea	Medio	Fecha inicio	Fecha final
Realización de una reunión con por lo menos un semillero de la UTP.	Semillero UTP	05/10/2023	05/10/2023
Realización de una reunión con por lo menos una entidad enfocada que realice procesos de formación enfocados en la industria TI.	ParqueSoft Risaralda	07/10/2023	07/10/2023
Publicación de la convocatoria en las redes de CIDT y Quinoalabs.	Redes CIDT Redes Quinoa	9/10/2023	11/10/2023
Realización de reuniones con por lo menos 3 universidades o institutos de formación técnica y/o tecnológica, para incentivar la participación de sus estudiantes en el proceso de formación.	Universidad Libre Universidad Andina CIAF	10/10/2023	11/10/2023
Realización de una entrevista en un programa radial.	Universitaria estéreo – Programa Péndulo	10/10/2023	10/10/2023
Difusión de Mailing en la base de datos del CIDT	CIDT	10/10/2023	11/10/2023
Solicitud de apoyo para la estrategia de voz a voz a través del envío de Mailings y publicidad para solicitar el apoyo en la difusión a organizaciones de carácter público y fundaciones o corporaciones enfocadas en trabajo con la población objetivo.	Gobernación de Risaralda. Aneiap. Egresados UTP. Corporación Déjalo SER. Ciudad Latente y Plan C. La Astilla en el Ojo. Corporación Cleis El comienzo del arcoiris	10/10/2023	11/10/2023
Diseño de una nota de prensa publicada en la página de la UTP – Campus Informa	Campus Informa	11/10/2023	11/10/2023
Pauta en la red social de un grupo universitario.	Confesiones UTP CIDT	10/10/2023	11/10/2023

Fuente: Elaboración propia



4.1.2.1.2 Cronograma plan de formación gerencial:

El cronograma de intervención para la realización de la actividad es el siguiente

Tabla 6: Cronograma plan de medios formación gerencial

Tarea	Medio	Fecha inicio	Fecha final
Realizar una invitación a través de un Mailing para enviar a la base de datos de empresas vinculadas al clúster Novitas.	Quinoa	11/10/2023	11/10/2023
Envío de la convocatoria a través del grupo de emprendedores de ParqueSoft Risaralda.	ParqueSoft Risaralda	12/10/2023	12/10/2023
Solicitud difusión de la convocatoria a través del grupo de emprendedores de Novitas	Novitas	13/10/2023	13/10/2023
Envío de la convocatoria a por lo menos 1 coworking.	Social&Co	13/10/2023	13/10/2023
Entrevista en medio radial institucional.	Campus Informa	18/10/2023	17/10/2023
Envío de la convocatoria a entidades aliadas como ParqueSoft, y Cámaras de Comercio aliadas de Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal.	ParqueSoft Cámara de Comercio Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal.	12/10/2023	17/10/2023
Entrevista en medio audiovisual	Telecafé	17/10/2023	17/10/2023
Entrevista en medio radial – Emisora de la ciudad.	Ecos 1360	18/10/2023	18/10/2023
Presentación de la convocatoria ante la junta directiva de Novitas	Novitas	18/10/2023	18/10/2023
Presentación de la convocatoria ante las empresas de Novitas	Novitas	24/10/2023	24/10/2023

Fuente: Elaboración propia



La propuesta se encuentra planteada para ejecutarse durante el mes de octubre del presente año o durante el tiempo de realización de cada una de las convocatorias, y podrá sufrir modificaciones según los tiempos de ejecución de estas, los cuales serán acordados con la UTP. La gestión de los medios y el pago en el caso que se requiera, serán responsabilidad de Quinoa.

4.1.2.2 Puesta en marcha del plan de medios:

En el marco de la estrategia de comunicaciones diseñada para promover la convocatoria de formación técnica y gerencial en el ámbito de la industria TI 4.0, se han establecido dos enfoques diferenciados para llegar a audiencias clave. La primera parte de la estrategia está destinada a incentivar a jóvenes de entre 18 y 24 años a inscribirse en el programa de formación técnica, con un énfasis en el desarrollo de habilidades técnicas y oportunidades laborales en este sector en constante evolución. Esta audiencia, conocida como la Generación Z, se caracteriza por su inmersión en el mundo digital y su preferencia por la comunicación visual. Para llegar a ellos, se emplearon medios institucionales de la Universidad Tecnológica de Pereira, así como las redes sociales y bases de datos del Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico (CIDT) y Quinoa. Además, se buscó el respaldo de diversas organizaciones culturales y educativas de la ciudad para ampliar la difusión.

Por otro lado, la estrategia también aborda la promoción de la convocatoria para la formación gerencial en empresas del sector TI 4.0. Esta parte se enfoca en emprendedores y empresarios del sector tecnológico en Risaralda, y se ha llevado a cabo mediante el envío de invitaciones a través de mails, la colaboración con entidades aliadas, y grupos de emprendedores locales, así como la realización de entrevistas en medios audiovisuales y radiales. En resumen, la estrategia se adapta a las necesidades y características específicas de cada audiencia, utilizando canales de comunicación efectivos para lograr el éxito de ambas convocatorias.

A continuación, se presentan las acciones llevadas a cabo en el marco de los planes de promoción de las actividades; estas se realizaron de acuerdo con el plan de medios propuesto en el mes de septiembre y aprobado por el comité del proyecto de la UTP, según el acta N°3 (ver anexo 2).

4.1.2.2.1 Puesta en marcha plan de medios formación técnica- Convocatoria N°1:

- *Realización de una reunión con por lo menos un semillero de la UTP:*

El día 5 de octubre y previo al lanzamiento de los términos de referencia de la convocatoria se llevó a cabo una reunión con uno de los semilleros de la UTP (aeronáutica) para a modo de campaña de expectativa presentar la oferta. En este espacio se resolvieron las dudas de los jóvenes.



Figura 3: Presentación Convocatoria Semillero UTP - 5 de octubre de 2023

- Realización de una reunión con por lo menos una entidad enfocada que realice procesos de formación enfocados en la industria TI:

El día 7 de octubre y posterior al lanzamiento de la convocatoria se llevó a cabo una reunión con la entidad aliada ParqueSoft Risaralda, para presentar las características de la convocatoria y solicitar apoyo en la difusión de sus canales como redes sociales y grupos de WhatsApp.



Figura 4: Reunión ParqueSoft Risaralda 7 de octubre de 2023



- o *Publicación de la convocatoria en las redes de CIDT y Quinoalabs:*

El día 9 de octubre se publicó la convocatoria en las redes sociales del CIDT y Quinoalabs a través del Feed y las historias (estas cuentan con una duración de 24 horas):

Link publicación CIDT:

<https://www.instagram.com/p/CyLq5RKuVer/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Link publicación Quinoalabs:

<https://www.instagram.com/p/CyLovmsrtWI/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>



Figura 5: Publicación CIDT



Figura 6: Publicación Quinoalabs

- Realización de reuniones con por lo menos 3 universidades o institutos de formación técnica y/o tecnológica, para incentivar la participación de sus estudiantes en el proceso de formación:

El día 10 de octubre se llevó a cabo la reunión con 2 universidades y un instituto de educación superior para presentar la convocatoria y el proceso metodológico que incluye los tiempos y tipos de certificación. En esta reunión se acordó el envío de un mailing y piezas gráficas para su difusión al interior de las instituciones (Ver anexo 3).



Figura 7: Reunión U. Andina

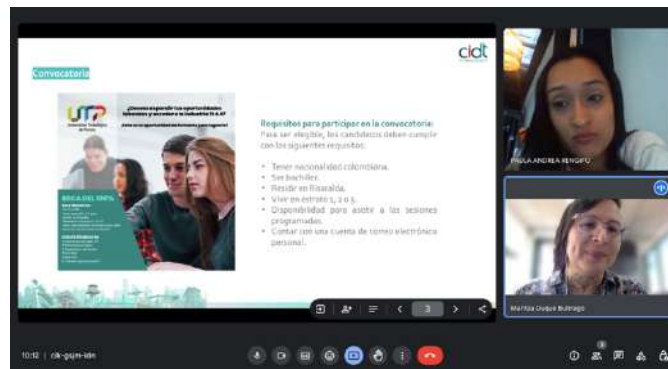


Figura 8: Reunión CIAF

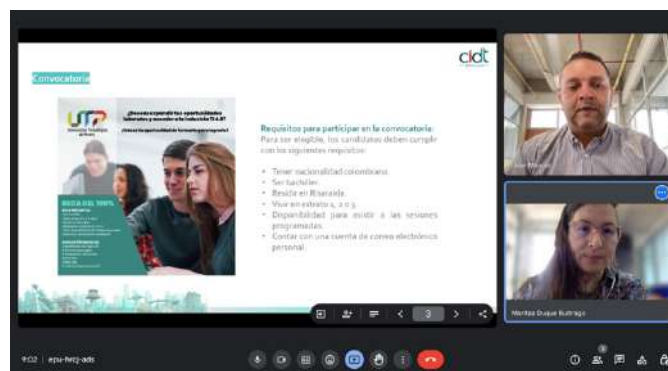


Figura 9: Reunión U. Libre



- *Realización de una entrevista en un programa radial:*

El día 10 de octubre se realizó la convocatoria a través del programa “El Péndulo” en la emisora Universitaria estereo, durante toda la emisión se habló sobre la importancia de este tipo de oportunidades y se compartieron los requerimientos para participar del proceso (ver anexo 4. Emisión programa).

El programa fue emitido a través de la emisora, y puede ser escuchado a través de podcast en cualquier momento a través del link: <https://podcastcdn-25.ivoox.com/audio/5/5/3/3/penduloemisiondel10octubre2023-universitariastereo882fm-ivoox117653355.mp3?secure=kk8jS8RPhFnbAMufrUjasQ==,1698200257>

- *Difusión de Mailing en la base de datos del CIDT:*

La base de datos del CIDT cuenta con más de 3.100 contactos, entre los que se encuentran personas jóvenes que han participado de diferentes procesos de formación relacionados con ciencia, tecnología e innovación. Lo que los convierte en un público de interés para la convocatoria (ver anexo 5. Mailing CIDT)

- *Solicitud de apoyo para la estrategia de voz a voz a través del envío de Mailings y publicidad para solicitar el apoyo en la difusión a organizaciones de carácter público y fundaciones o corporaciones enfocadas en trabajo con la población objetivo:*

La estrategia de difusión "voz a voz" se convierte en un componente crucial en la realización de la convocatoria, ya que aprovecha el poder de la recomendación personal y el contacto directo para expandir el alcance y la efectividad de la promoción. A través de esta estrategia, se establece un vínculo humano, se genera confianza y se fomenta la participación de la comunidad y los grupos de interés. Este enfoque personalizado tiende a ser altamente persuasivo y puede llegar a audiencias que podrían pasar desapercibidas por otros medios. Además, al fomentar la conversación y la interacción, se crea un sentido de pertenencia y participación que puede ser fundamental para el éxito de la convocatoria.

En esta actividad se compartió la convocatoria a través de diferentes instituciones que dentro de sus seguidores o población focal cuentan con el perfil requerido para la convocatoria (ver anexo 6: Mailings enviados).

Así mismo, se logró identificar que algunas personas compartieron la convocatoria en sus perfiles personales. A continuación, se evidencian estas publicaciones:



Figura 10: Ejemplo convocatoria compartida

- *Diseño de una nota de prensa publicada en la página de la UTP – Campus Informa:*

El día 11 de octubre se publicó a través de la página web de la UTP en Campus Informa una nota sobre la convocatoria y los términos de referencia disponibles. Así mismo, se participó en una entrevista en la emisora Universitaria estéreo en el mismo programa.

La nota de prensa se encuentra disponible en el link: <https://comunicaciones.utp.edu.co/noticias/53550/convocatoria-n1-formacion-tecnica-para-la-industria-ti-4-0> (Ver anexo 7.1 nota de prensa).



Figura 11: Nota de prensa Campus Informa

La entrevista en campus informa- Universitaria estéreo se encuentra disponible en el link: https://www.ivoox.com/campus-informa-la-radio-emision-11-octubre-audios-mp3_rf_117630521_1.html (Ver anexo 7.2 entrevista radial).

- o *Pauta en la red social de un grupo universitario:*

El día 10 de octubre se publicó a través del perfil universitario “Confesiones UTP”, una pauta que permitió difundir la convocatoria entre la población que sigue la red social, que para la fecha se establece en más de 57mil seguidores. Como se evidencia en la figura 14, esta convocatoria tuvo un alcance mayor a 4,800 vistas en un periodo de 24 horas.



Figura 12:Pauta Confesiones UTP

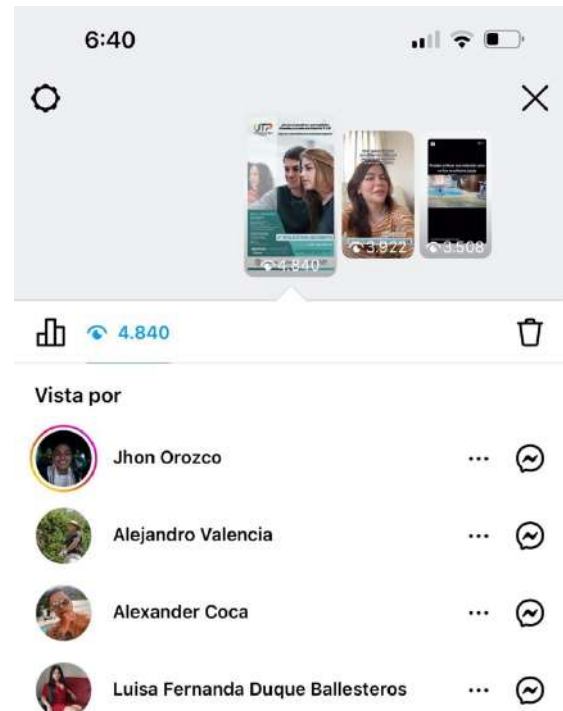


Figura 13:Alcance Pauta Confesiones UTP

4.1.2.2.2 Resultados plan de medios formación técnica:

Una vez se concluyó con la implementación del plan de medios propuesto, se logra determinar que éste se ejecutó en un 100%, ya que se llevaron a cabo todas las acciones propuestas dentro del mismo.

Sin embargo, una vez analizados los resultados de la convocatoria N°1 disponibles en la actividad 20; se requiere realizar un nuevo plan de medios que permita ampliar la posibilidad de inscripción de la población de interés ya que esta convocatoria se declaró desierta. La nueva convocatoria se definió como Convocatoria N°3, y contará con un plan de medios con características similares al de la primera convocatoria. Como novedad, se incluirán pautas en emisoras radiales, periódico local y pauta a través de un influencer de la ciudad. En el siguiente numeral se presenta el cronograma que se llevará a cabo para este proceso.



4.1.2.2.3 Cronograma plan de medios formación técnica de la denominada Convocatoria N°3

Tabla 7: Cronograma plan de medios Convocatoria N°3

Tarea	Medio	Fecha inicio	Fecha final
Entrevista de expectativa a través de medio televisivo local. Esta entrevista estará disponible en el medio digital del canal.	Telecafé	20/10/2023	20/10/2023
Rediseño de piezas gráficas y mailing de convocatoria.	Quinoa	23/10/2023	23/10/2023
Envío del mailing de la convocatoria al CIDT para su difusión en la base de datos.	CIDT	23/10/2023	23/10/2023
Presentación de la convocatoria ante las empresas Novitas.	Novitas	24/10/2023	24/10/2023
Proceso de contratación de pautas publicitarias en diferentes medios de comunicación tradicional y digital.	RCN radio Universitaria estéreo Luisa Grajales	24/10/2023	25/10/2023
Envío de la convocatoria a través de grupos de WhatsApp de interés.	Novitas Grupos de formación	24/10/2023	26/10/2023
Publicación de la convocatoria en redes sociales del CIDT y Quinoa.	CIDT Quinoa	25/10/2023	27/10/2023
Realización de 2 Pautas en Confesiones UTP	Confesiones UTP	25/10/2023	27/10/2023
Realización de 1 mención diaria en el programa radial el mañanero de la Mega durante 10 días.	Programa Mañanero de la Mega	25/10/2023	07/11/2023
Realización de 1 mención diaria en la programación habitual de la Mega durante 10 días.	La Mega	25/10/2023	07/11/2023
Realización de 1 mención diaria en la programación habitual de Radio Uno durante 10 días.	Radio Uno	25/10/2023	07/11/2023
Realización de por lo menos una reunión con una universidad de la ciudad para realización de la convocatoria.	Universidad Católica de Pereira	26/10/2023	26/10/2023
Realización de 1 cuña radial, con por lo menos 3 impactos en la programación habitual de Universitaria estéreo.	Universitaria estéreo	27/10/2023	09/11/2023
Publicación de la convocatoria a través de una nota de prensa en medio de comunicación local.	Diario del Otún	30/10/2023	03/11/2023
Publicación de un video en Instagram y otro en Tik Tok de la influencer local: Luisa Grajales.	Universitaria estéreo	02/11/2023	02/11/2023
Impresión de publicidad para difundir la convocatoria a través de por lo menos dos universidades.	Universidad Católica de Pereira Universidad Tecnológica de Pereira	30/10/2023	06/11/2023

Fuente: *Elaboración propia*

Este plan de medios fue aprobado por la UTP a través de la reunión con la supervisora el contrato, según el acta 06 (Ver anexo 8).

4.1.2.2.4 Puesta en marcha plan de medios formación gerencial- Convocatoria N°2:

Como parte de la estrategia de acompañamiento a la convocatoria disponible para la selección de 50 empresas que cumplan con los requisitos establecidos en los términos de referencia de la convocatoria para hacer parte de la identificación de brechas de innovación y competitividad y la construcción de una ruta para el cierre de estas, establecidas en el objetivo 4 del proyecto; a continuación, se presentan las acciones que se llevaron a cabo:

- Realizar una invitación a través de un Mailing para enviar a la base de datos de empresas vinculadas al clúster Novitas:

El día 12 de octubre se realizó la publicación de los términos de referencia y características de la convocatoria a través del sitio web del CIDT: <https://cidt.utp.edu.co/noticias-y-eventos/convocatoria-2-seleccion-de-empresas-ti-4-0/> y el diseño del mailing y de las piezas gráficas para ser difundidas a través del correo electrónico y la base de datos disponible en Novitas (ver anexo 9).

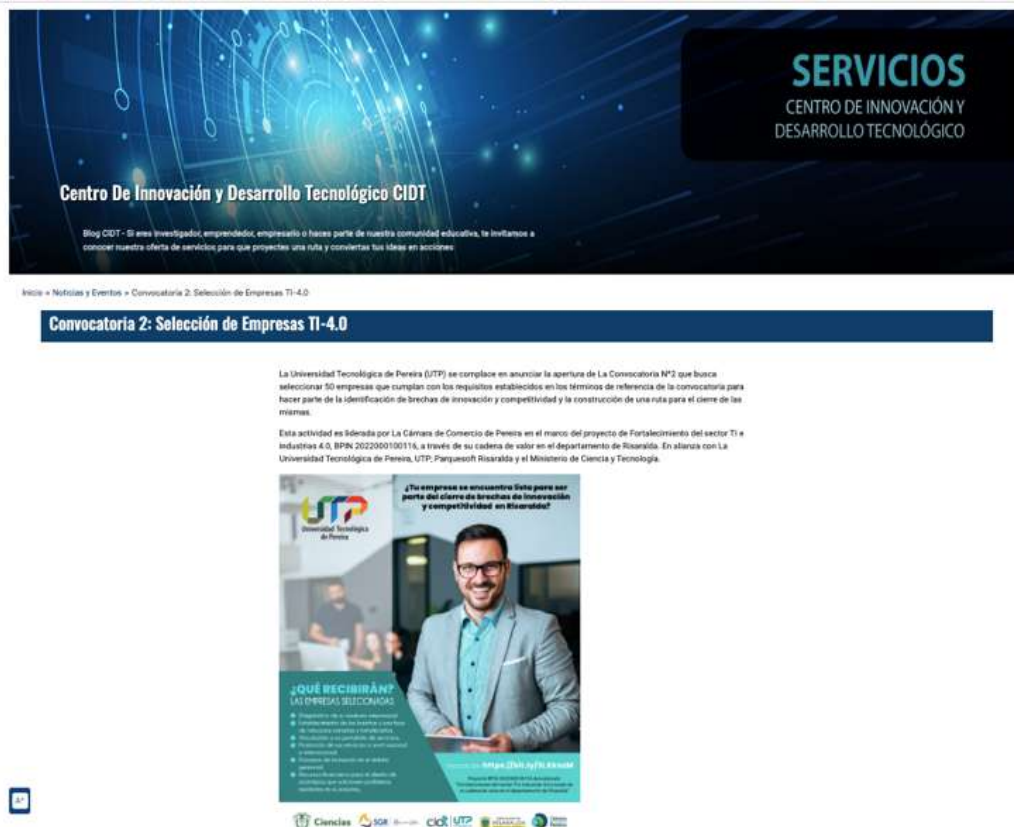


Figura 14: Convocatoria publicada en el sitio web del CIDT

- Envío de la convocatoria a través del grupo de emprendedores de ParqueSoft Risaralda:

El día 12 de octubre se difundió a través del grupo de WhatsApp de ParqueSoft, la invitación para participar de la convocatoria, ya que el perfil de las empresas cuenta con las características requeridas para participar.



Figura 15: Convocatoria ParqueSoft Risaralda WhatsApp

- *Solicitud difusión de la convocatoria a través del grupo de emprendedores de Novitas:*

El día 13 de octubre se difundió a través del grupo de WhatsApp de Novitas la invitación para participar de la convocatoria, ya que el perfil de las empresas cuenta con las características requeridas para participar y el objetivo de la convocatoria se enfoca en ellas.

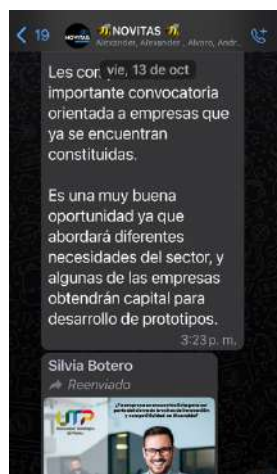


Figura 16: Convocatoria Novitas grupo WhatsApp

- *Envío de la convocatoria a por lo menos 1 coworking:*

El día 13 de octubre se realizó el envío del mailing al director del coworking Social&Co, solicitando apoyo en la difusión con los miembros del coworking (ver anexo 10).

- *Entrevista radial en medio institucional:*

El 17 de octubre se publicó a través del portal institucional de la UTP (Campus Informa), la convocatoria que busca seleccionar a las empresas para ser partícipes del proceso. Esta convocatoria se encuentra disponible a través del link: <https://comunicaciones.utp.edu.co/noticias/53582/abierta-convocatoria-para-empresas-de-risaralda-que-pertenezcan-al-sector-ti-industrias-4-0>, (ver anexo 11.1) así mismo se realizó una entrevista para campus informa la radio (ver anexo 11.2).



Figura 17: Imagen nota de prensa convocatoria Campus Informa

- *Entrevista en medio audiovisual:*

El 20 de octubre se publicó en el segmento “buenas noticias” del noticiero de Telecafé, la entrevista donde se menciona la convocatoria para la selección de empresas TI. Esta también fue publicada en el medio digital de Facebook video, el cual se encuentra disponible para su visualización el link: <https://fb.watch/nUhpHBzawl/> (ver anexo 12).



Figura 18: Entrevista Telecafé - 20 de octubre de 2023

- o *Entrevista en medio radial – Emisora de la ciudad:*

El 18 de octubre se publicó en el programa ECOS 1360, la entrevista donde se menciona la convocatoria para la selección de empresas TI, para esta entrevista se invitó a Hellman Hoyos, una de las personas que lidera la convocatoria en representación de la Cámara de Comercio de Pereira. Esta también fue publicada en el medio digital de Facebook video, el cual se encuentra disponible para su visualización el link: <https://fb.watch/nUhlc2Opfl/?mibextid=v7YzmG> (ver anexo 13).



Figura 19:Entrevista Ecos 1360 - 18 de octubre de 2023

- o *Presentación de la convocatoria ante la junta directiva de Novitas:*

El 18 de octubre se llevó a cabo la presentación de la convocatoria ante la junta directiva de Novitas. En esta reunión, los miembros de la junta acordaron apoyar la difusión de esta con las empresas pertenecientes al Clúster.



Figura 20:Presentación junta directiva Novitas

- *Presentación de la convocatoria ante las empresas de Novitas:*

El 24 de octubre se llevó a cabo la presentación de la convocatoria ante empresarios Novitas, en el marco del evento “desayuno estratégico comercial”.



Figura 21: Presentación convocatoria Novitas

4.1.2.2.5 Puesta en marcha plan de medios formación técnica- Convocatoria N°3:

A continuación, se presentan las acciones llevadas a cabo en el marco del plan de medios diseñado para la Convocatoria N°3, enfocada en la selección de 150 colombianos para recibir formación técnica orientada en la industria TI 4.0 durante el mes de octubre.

- Entrevista de expectativa a través de medio televisivo local. Esta entrevista estará disponible en el medio digital del canal.

El día 20 de octubre se llevó a cabo una entrevista de expectativa de la convocatoria a través del medio de comunicación Telecafé, en el segmento buenas noticias, esta entrevista además fue publicada en el canal de Facebook del canal a través del link: <https://fb.watch/nUhpHBzbw/> (Ver anexo 14).



Figura 22: Entrevista Telecafé Habilidades Técnicas



- Rediseño de piezas gráficas y mailing de convocatoria.

Para la realización de la convocatoria 3, se realiza un rediseño de la imagen de la convocatoria, si bien se utiliza la misma estructura e imagen, se cambian los colores de fondo y la distribución del texto para la imagen de historia, ya que se busca que no contenga tanto texto. Esta imagen también es utilizada para el mailing.



Figura 23: Diseño imagen de convocatoria N°3 Feed



Figura 24: Diseño imagen de convocatoria N°3 Historia



Ciencias



Más para Todos



Maritza Duque Buitrago <maritzaduque@utp.edu.co>

200 BECAS DEL 100% PARA FORMACIÓN TÉCNICA TI - 4.0

7 mensajes

maritza duque <maritzaduque89@gmail.com>
Para: Maritza Duque Buitrago <maritzaduque@utp.edu.co>

23 de octubre de 2023, 19:06



La UTP se complace en anunciar la apertura de **La Convocatoria N° 3** para la selección de 150 colombianos y colombianas interesados en adquirir competencias clave para respaldar la estrategia de innovación en la industria TI 4.0 en Risaralda, con edades entre los 18 y 24 años.

Esta convocatoria ofrece una oportunidad única, ya que cubre el 100% del costo de la formación en temas como: **Habilidades del siglo XXI, Metodologías ágiles, Experiencia de Usuario, Front End, Back End y Cultura organizacional en empresas TI.**

INSCRIPCIONES

¿Deseas expandir tus oportunidades laborales y acceder a la industria TI 4.0?
¡Esta es tu oportunidad de formarte para lograrlo!

BECA DEL 100%

CURSOS TÉCNICOS EN:

1. Habilidades del Siglo XXI
2. Metodologías ágiles.
3. Experiencia de Usuario
4. Front End
5. Back End
6. Cultura Organizacional TI

Proyecto BPN 2022009190116 denominación: "Fortalecimiento del sector TI e Industriales 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda"

MAYOR INFORMACIÓN



Figura 25: Diseño Mailing Convocatoria N°3



- Envío del mailing de la convocatoria al CIDT para su difusión en la base de datos.

El día 23 de octubre se envía a la supervisora del contrato el mailing con la convocatoria para ser difundido a través de la base de datos disponible en el CIDT.

Maritza Duque Buitrago <maritzaduque@utp.edu.co>
Para: Adriana Moreno Rivas <adrimoreno@utp.edu.co>

23 de octubre de 2023, 19:09

Un saludo Adri;
Te comparto el mailing para tu apoyo en la difusión en la base de datos del CIDT.

Gracias por tu apoyo.



La UTP se complace en anunciar la apertura de **La Convocatoria N° 3** para la selección de 150 colombianos y colombianas interesados en adquirir competencias clave para respaldar la estrategia de innovación en la industria TI 4.0 en Risaralda, con edades entre los 18 y 24 años.

Esta convocatoria ofrece una oportunidad única, ya que cubre el 100% del costo de la formación en temas como: **Habilidades del siglo XXI, Metodologías ágiles, Experiencia de Usuario, Front End, Back End y Cultura organizacional en empresas TI.**

INSCRIPCIONES



MAYOR INFORMACIÓN

Figura 26: Mailing enviado al CIDT

- Presentación de la convocatoria ante las empresas Novitas.

El 24 de octubre se llevó a cabo la presentación de la convocatoria N°3 ante los empresarios Novitas, en el marco del evento “desayuno estratégico comercial”. Durante el encuentro se realizó la presentación sobre los requisitos para participar de la convocatoria, los cursos que se realizarán y la ruta de certificación. Se invitó a los empresarios a convocar a los colaboradores que cuentan con el perfil para participar de la convocatoria.



Figura 27: Presentación Convocatoria N°3 Empresarios Novitas



Figura 28: Presentación Convocatoria N°3 Empresarios Novitas

- Proceso de contratación de pautas publicitarias en diferentes medios de comunicación tradicional y digital.

En el marco de la ejecución del plan de medios y con el propósito de ampliar los medios de difusión de la convocatoria se realiza un proceso de pautas pagas a través de diferentes medios tradicionales y digitales, por lo tanto, se da paso a la contratación de los siguientes servicios:

Tabla 8: Contratación pautas Convocatoria N°3

MEDIO	VALOR	DIAS	CANTIDAD X DÍA	TOTAL
RCN-Mañanero La Mega	26.500	10	1	\$ 265.000
RCN-Programación Habitual (Noche) La Mega	19.500	10	1	\$ 195.000
RCN-Radio Uno	15.900	10	1	\$ 159.000
Universitaria estéreo	3.889	15	6	\$ 350.000
Reel Influencer Luisa Grajales	1.000.000	1	1	\$ 1.000.000

Fuente: Elaboración propia

- Envío de la convocatoria a través de grupos de WhatsApp de interés.

Se envía la convocatoria a través de grupos de WhatsApp conformados por emprendedores de la industria TI.4.0, grupos de estudiantes y grupos de docentes y mentores de emprendimiento.

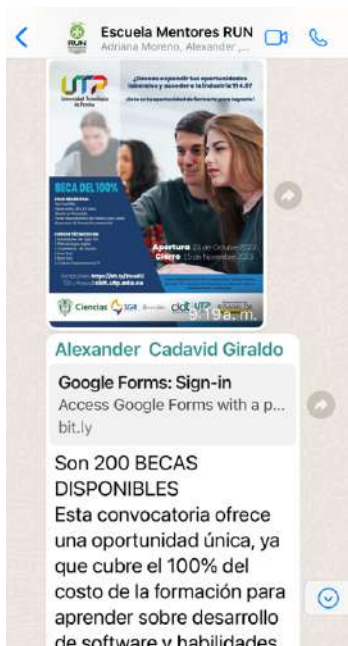


Figura 29: Convocatoria WhatsApp

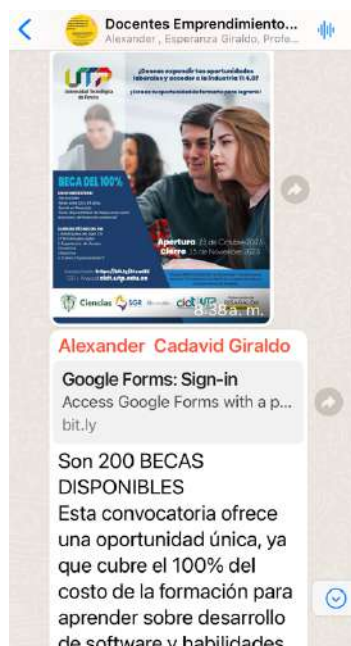


Figura 30: Convocatoria WhatsApp



Figura 31: Convocatoria WhatsApp



Figura 32: Convocatoria WhatsApp

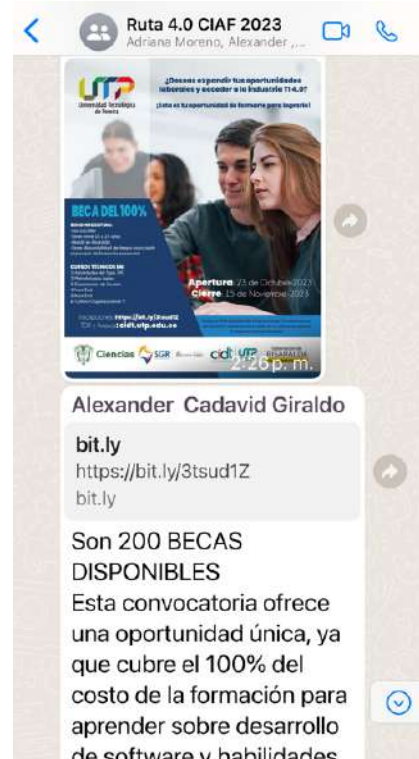


Figura 33: Convocatoria WhatsApp



Figura 34: Convocatoria WhatsApp

- Publicación de la convocatoria en redes sociales del CIDT y Quinoa.

Se realiza la publicación de la convocatoria N°3 a partir de las redes sociales del CIDT y Quinoa tanto en el Feed como en historias.



Figura 35: Publicación Facebook Quinoa



Figura 36: Publicación Historia Quinoa



Figura 37: Publicación Feed Quinoa



cidt cidtp

UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

¿Deseas expandir tus oportunidades laborales y acceder a la industria TI 4.0?
¡Esta es tu oportunidad de formarte para lograrlo!

BECA DEL 100%

SOLO NECESITAS:
- Ser bachiller
- Tener entre 18 y 24 años
- Residir en Risaralda
- Tener disponibilidad de tiempo para asistir al proceso de formación presencial

CURSOS TÉCNICOS EN:
1. Habilidades del Siglo XXI
2. Metodologías ágiles
3. Experiencia de Usuario
4. Front End
5. Back End
6. Cultura Organizacional TI

Apertura 23 de Octubre-2023
Cierre 15 de Noviembre-2023

Inscripciones: <https://bit.ly/3tsudIZ>
TDR y Anexos: cidt.utp.edu.co

Proyecto MIRA 2022-2025 (2021-16) desarrollado por "Futuras Oportunidades del sector TI e Industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda"

Ciencias SGR Más para Todos cidt UTP Gobernación de RISARALDA Sentimiento de Todos

Figura 38:Publicación Feed CIDT

cidt 30 de octubre 11:12 a. m.
Papamoosee

UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

BECA DEL 100%

INSCRIPCIONES ABIERTAS

CURSOS :
1. Habilidades del Siglo XXI
2. Metodologías ágiles.
3. Experiencia de Usuario
4. Front End
5. Back End
6. Cultura Organizacional TI

TDR y Anexos: cidt.utp.edu.co
Convocatoria N°3

Ciencias SGR Más para Todos cidt UTP Gobernación de RISARALDA Sentimiento de Todos

Figura 39:Publicación Historia CIDT



- Realización de 2 Pautas en Confesiones UTP

Se llevaron a cabo dos publicaciones a través del grupo universitario ConfesionesUTP, una corresponde al feed y otra a una historia, la cual alcanzó una visualización de más de 3mil personas.



Figura 40: Publicación Feed Confesiones UTP



Figura 41: Historia Confesiones UTP y Alcance



Así mismo, se contó con la publicación de la historia en diferentes perfiles con población de interés como: Instagram Aseutp, Unidos UTP y la publicación de programación de Plan C recomienda.



Figura 42: Publicación Aseutp



Figura 43: Publicación Plan C



Figura 44: Publicación Unidosutp

- Realización de menciones en RCN radio a través de los programas La Mega y Radio Uno.

En el mes de octubre y durante 10 días, se llevó a cabo la reproducción de la pauta diseñada para la convocatoria N°3 en dos programas de RCN Radio: La Mega y radio Uno, en total el audio se reprodujo 3 veces al día dentro de la programación de los programas mencionados (Ver anexo 15). A partir de esto, personas interesadas se comunicaron a través de la línea WhatsApp para recibir información adicional.



Figura 45: Consulta por la convocatoria WhatsApp

- Realización de 1 cuña radial, con por lo menos 3 impactos en la programación habitual de Universitaria estéreo.

En el mes de octubre y durante 15 días, se llevó a cabo la reproducción de la pauta diseñada para la convocatoria N°3 en la emisora Universitaria estéreo, esta pauta según la propuesta enviada se emitió 6 veces durante cada día (anexo 16).

- Realización de por lo menos una reunión con una universidad de la ciudad para realización de la convocatoria.

El día 26 de octubre se llevó a cabo una reunión virtual con el director de proyección social de la Universidad Católica de Pereira para presentar la convocatoria y la ruta de certificación. En esta reunión, se acordó que la Universidad apoyaría la difusión de esta a través de grupos de estudiantes con el perfil para acceder al proceso de formación técnica; por lo tanto, se le envía la información de la convocatoria a través de mailing (anexo 17) y WhatsApp.



Figura 46: Reunión Convocatoria UCP

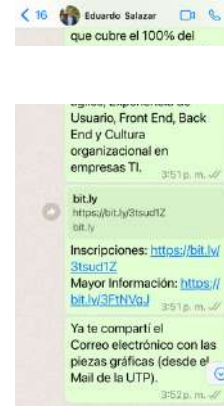


Figura 47: Envío Convocatoria UCP-WhatsApp

- Publicación de la convocatoria a través de una nota de prensa en medio de comunicación local.

Se llevó a cabo una entrevista para la página de Facebook del medio local Q'hubo (anexo 18), a partir de esta publicación se percibieron diferentes mensajes de personas interesadas en recibir ampliación de la convocatoria. La entrevista se encuentra disponible a través del link: <https://www.facebook.com/QhuboPereira/videos/881074453724789>.



Figura 48: Entrevista Q'hubo

Adicionalmente se realizó una nota de prensa en el Diario del Otún, en este artículo se presentó un contexto de la industria TI.4.0 y la invitación para participar de la convocatoria; la nota de prensa está disponible a través del link: <https://www.eldiario.com.co/noticias/risaralda/pereira/la-industria-4-0/> (anexo 19).

- Publicación de un video en Instagram y otro en Tik Tok de la influencer local: Luisa Grajales.

El día 2 de noviembre se publicó a través de la cuenta de la Tik Toker local Luisa Grajales (@luisagrajalesb) el reel donde se menciona la convocatoria. El reel está disponible a través del link: <https://www.instagram.com/reel/CzJdO-kLCfS/?igshid=ODhhZWM5NmlwOQ==> Y contó con más de 113mil reproducciones, 4,839 me gusta y 236 envíos a otras cuentas. Este reel fue compartido por la influencer a los perfiles de Instagram del CIDT y Quinoalabs.



Figura 49: Interacciones Reel



Figura 50: Visualización reel



Figura 51: Alcance pauta reel



Figura 52: Estadística reel



- Impresión de publicidad para difundir la convocatoria a través de por lo menos dos universidades.

Se llevó a cabo la impresión del afiche publicitario de la convocatoria N°3. Este fue difundido en las sedes de la Universidad Tecnológica de Pereira, Universidad Cooperativa de Colombia y SENA sede Dosquebradas. En el diseño se incluyó el código QR con el link de inscripción para mayor facilidad del proceso.

Figura 53: Diseño Afiche Convocatoria N°3



Figura 54: Afiche Convocatoria N°3



Figura 55: Afiche Convocatoria N°3



Figura 56: Afiche Convocatoria N°3

Así mismo, se realizó la presentación de la convocatoria a grupos de estudiantes en diferentes aulas de clase de la Universidad Tecnológica de Pereira; esto permitió que población interesada en la convocatoria resolvieran sus dudas.



Figura 57: Presentación convocatoria 1



Figura 58: Presentación convocatoria 2



Figura 59: Presentación convocatoria 3

Con esta actividad se da por terminado el proceso de implementación de la estrategia de medios para la difusión de la convocatoria. El plan de medios propuesto para la convocatoria N°3 se implementó en un 100%.



4.1.3 Establecer un canal contacto con el público objetivo para la resolución de dudas (correo electrónico)

Durante la ejecución del plan de medios se estableció como canal de contacto con el público objetivo el correo electrónico maritzadunque@utp.edu.co, a través del cual se recibieron consultas sobre la convocatoria. Así mismo, se habilitó el WhatsApp 3148909912. Este último fue el canal de contacto que se utilizó para resolver las consultas resultantes de las estrategias de comunicación de radio y entrevistas.

4.1.4 Realizar seguimiento al resultado de la promoción

Para realizar la medición de la estrategia se estableció como indicador la medición del porcentaje de cumplimiento del plan de medios sobre la ejecución del 100% del mismo. Por lo tanto, para la fecha se logra establecer que el cumplimiento del plan en todas sus fases se llevó a cabo al 100%. Así mismo, y como se evidencia en la actividad N°20, se logró convocar toda la población requerida.

4.1.5 Verificación de inclusión de requisitos habilitantes en pieza publicitarias

En respuesta a la creciente necesidad de garantizar la integridad y la eficiencia en las comunicaciones publicitarias, se implementó un conjunto de políticas y plantillas especializadas en conjunto con Quinoa. Estas políticas y plantillas están diseñadas para agilizar el proceso de revisión y aprobación de las piezas publicitarias, al mismo tiempo que aseguran el cumplimiento con los requisitos habilitantes esenciales. En este informe, se explicará cómo estas iniciativas contribuyen a la creación de comunicaciones publicitarias efectivas.

4.1.6 Verificar el contenido de las piezas, incluyendo textos, imágenes, videos y cualquier otro elemento asegurando que no haya afirmaciones falsas o engañosas

Con el objetivo de optimizar el proceso de validación de las piezas de contenido, se desarrolló un formato estándar para garantizar la precisión y la consistencia en cada una de ellas. Este formato incluye elementos clave, como los logotipos de las instituciones involucradas en el proyecto, el nombre del proyecto y una estructura definida que abarca los títulos, las descripciones y la información de los eventos.

Además, se implementó el uso exclusivo de imágenes de uso gratuito y libres de problemas relacionados con los derechos de autor. Esto asegura que las piezas cumplan con todas las regulaciones legales y minimice cualquier preocupación relacionada con la propiedad intelectual.

Esta iniciativa no solo simplifica el proceso de verificación de contenido, sino que también garantiza la coherencia visual y el cumplimiento de estándares de calidad en todas las comunicaciones. Posteriormente se estableció unas políticas de verificación de Piezas y Productos Publicitarios:



- Precisión de la Información:
 - Todas las piezas publicitarias deben contener información precisa y verificable.
 - Las afirmaciones deben estar respaldadas por datos o evidencia creíble.
 - Evitar exageraciones y promesas poco realistas.

- Transparencia:
 - La información sobre la fuente y el propósito de la publicidad debe ser clara y accesible.

- Cumplimiento Legal:
 - Cumplir con todas las leyes y regulaciones de publicidad y protección al consumidor aplicables.
 - Respetar los derechos de autor, marcas registradas y propiedad intelectual en todas las piezas publicitarias.

- Uso de Imágenes y Medios:
 - Utilizar solo imágenes y medios de los cuales se tenga permiso o que sean de uso gratuito.
 - Evitar la manipulación engañosa de imágenes o vídeos.

- Revisión y Aprobación:
 - Todas las piezas publicitarias deben someterse a un proceso de revisión y aprobación antes de su publicación.
 - Incluir un proceso de retroalimentación para garantizar la mejora continua.

- Protección de la Privacidad:
 - Respetar la privacidad de los usuarios y obtener el consentimiento para la recopilación de datos cuando sea necesario.
 - Cumplir con las políticas de privacidad y protección de datos aplicables.

- Ética y Valores de la Empresa:
 - Alinear la publicidad con los valores y la ética de la UTP.
 - Evitar contenido que pueda ser perjudicial, ofensivo o discriminatorio.

- Seguimiento y Evaluación:
 - Realizar un seguimiento del rendimiento de las piezas publicitarias y ajustar las estrategias según los resultados.
 - Evaluar periódicamente las políticas y procedimientos de validación para mantener la eficacia y la relevancia.

Adicionalmente se suministró el manual básico de identidad UTP, Anexo 1: manual básico de identidad.



4.1.7 Establecer grupos objetivo / grupos de interés sin perjuicio que el aliado deberá garantizar la selección de los 150 beneficiarios

En el desarrollo del proyecto: “Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de RISARALDA”, se ha definido de manera precisa los grupos objetivo o grupos de interés que serán atendidos. Esta definición estratégica se ha realizado con el compromiso de nuestro aliado, quien se encargará de garantizar la selección de los 150 beneficiarios.

4.1.7.1 Verificar la inclusión de requisitos habilitantes

Con el propósito de permitir centrar los esfuerzos en atender de manera efectiva a quienes más se beneficiarán de la iniciativa, al tiempo que se asegura un impacto positivo en la comunidad. En este informe, se detallará los criterios aplicados para identificar a los beneficiarios que son clave para el éxito del proyecto:

- Jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 24 años.
- Que viven en estratos 1, 2 y 3.
- Jóvenes que tengan como mínimo noveno grado de educación secundaria.
- Colombianos.
- Con residencia en Risaralda.
- Con disponibilidad de tiempo para participar de procesos de formación.
- En busca de cualificación para obtener mayores oportunidades laborales.
- Interesados en formación técnica orientada en: habilidades del siglo XXI, metodologías ágiles y experiencias de usuario, Back end, front end, cultura organizacional en empresas TI. Esto con base al documento técnico del proyecto.

4.1.8 Acompañar al aliado en el abordaje de los canales previamente seleccionados por este y priorizados en el plan de gestión, para fortalecimiento de la participación en la actividad

En un esfuerzo por fortalecer la participación y el alcance del proyecto, se realizará un acompañamiento al aliado en la utilización de canales de difusión estratégicamente seleccionados y priorizados en el plan de gestión. En colaboración con Quinoa, se identificaron canales clave de difusión, que incluyen la emisora, el boletín informativo y redes sociales, como herramientas esenciales para amplificar el impacto de la convocatoria y difusión de actividades.

4.1.8.1 Identificar, seleccionar los canales para la difusión de la UTP

Se identificaron diversos canales estratégicos para la difusión de las convocatorias en la UTP, lo que permitirá una difusión de piezas que permita seleccionar a los beneficiarios. Se ha seleccionado los siguientes medios:

- CIDT: Instagram y Facebook
- Boletín: Campus Campus
- Emisora Universitaria éstereo



Esta selección de canales permite llegar de manera efectiva al público objetivo y maximizar el impacto de las iniciativas de comunicación y publicidad, y fueron incluidos dentro del plan de medios que ejecutará la empresa Quinoa.

4.1.8.2 Apoyar la gestión para que se utilicen los canales de la UTP

Para facilitar y optimizar la utilización de los canales de la UTP, se implementaron medidas específicas de apoyo.

En primer lugar, se indicó el procedimiento de solicitud que permite a los colaboradores y aliados solicitar el uso de estos canales de difusión de manera organizada y eficiente. Este procedimiento garantiza que todas las solicitudes se registren adecuadamente y se gestionen de acuerdo con su prioridad y relevancia.

Además, se especifican los tiempos de respuesta por parte del área de comunicaciones, lo que permite una mayor previsibilidad y eficacia en la coordinación de las comunicaciones.

Estos tiempos de respuesta aseguran que las solicitudes sean atendidas de manera oportuna y que se brinde el apoyo necesario para llevar a cabo campañas publicitarias y estrategias de difusión de manera efectiva.

En conjunto, estas medidas aseguran una gestión más eficiente y coordinada de los canales de la UTP, promoviendo una comunicación transparente y efectiva en línea con los objetivos de nuestro proyecto.



5. CONCLUSIONES

- En la formulación de la estrategia, se ha abordado un enfoque integral de promoción que abarca diversos canales, desde el marketing digital hasta la colaboración con entidades del sector y la utilización de medios convencionales. Este enfoque multifacético logró maximizar la visibilidad y el impacto de la iniciativa.
- La importancia de la segmentación precisa de la audiencia emergió como un aspecto crucial para el éxito de la convocatoria. La identificación y orientación de mensajes personalizados hacia grupos de interés específicos no solo potenció la efectividad de la estrategia de promoción, sino que también estableció un vínculo más significativo con los destinatarios.
- Se destacó la relevancia de la elección adecuada de canales de promoción y publicidad. La actividad puso de manifiesto que la selección de medios apropiados, como las redes sociales y los correos electrónicos, desempeña un papel fundamental en la consecución de los objetivos, subrayando así la importancia estratégica de adaptar los canales de difusión a la audiencia objetivo para maximizar el impacto y la eficacia de la estrategia global.



6. EQUIPO DE TRABAJO

Tabla 9: Equipo de trabajo

Nombre	Perfil	Rol
Quinoa	Emprendedor de la industria TI, con experiencia en la gestión, dirección y estructuración de proyectos, mentor de emprendimientos y empresas del sector tecnológico.	Experto en Emprendimiento TI 4.0 e Innovación
Quinoa	Licenciada en comunicación e informática educativas con experiencia en la gerencia y ejecución de proyectos orientado a la industria TI 4.0 y de educación.	Coordinadora actividad
CIDT	Centro de Innovación y Productividad con reconocimiento vigente por MINCIENCIAS. Experiencia en desarrollo de proyectos de ciencia, tecnología e innovación mínimo a 5 años	Gestor de espacios y equipos audiovisuales para realización de las reuniones del grupo focal

Fuente: Elaboración propia



7. BIBLIOGRAFIA

- Arellano, E. (1998). La Estrategia de Comunicación Como un Principio de Integración/Interacción Dentro de las Organizaciones. Razón y Palabra. <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supes/estrategia.htm>.
- Espitia, J. (2005). Guía De Comunicación para la Gestión y el Desarrollo Social: Red de Gestores Sociales. Presidencia de la República.



8. RELACIÓN DE ANEXOS

- Anexo 1: Manual básico de identidad.
- Anexo 2: Acta N° 3
- Anexo 3: Mailing enviado a Universidades con la convocatoria.
- Anexo 4: Emisión programa el péndulo.
- Anexo 5: Mailing base de datos CIDT.
- Anexo 6: Mailings enviados a entidades
- Anexo 7.1: Notadeprensa
- Anexo 7.2: Entrevista radial-CampusInforma
- Anexo 8: Acta N° 06
- Anexo 9: Mailing empresas Novitas
- Anexo 10: Mailing Coworking Social&Co
- Anexo 11.1: Nota de prensa Convocatoria empresas TI
- Anexo 11.2: Entrevista Campus Informa Convocatoria empresas TI
- Anexo 12: Entrevista Telecafé
- Anexo 13: Entrevista Ecos 1360
- Anexo 14: EntrevistaTelecafé
- Anexo 15: Pauta RCN
- Anexo 16: Pauta Universitaria estéreo
- Anexo 17: Mailing enviado UCP
- Anexo 18: Entrevista Qhubo
- Anexo 19: Nota Diario del Otún
- Anexo 20: Reel Luisa Grajales

JUAN ESTEBAN TIBAQUIRÁ
DIRECTOR DEL PROYECTO

MARITZA DUQUE BUITRAGO
QUINOA

ADRIANA MORENO RIVAS
SUPERVISORA