

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

INVITACIÓN PÚBLICA No. 02 DE 2026 Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional

REVISIÓN DE LA PRUEBA TÉCNICA

Aspirante evaluado: Cédula de candidato: 4.520.254

Se reúne el comité técnico para revisión de las respuestas dadas por el candidato.

Una vez analizadas las respuestas correspondientes a las diez (10) preguntas, se otorga un puntaje final de 28 puntos, al verificarse que todas fueron respondidas correctamente. No obstante, se identificó que en las preguntas 7 y 8 el candidato pudo haber desarrollado un análisis más profundo.

Como constancia se firma el día 26 de marzo de 2026.

Comité Evaluador


Los integrantes del comité evaluador que revisaron la prueba técnica son:

 Firmado digitalmente por Natalia Londoño L
Fecha: 2026.03.26 09:59:38 -05'00'


Natalia Londoño – C.C. 41.948.647

 Firmado digitalmente por Ana Lucia Montoya Santacoloma
Fecha: 2026.03.26 09:54:36 -05'00'

Ana Lucía Montoya Santacoloma – C.C. 42.120.698

 Firmado digitalmente por Yuliana Sanchez Rendon
Fecha: 2026.03.26 10:11:01 -05'00'

Yuliana Sánchez Rendón – C.C. 1.087.999.181

 Firmado digitalmente por Alejandra Guzmán Henao
Fecha: 2026.03.26 10:18:46 -05'00'

Alejandra Guzmán Henao – C.C. 1.088.317.582

PREGUNTAS

PREGUNTAS

1.

Define un **objetivo principal y uno secundario** para una campaña digital que busca aumentar las inscripciones a un programa de estudio.

2.

Segmenta el público en **mínimo 2 grupos** (por ejemplo: jóvenes, adultos, etc.) y explica:

- Qué los diferencia
 - Cómo les comunicarías el programa a cada uno
-

3.

Propón una **línea de mensaje (narrativa)** para promocionar el programa de estudio en máximo 3 líneas.

4.

Describe el **recorrido del usuario (embudo)** desde que ve un anuncio hasta que se inscribe en el programa.

5.

Diseña un **formulario básico de inscripción**:

- ¿Qué datos pedirías? (mínimo 5)
 - ¿Por qué son importantes?
-

6.

Tienes un presupuesto de **\$8.000.000 COP** para pauta digital. Distribúyelo en **2 o 3 canales** y explica brevemente por qué.

7.

Te dan estos resultados de campaña:

- Alcance: 120.000
- Clics: 4.000
- Formularios completados: 200

Responde:

- ¿Qué lectura haces de estos datos?
 - ¿Dónde está el principal punto de mejora?
-

8.

Propón **2 acciones concretas** para mejorar las inscripciones al programa.

9.

El contenido tiene buen alcance pero pocas personas hacen clic.
¿Qué cambiarías en los anuncios? (mínimo 2 acciones)

10.

Describe un insight sobre el comportamiento de alguien que está buscando estudiar (ej: motivaciones, miedos, decisiones).

RESPUESTAS – PRUEBA TÉCNICA

1. Objetivos

Objetivo principal: Aumentar en un 25% las inscripciones al programa de estudio en 3 meses.

Objetivo secundario: Incrementar en un 40% el número de personas interesadas (leads).

2. Segmentación

Grupo 1: Jóvenes (17–24 años): Buscan iniciar su vida profesional. Consumen TikTok e Instagram.

Mensaje: oportunidades y futuro.

Grupo 2: Adultos (25–40 años): Buscan mejorar ingresos o cambiar de carrera. Consumen Facebook.

Mensaje: estabilidad y crecimiento.

3. Narrativa

Estudiar no es solo aprender, es abrir nuevas oportunidades. Este programa te acerca a un mejor futuro con herramientas reales.

4. Embudo

1. Ve anuncio
2. Hace clic
3. Llega a landing
4. Llena formulario
5. Contacto
6. Inscripción

5. Formulario

Nombre, edad, teléfono, correo, nivel educativo. Permiten contacto y segmentación.

6. Pauta

Facebook/Instagram: 4M COP

TikTok: 2M COP

Google: 2M COP

7. Análisis

CTR: 3.3%

Conversión: 5%

Problema: conversión baja en landing/formulario

8. Acciones

1. Simplificar formulario
2. Mejorar landing

9. Anuncios

1. Mensaje más directo
2. Testimonios

10. Insight

Las personas buscan mejorar su vida, no solo estudiar.