

Conectar la elección de carrera con una prueba concreta de formación

La flexibilidad y el progreso profesional se repiten en el material recibido. Para UCEN, el desafío es construir una razón de elección de pregrado y acompañarla hasta una acción verificable.



Universidad Central



Universidad San Sebastián



Universidad Mayor



Universidad Andrés Bello



Universidad Gabriela Mistral



Universidad Autónoma

Chile · Google como base común + Meta complementario

Período solicitado: 01 agosto–08 septiembre 2026 · Informe: 10 septiembre 2026

6

Universidades

UCEN es el cliente

1.351

Tarjetas de Google

Base documental común

40

Tarjetas de Meta

Cuatro competidores con material

45

Tarjetas de UCEN

Oferta principalmente posterior al ingreso regular

El desafío de UCEN es hacer visible una elección de pregrado

Lectura ejecutiva · tres decisiones que ordenan la licitación.



Universidad Central

CLIENTE

Construir una propuesta de entrada

Hallazgo. Las 45 tarjetas de UCEN se distribuyen en 23 de postgrado/oferta asociada, 11 Advance, ocho de educación continua y tres sin nivel definido.

Decisión. Desarrollar una arquitectura específica de pregrado: carrera, experiencia, condiciones y siguiente paso. La precisión de UG006 es transferible como método; su plazo Advance no lo es.

OPORTUNIDAD

Competir por utilidad temprana

Hallazgo. Autónoma dedica 71/192 tarjetas Google al territorio de orientación y PAES. USS suma ensayo PAES, becas, simulación y acceso; UGM aporta un registro PAES en Meta.

Decisión. Vincular una ayuda para elegir con evidencias de la carrera. Un formulario aislado resuelve captación; falta demostrar cómo ayuda a decidir.

CRITERIO

Separar promoción de diferenciación

Hallazgo. UNAB combina beneficios económicos con segunda carrera; UGM y USS reiteran continuidad y flexibilidad. Mayor baja el discurso a carreras y experiencia formativa.

Decisión. Usar condiciones comerciales para despejar dudas; reservar la promesa principal para una experiencia formativa que UCEN pueda acreditar.

Quién concentra qué mensaje dentro de su propia muestra

Los pesos describen codificación documental. No equivalen a apropiación real de un territorio.

ENTRADA A LA CATEGORÍA

Orientación / carrera

Autónoma: 37,0% en orientación/PAES y 31,3% en carrera/experiencia.

Mayor: 30,4% en carrera/experiencia.

Son referencias más próximas al problema de elección que la continuidad predominante en otras muestras.

DESARROLLO POSTERIOR

Progreso / catálogo

UNAB: 50,6% en progresión/flexibilidad; **USS:** 45,8%; **UCEN:** 46,7% en catálogo/especialización.

La concentración de UNAB está condicionada por sus 76 tarjetas Advance. No representa toda su publicidad de pregrado.

SATURACIÓN CREATIVA

Territorio repetido

Compatibilidad con el trabajo, online, segunda carrera, becas y avance. Aparecen en distintas combinaciones y niveles académicos.

Para UCEN, competir con la misma suma de atributos puede reducir la diferencia percibida. Es una hipótesis a probar.

ESPACIO BLANCO RELATIVO

Espacio a desarrollar

Una secuencia que una **decisión vocacional** → **prueba concreta de aprendizaje** → **siguiente paso por carrera**.

No aparece demostrada como recorrido completo en las capturas. Se propone como integración a validar, no como territorio desocupado del mercado.

Una ruta mixta exige explicitar la cobertura

Normalización · tarjetas recibidas, no anuncios únicos ni muestra probabilística.



Universidad Central

45 Google

Confianza. Alta para la muestra Google; baja para extrapolar a pregrado.

Límite particular. Meta sin actividad visible según el usuario. No hay tarjeta Meta que respalde una auditoría independiente.

Uso comparativo. Porcentajes sobre el total Google de cada universidad; la capa Meta se interpreta aparte. No se calcula un ranking de eficacia.



Universidad San Sebastián

448 Google + 26 Meta

Confianza. Media-alta en mensajes del material; media en arquitectura entre plataformas.

Límite particular. Google sin IDs únicos; 26 tarjetas Meta y versiones agrupadas no expandidas. Pregrado/captación incluye 12 de traslado/retomar.

Uso comparativo. Porcentajes sobre el total Google de cada universidad; la capa Meta se interpreta aparte. No se calcula un ranking de eficacia.

MAYOR

Universidad Mayor

474 Google

Confianza. Media-alta para Google; no evaluable en Meta.

Límite particular. 474 tarjetas de Google; Meta sin material. Advance conserva planes regulares, continuidad y otros no precisados.

Uso comparativo. Porcentajes sobre el total Google de cada universidad; la capa Meta se interpreta aparte. No se calcula un ranking de eficacia.

Captura común: 08/09/2026. Ventana solicitada: 01/08–08/09/2026. La visibilidad al corte no confirma circulación durante cada día del período; no se estima longevidad Google.

Una ruta mixta exige explicitar la cobertura de cada marca

Normalización · tarjetas recibidas, no anuncios únicos ni muestra probabilística.



Universidad Andrés Bello

77 Google + 1 Meta

Confianza. Media para Advance Google; baja para sistema integrado de pregrado.

Límite particular. 77 Google, 76 Advance. Una tarjeta Meta institucional; nueve horas de actividad total visibles al corte.

Uso comparativo. Porcentajes sobre el total Google de cada universidad; la capa Meta se interpreta aparte. No se calcula un ranking de eficacia.



Universidad Gabriela Mistral

115 Google + 1 Meta

Confianza. Media para Google; baja para generalizar Meta.

Límite particular. 115 Google; una tarjeta Meta de ensayo PAES. Conteo de interfaz cercano a 200 no reemplaza el set recibido.

Uso comparativo. Porcentajes sobre el total Google de cada universidad; la capa Meta se interpreta aparte. No se calcula un ranking de eficacia.



Universidad Autónoma

192 Google + 12 Meta

Confianza. Media-alta para mensajes; media para integración.

Límite particular. 192 Google + 12 Meta. Se observan relatos repetidos entre plataformas, sin confirmar secuencia, alcance o usuarios compartidos.

Uso comparativo. Porcentajes sobre el total Google de cada universidad; la capa Meta se interpreta aparte. No se calcula un ranking de eficacia.

Captura común: 08/09/2026. Ventana solicitada: 01/08–08/09/2026. La visibilidad al corte no confirma circulación durante cada día del período; no se estima longevidad Google.

La comparación usa una misma regla para los mensajes

Ocho territorios exclusivos; detalle de oferta conservado; inferencias separadas de observaciones.

REGLA

Qué se normalizó

Se reagruparon los clusters de los seis inventarios mediante una tabla explícita de equivalencias. Cada tarjeta mantiene un territorio principal y todos sus campos de origen.

Search, imagen/Display, video, Local/Maps y formato no determinable se armonizaron por apariencia observable. No son tipos de campaña verificados.

La base Google contiene 1.351 observaciones. Meta agrega 40, sin alterar el denominador de los gráficos comunes.

LÍMITE

Qué significa un cero

Cero en un territorio significa que no se asignaron tarjetas a ese **territorio principal**. Puede haber menciones secundarias: Autónoma menciona gratuidad dentro de carrera/orientación; Mayor incorpora respaldo en piezas de carrera.

Catálogo/especialización incluye el cluster mixto de especialización/flexibilidad de Autónoma. Carrera/experiencia reúne distintos niveles; no equivale a pregrado regular.

El funnel se reconstruye cualitativamente con ejemplos. Las asignaciones previas tenían reglas diferentes y no se suman.

Trazabilidad: identificadores prefijados por universidad. UCEN:UG001 y UGM:UG001 son piezas distintas. CSV/JSON conservan origen, texto, oferta, formato, tarjeta y límites; los IDs largos permanecen como texto.

La oferta académica condiciona la lectura competitiva

Conteos por categoría de origen · Google + Meta cuando hay material; no comparar como un censo homogéneo de pregrado.



Universidad Central

45 observaciones integradas

Educación continua	8
Postgrado y oferta asociada	23
Continuidad / Advance	11
Oferta no especificada	3

Lectura:

No se identifica una pieza inequívoca de primer ingreso regular. No prueba ausencia fuera del set.



Universidad San Sebastián

474 observaciones integradas

Pregrado y captación	175
Advance / continuidad	187
Mensaje no recuperable	26
Portafolio mixto PG/EC	13
Derecho vespertino	14
Institucional / nivel no explícito	23
Educación continua / diplomados	25
Postgrado	11

Lectura:

Los 175 de pregrado/captación incluyen 12 de traslado/retomar. Derecho vespertino tiene categoría propia.

MAYOR

Universidad Mayor

474 observaciones integradas

Pregrado / carreras y captación	163
Mensaje no recuperable	44
Postgrado y educación continua	106
TEC / carreras técnicas	48
Institucional / nivel no explícito	10
Advance	99
Oferta mixta TEC / Advance	1
Continuidad en host principal	3

Lectura:

Advance no equivale a continuidad: el inventario conserva planes regulares, continuidad y planes no precisados. TEC y la oferta mixta permanecen separados.

La oferta académica condiciona la lectura competitiva

Conteos por categoría de origen · Google + Meta cuando hay material; no comparar como un censo homogéneo de pregrado.



Universidad Andrés Bello

78 observaciones integradas

Continuidad / Advance	76
Nivel no explícito	1
Marca institucional; nivel no explícito	1

Lectura: La institucionalidad de la pieza Meta no convierte las 76 Advance en captación de pregrado regular.



Universidad Gabriela Mistral

116 observaciones integradas

Continuidad / Advance	63
Postgrado / magíster	22
Contenido no recuperable	5
Nivel no explícito	18
Cursos / diplomados	7
Preparación PAES / captación previa a pregrado	1

Lectura: PAES es captación previa a pregrado. Se conserva separada de continuidad y especialización.



Universidad Autónoma

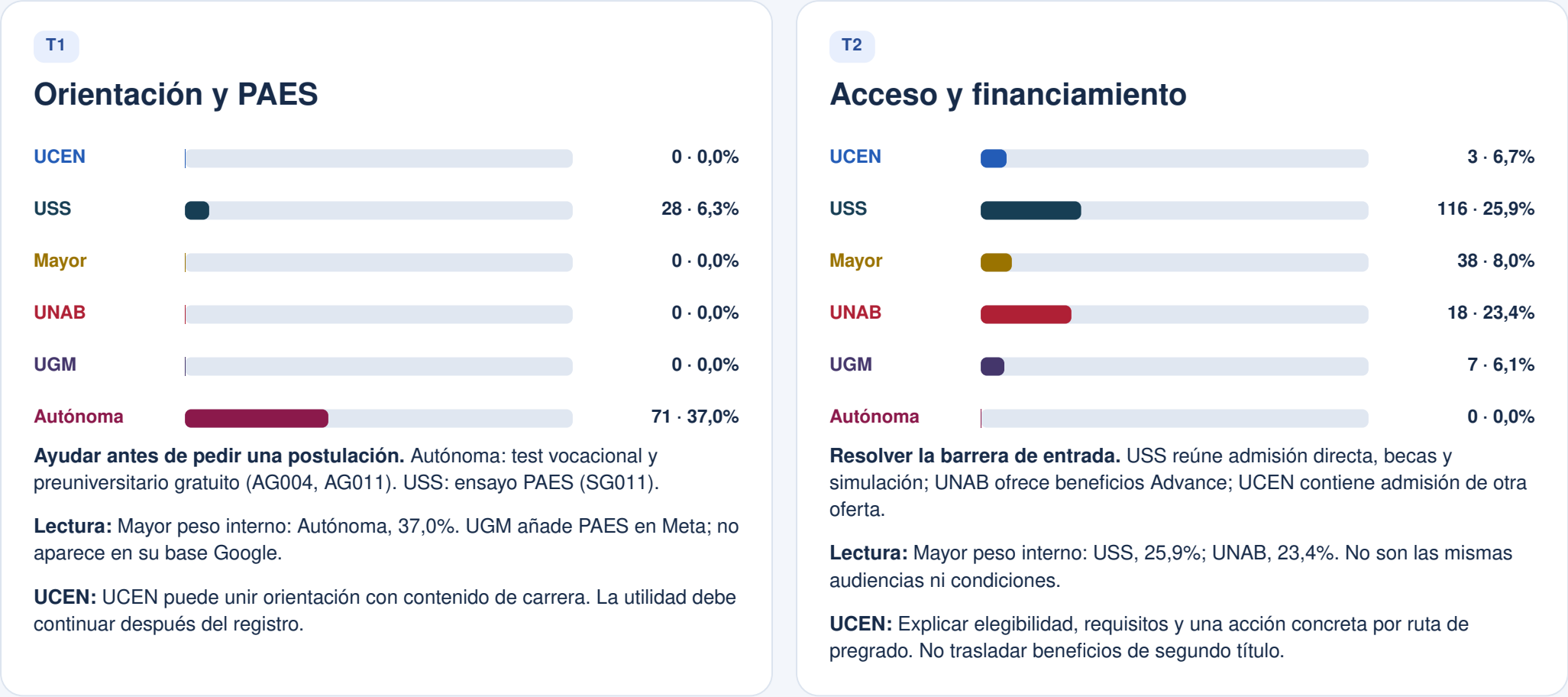
204 observaciones integradas

Pregrado y captación	134
Postgrado	18
Educación continua / empresas	17
Institucional / nivel no visible	30
Continuidad / traslado	4
Contenido no disponible	1

Lectura: 134 de pregrado/captación; los relatos institucionales muestran aporte, sin atribuir el nivel al que promocionan.

Mapa competitivo de territorios

Google · barra = porcentaje dentro del total de cada universidad, escala fija 0–100%.



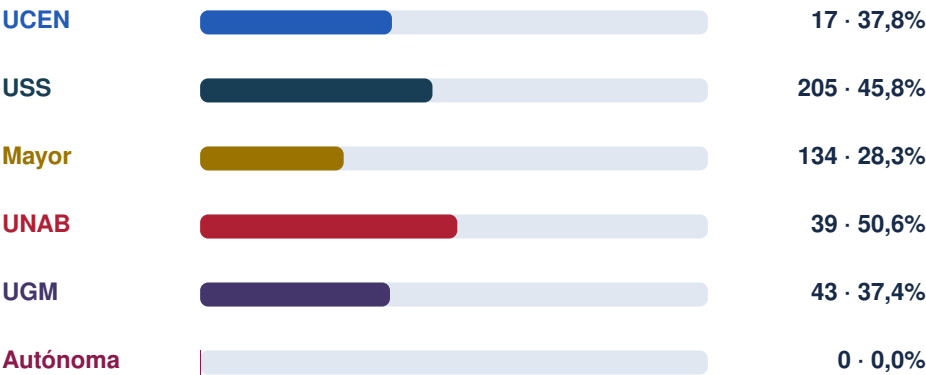
Una barra del 20% ocupa exactamente una quinta parte del recorrido. Colores identifican marcas; los conteos y porcentajes incluyen mensajes no recuperables en la base.

Mapa competitivo de territorios

Google · barra = porcentaje dentro del total de cada universidad, escala fija 0–100%.

T3

Progresión y flexibilidad



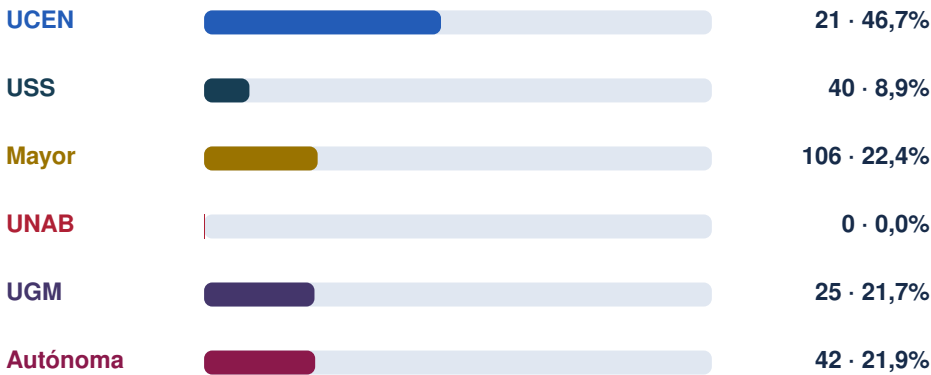
Continuar sin detener la vida laboral. Online, segunda carrera, reconocimiento y plazo: UCEN:UG006, UNAB:NG002, UGM:UG016, Mayor:MG017.

Lectura: UNAB 50,6%, USS 45,8%; UCEN y UGM cerca de 38%. Concentración visible, no liderazgo.

UCEN: La flexibilidad es un argumento repetido. Para pregrado, probar conveniencia solo donde modalidad y plan realmente apliquen.

T4

Catálogo y especialización



Ampliar o especializar el perfil. UCEN combina catálogo, magíster y habilidades; Mayor y UGM muestran especialización. Autónoma agrega flexibilidad en su cluster original.

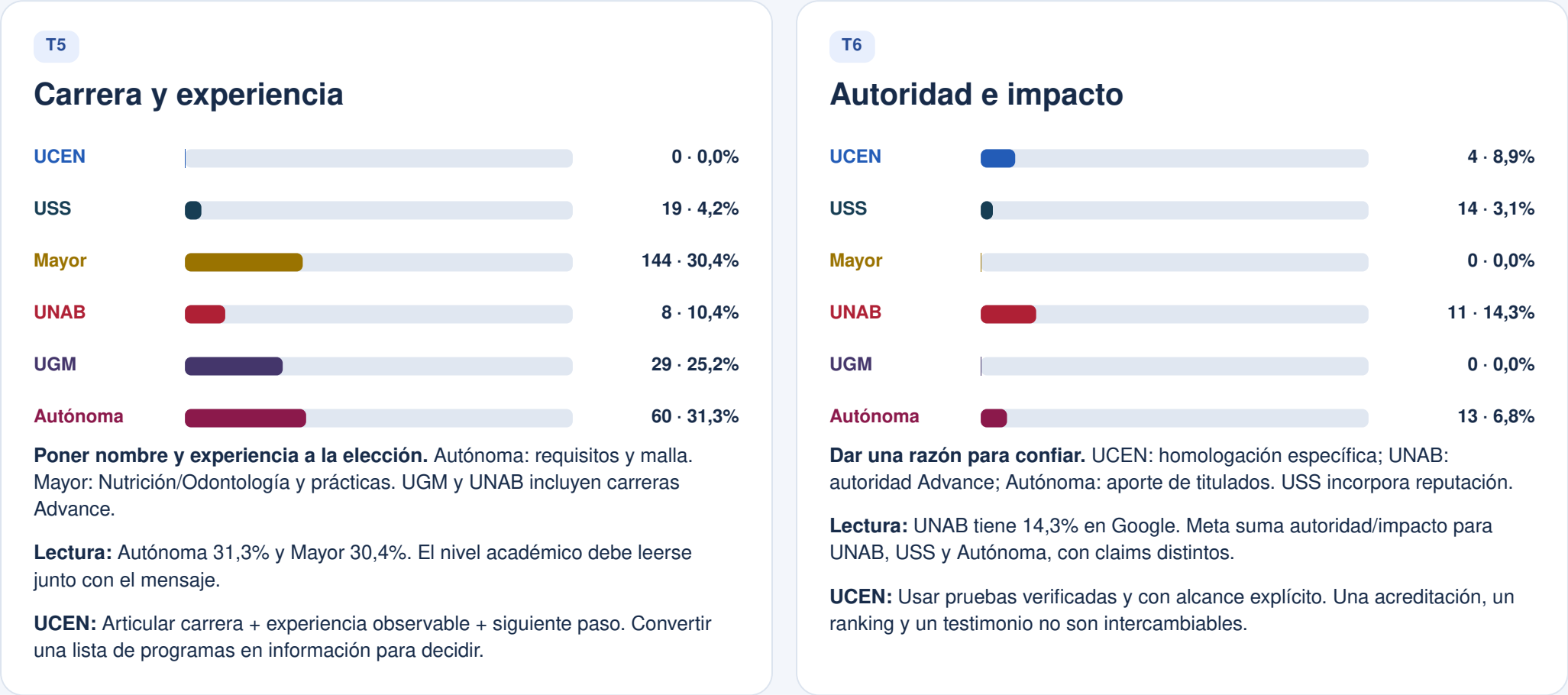
Lectura: UCEN 46,7%: principal peso interno. La agrupación incluye amplitud de oferta y no implica 21 magísteres.

UCEN: Aprovechar la disciplina de prueba específica; construir evidencias propias de pregrado en lugar de importar promesas de postgrado.

Una barra del 20% ocupa exactamente una quinta parte del recorrido. Colores identifican marcas; los conteos y porcentajes incluyen mensajes no recuperables en la base.

Mapa competitivo de territorios

Google · barra = porcentaje dentro del total de cada universidad, escala fija 0–100%.



Una barra del 20% ocupa exactamente una quinta parte del recorrido. Colores identifican marcas; los conteos y porcentajes incluyen mensajes no recuperables en la base.

Mapa competitivo de territorios

Google · barra = porcentaje dentro del total de cada universidad, escala fija 0–100%.

T7

Campus y cercanía



Hacer tangible el lugar de estudio. Mayor incluye presencia Local/Maps. USS aporta ocho videos Meta de conectividad del campus (SM005 y variantes).

Lectura: Solo Mayor tiene este territorio principal en Google (1,7%). No mide toda presencia local ni todo formato Maps.

UCEN: Explorar acceso y experiencia de campus si resuelven una duda concreta del postulante de UCEN.

T8

Mensaje no recuperable



Conservar lo que la captura no deja interpretar. Hay mensajes parciales o no recuperables; formatos desconocidos también pueden tener texto legible.

Lectura: UGM 9,6%, Mayor 9,3%, USS 5,8%, Autónoma 3,1% y UNAB 1,3%. Son bases distintas.

UCEN: No asignar promesas, etapas o tácticas por semejanza visual. Un vacío documental no es una falla de la universidad.

Una barra del 20% ocupa exactamente una quinta parte del recorrido. Colores identifican marcas; los conteos y porcentajes incluyen mensajes no recuperables en la base.

Concentración de mensajes, no participación de mercado

Google · UCEN 45 / USS 448 / Mayor 474 / UNAB 77 / UGM 115 / Autónoma 192. Conteos y porcentajes internos.

Universidad · base Google	Orientación / PAES	Acceso / financ.	Progresión / flex.	Catálogo / especial.	Carrera / exper.	Autoridad / impacto	Campus / cercanía	No recuperable
 Universidad Central	0 0,0%	3 6,7%	17 37,8%	21 46,7%	0 0,0%	4 8,9%	0 0,0%	0 0,0%
 Universidad San Sebastián	28 6,3%	116 25,9%	205 45,8%	40 8,9%	19 4,2%	14 3,1%	0 0,0%	26 5,8%
 Universidad Mayor	0 0,0%	38 8,0%	134 28,3%	106 22,4%	144 30,4%	0 0,0%	8 1,7%	44 9,3%
 Universidad Andrés Bello	0 0,0%	18 23,4%	39 50,6%	0 0,0%	8 10,4%	11 14,3%	0 0,0%	1 1,3%
 Universidad Gabriela Mistral	0 0,0%	7 6,1%	43 37,4%	25 21,7%	29 25,2%	0 0,0%	0 0,0%	11 9,6%
 Universidad Autónoma	71 37,0%	0 0,0%	0 0,0%	42 21,9%	60 31,3%	13 6,8%	0 0,0%	6 3,1%

Escala continua por marca: 0% blanco azulado · 25% suave · 50% medio · 75% intenso · 100% azul oscuro.

Dominancia y disputa

UNAB concentra progresión; UCEN, catálogo. Autónoma destaca orientación. La flexibilidad cruza varias marcas y se vuelve un argumento difícil de poseer en exclusiva.

Gap y riesgo para UCEN

Falta evidencia de elección inicial en su muestra. Integrar orientación y experiencia es una hipótesis; copiar descuentos o liderazgo de Advance puede hablarle a otra audiencia.

Dos decisiones de comunicación separan las muestras

Mapa de posición documental · Google. Los nodos se ubican por dos porcentajes calculables; los cuadrantes usan corte de 50%.



$X = (T1 + T5) / \text{base Google}$. $Y = \text{Search} / \text{base Google}$. La posición describe mensajes y formato; no intención real, presupuesto ni eficacia. El nivel académico explica parte de las distancias. H = hipótesis de posición. R = riesgo. Detalle y evidencia en las estrategias siguientes.

Estrategias inferidas: qué intenta resolver cada marca

Lectura de posición, mensaje, plataforma y función del funnel. No describe objetivos configurados ni resultados reales.



Universidad Central

Convertir una necesidad profesional en una oferta precisa

Posición observada. La muestra se organiza en catálogo/especialización (46,7%) y progresión/flexibilidad (37,8%). Search ocupa 91,1%; el mensaje privilegia programa, modalidad y plazo.

Hipótesis y evidencia. UG006 reúne ingeniería, online y nueve trimestres; UG020 acota una homologación a un magíster. Predomina una función MOFU/BOFU para quien ya busca desarrollo profesional.

Riesgo. La evidencia no sostiene un posicionamiento de primer ingreso. Trasladar plazos o beneficios de Advance a pregrado puede generar expectativas incorrectas.

Decisión UCEN. Para la licitación, conservar la precisión y construir una razón de elección inicial: qué aprender, cómo comprobarlo y cómo avanzar.

Confianza: Media para la estrategia inferida; alta para la concentración en este inventario.



Universidad San Sebastián

Acumular puertas de entrada y razones para considerar

Posición observada. En Google, progresión/flexibilidad pesa 45,8% y acceso/financiamiento 25,9%; Search 43,5%. Meta agrega videos de campus, autoridad, aporte y especialización.

Hipótesis y evidencia. SG011 invita a ensayo PAES; SG001 a admisión directa. SM001 comunica AQAS para ingenierías y SM005 conectividad futura del campus. Se observan funciones de atracción, evaluación y registro.

Riesgo. La amplitud de puertas no demuestra una experiencia conectada. El campus 2027 es una promesa temporal específica; no una condición ya disponible.

Decisión UCEN. UCEN debe elegir pocas rutas relevantes para pregrado y conectarlas con claridad, en vez de replicar toda la amplitud de USS.

Confianza: Media: múltiples ejemplos, sin recorridos ni destinos finales auditados.

Estrategias inferidas: qué intenta resolver cada marca

Lectura de posición, mensaje, plataforma y función del funnel. No describe objetivos configurados ni resultados reales.

MAYOR

Universidad Mayor

Hacer la oferta concreta por carrera y experiencia

Posición observada. Carrera/experiencia alcanza 30,4%; progresión/flexibilidad, 28,3%. Search pesa 68,6% y Local/Maps 11,6%, con niveles académicos diversos.

Hipótesis y evidencia. MG007 vincula Odontología con prácticas y gratuidad; MG017 identifica Logística, plan continuidad y online. MG001 agrega una carrera y ubicación específicas.

Riesgo. Los planes Advance no son uniformes. Mensajes de año 2025 conviven con el corte 2026. Meta no está disponible para evaluar memoria de marca.

Decisión UCEN. UCEN puede competir por claridad de carrera y evidencia propia, cuidando versión, modalidad y sede en cada combinación.

Confianza: Media-alta para el repertorio Google; no evaluable para Meta.



Universidad Andrés Bello

Reducir fricciones para estudiar una segunda carrera

Posición observada. Progresión/flexibilidad suma 50,6%; beneficios económicos, 23,4%. Search concentra 81,8% del Google recibido. La mezcla está condicionada por 76 tarjetas Advance.

Hipótesis y evidencia. NG002 combina online, descuento y simulación; NG068 refuerza autoridad Advance. NM001 en Meta muestra un claim institucional de top cinco.

Riesgo. Una sola pieza Meta no acredita una arquitectura full-funnel. El N°1 Advance y el top cinco institucional tienen universos distintos; no pueden sumarse como una prueba única.

Decisión UCEN. Aprender la conexión entre beneficio y acción; construir otra prueba cuando la necesidad sea elegir una primera carrera.

Confianza: Media para Advance; baja para inferir el sistema completo de pregrado.

Estrategias inferidas: qué intenta resolver cada marca

Lectura de posición, mensaje, plataforma y función del funnel. No describe objetivos configurados ni resultados reales.



Universidad Gabriela Mistral

Habilitar continuidad y abrir un contacto PAES

Posición observada. En Google, progresión/flexibilidad representa 37,4% y carrera/experiencia 25,2%. Search pesa 32,2%; imagen/Display 37,4%. Meta aporta una invitación PAES.

Hipótesis y evidencia. UG001 pregunta por una beca; UG016 habla de compatibilidad con trabajo/familia. UM001 ofrece un ensayo gratuito con registro en un formulario visible.

Riesgo. Siete tarjetas tienen cruces de programa o nivel que requieren revisión. El único video Meta no demuestra una secuencia de maduración hacia pregrado.

Decisión UCEN. UCEN puede vincular cada ayuda inicial con contenidos de carrera coherentes; revisar todas las combinaciones antes de escalar.

Confianza: Media para los mensajes; baja para generalizar el sistema Meta.



Universidad Autónoma

Acompañar la búsqueda con utilidad y aporte formativo

Posición observada. Orientación/PAES pesa 37,0% y carrera/experiencia 31,3% en Google; Search 70,3%. Las 12 tarjetas Meta se concentran en marca, futuro e impacto.

Hipótesis y evidencia. AG004 ofrece test vocacional; AG001 despliega requisitos/malla. AG033 y AM002 muestran el relato de una titulada con una aplicación concreta de su formación.

Riesgo. El relato observable puede sumar credibilidad, pero no demuestra intención, recuerdo ni matrícula. Las historias repetidas no acreditan usuarios compartidos entre plataformas.

Decisión UCEN. UCEN puede conectar una pregunta del postulante con una evidencia de aprendizaje y una acción específica por carrera.

Confianza: Media-alta en señales observadas; media para complementariedad editorial.

FODA UCEN: fortalezas para decidir

Cada señal se traduce en una acción para la campaña de pregrado; las mediciones propuestas son hipótesis.



Universidad Central

FORTALEZA

Defender la precisión de la oferta

Evidencia. UCEN:UG006 nombra la ingeniería, la modalidad online y nueve trimestres; UG014 también concreta una ruta Advance.

Lectura crítica. La precisión reduce ambigüedad sobre lo que se ofrece, aunque aquí responda a continuidad. La ventaja a defender es un método de comunicación, no la transferibilidad de ese plazo.

Implicancia. Un postulante de pregrado necesita la misma claridad sobre carrera, sede, modalidad y requisitos.

Acción. Construir una ficha de mensaje por carrera prioritaria con campos validados por la universidad.

Experimento / KPI. Test de comprensión: proporción que identifica correctamente carrera, modalidad y siguiente paso. Hipótesis de mejora frente a un anuncio genérico.

Confianza: Alta en la señal; media en su transferencia.



Universidad Central

FORTALEZA

Convertir el respaldo en prueba con alcance

Evidencia. UCEN:UG020 y UG027 mencionan homologación por la Academia Judicial de Chile para un programa de postgrado.

Lectura crítica. Una prueba específica puede ser más informativa que una afirmación institucional amplia. Su validez y alcance necesitan documentación antes de reutilizarse.

Implicancia. Para pregrado, cada argumento debe corresponder a la carrera o experiencia que promete.

Acción. Inventariar evidencias propias: proyectos, prácticas, infraestructura y acreditaciones aplicables; asignar responsable y vigencia.

Experimento / KPI. Comparar prueba específica con claim general mediante comprensión y consideración declarada; sin metas numéricas antes de línea base.

Confianza: Alta en el texto visible; media en la acción propuesta.

FODA UCEN: debilidades para decidir

Cada señal se traduce en una acción para la campaña de pregrado; las mediciones propuestas son hipótesis.



Universidad Central

DEBILIDAD

Construir evidencia de primer ingreso

Evidencia. Las 45 tarjetas UCEN contienen 23 postgrado/oferta asociada, 11 Advance, ocho EC y tres sin nivel definido. No hay una pieza inequívoca de pregrado regular.

Lectura crítica. El material disponible responde sobre todo a necesidades posteriores. No permite evaluar una campaña de admisión regular ni demostrar una razón de elección inicial.

Implicancia. La licitación necesita una propuesta de pregrado con evidencia nueva, en vez de extrapolar la oferta recibida.

Acción. Priorizar carreras con brief validado y definir dudas, pruebas, sedes y vías de ingreso por audiencia.

Experimento / KPI. Cobertura editorial: carreras prioritarias con mensaje, evidencia y destino coherentes; medir comprensión con potenciales postulantes.

Confianza: Alta para este set; baja para afirmar ausencia en toda la operación.



Universidad Central

DEBILIDAD

Cerrar la ambigüedad de calendario y beneficio

Evidencia. UCEN:UG033 comunica “Postgrados U. Central 2025”; UG011 muestra una ruta 2027. UG009 presenta un beneficio de arancel/matricula cero en segundo título.

Lectura crítica. El corte 2026 reúne referencias de períodos y ofertas diferentes. La captura no demuestra error de landing, pero obliga a revisar vigencia y elegibilidad.

Implicancia. Una campaña de pregrado pierde claridad si combina convocatoria, modalidad y beneficio de programas distintos.

Acción. Aplicar una revisión cruzada de año, oferta, condiciones y CTA en anuncio y página de destino antes de publicar.

Experimento / KPI. Tasa de piezas que pasan control de coherencia; errores detectados por revisión. Objetivo operativo: ninguna inconsistencia pendiente al aprobar.

Confianza: Alta en las referencias visibles; media en el riesgo de confusión.

FODA UCEN: oportunidades para decidir

Cada señal se traduce en una acción para la campaña de pregrado; las mediciones propuestas son hipótesis.



Universidad Central

OPORTUNIDAD

Atacar la decisión con ayuda útil

Evidencia. Autónoma:AG004 propone un test vocacional; USS:SG011 invita a ensayo PAES; UGM:UM001 facilita registro a una actividad gratuita.

Lectura crítica. La captación temprana aparece en tres competidores. UCEN puede desarrollar una respuesta más completa si la ayuda conduce a una evaluación informada de carreras.

Implicancia. Diferenciar el acompañamiento por el valor posterior al registro, no solo por gratuidad.

Acción. Probar una guía breve de elección con evidencia por carrera y una asesoría o experiencia posterior disponible.

Experimento / KPI. Finalización de la herramienta, consulta de contenidos de carrera y solicitudes calificadas. Hipótesis: mayor progresión con ayuda conectada.

Confianza: Media: oportunidad inferida; recorrido competitivo no auditado.



Universidad Central

OPORTUNIDAD

Explorar un relato propio de aprendizaje

Evidencia. Mayor:MG007 menciona prácticas desde el inicio; Autónoma:AM002 convierte la formación en un aporte concreto; USS:SM001 aporta respaldo a ingenierías.

Lectura crítica. El campo de la prueba ya tiene competencia. El espacio está en una evidencia auténtica y relevante para elegir UCEN, no en copiar la forma superficial del testimonio.

Implicancia. Un proyecto o experiencia de carrera puede unir memoria de marca y evaluación de la oferta.

Acción. Producir una pieza de aprendizaje observable, con contexto y alcance verificados, y derivarla a una ficha de carrera congruente.

Experimento / KPI. Comparar recuerdo del argumento y visita cualificada a carrera entre relato y pieza funcional; evaluar después costo por solicitud calificada.

Confianza: Media: se requiere validar la prueba propia y la respuesta de audiencia.

FODA UCEN: amenazas para decidir

Cada señal se traduce en una acción para la campaña de pregrado; las mediciones propuestas son hipótesis.



Universidad Central

AMENAZA

Evitar la sustitución por conveniencia

Evidencia. En Google, progresión/flexibilidad pesa 50,6% en UNAB, 45,8% en USS, 37,8% en UCEN y 37,4% en UGM. Los niveles académicos son distintos.

Lectura crítica. Online, plazos y avance se repiten. Si UCEN usa esa gramática como promesa de pregrado sin algo distintivo, puede resultar intercambiable o improcedente.

Implicancia. La campaña necesita jerarquía: primero razón de elección, luego condiciones que facilitan decidir.

Acción. Testear dos arquitecturas creativas: prueba formativa primero versus conveniencia primero, solo con atributos aplicables.

Experimento / KPI. Asociación correcta de marca y razón de elección; solicitudes calificadas como validación posterior.

Confianza: Media: saturación del repertorio, no percepción medida.



Universidad Central

AMENAZA

Responder a competidores que llegan antes

Evidencia. Autónoma combina 71 tarjetas de orientación/PAES y 60 de carrera/experiencia en Google. USS agrega PAES, simulación y vías de admisión.

Lectura crítica. Estos recursos pueden introducir a la universidad antes de la consulta transaccional. No se sabe si generan audiencias o conversiones efectivas.

Implicancia. UCEN necesita ser útil antes de “postula”, sin presuponer que el usuario está listo para convertir.

Acción. Diseñar contenidos por duda: qué estudiar, cómo se aprende y cómo ingresar; asignar a cada uno una acción acorde.

Experimento / KPI. Medir paso entre contenido útil y exploración de carrera; luego contacto útil y postulación iniciada con eventos propios.

Confianza: Media en la amenaza; no se estima pérdida de demanda.

Mini-FODA competitivo: qué deja abierto cada rival

Fortalezas observables y riesgos inferidos, con una consecuencia explícita para el cliente.



Universidad San Sebastián

Fortaleza, riesgo y espacio para UCEN

Fortaleza visible. Múltiples entradas: PAES, becas, admisión directa y contenidos de campus/autoridad.

Debilidad / riesgo. Amplitud documental no demuestra integración; el beneficio de conectividad se comunica para 2027.

Amenaza para UCEN. Puede ocupar preguntas de acceso y experiencia antes de que UCEN presente su propuesta de carrera.

Oportunidad que deja. Una ruta más clara y menos dispersa: pregunta del estudiante → prueba → acción.

Evidencia y límite. SG011, SG001, SM001, SM005. 448 Google + 26 Meta; sin recorridos verificados.

MAYOR

Universidad Mayor

Fortaleza, riesgo y espacio para UCEN

Fortaleza visible. Baja la promesa a carrera, práctica y ubicación; repertorio de Search y presencia Local/Maps.

Debilidad / riesgo. Niveles variados y referencias de año 2025; no hay material Meta para cerrar la lectura de marca.

Amenaza para UCEN. Puede responder mejor a quien ya tiene una carrera en mente y busca argumentos tangibles.

Oportunidad que deja. Mostrar el aprendizaje propio de UCEN con precisión de programa, sede y vigencia.

Evidencia y límite. MG001, MG007, MG017. No se valida la acreditación ni el liderazgo que el copy enuncia.

Mini-FODA competitivo: qué deja abierto cada rival

Fortalezas observables y riesgos inferidos, con una consecuencia explícita para el cliente.



Universidad Andrés Bello

Fortaleza, riesgo y espacio para UCEN

Fortaleza visible. Conecta beneficios, modalidad, segunda carrera y una llamada a simular o solicitar información.

Debilidad / riesgo. La muestra es mayoritariamente Advance y solo hay una tarjeta Meta institucional.

Amenaza para UCEN. Su conveniencia puede hacer genéricos los argumentos de continuidad que también usa UCEN.

Oportunidad que deja. Separar claramente elección inicial y prosecución; evitar competir por una oferta que no corresponde al brief.

Evidencia y límite. NG002, NG068, NM001. Claims de liderazgo con alcances diferentes, sin verificación independiente.



Universidad Gabriela Mistral

Fortaleza, riesgo y espacio para UCEN

Fortaleza visible. Continuidad con beca y compatibilidad; Meta incorpora un servicio concreto de preparación PAES.

Debilidad / riesgo. Cruces de programa/nivel en siete tarjetas; una sola observación Meta limita la arquitectura inferida.

Amenaza para UCEN. La gratuidad de una actividad permite un primer contacto de baja fricción con potenciales postulantes.

Oportunidad que deja. Acompañar ese contacto con coherencia entre programa, mensaje, recurso y destino.

Evidencia y límite. UG001, UG016, UM001. No se infiere causa técnica de las inconsistencias ni resultados del formulario.

Mini-FODA competitivo: qué deja abierto cada rival

Fortalezas observables y riesgos inferidos, con una consecuencia explícita para el cliente.



Universidad Autónoma

Fortaleza, riesgo y espacio para UCEN

Fortaleza visible. Repertorio de orientación y PAES, contenidos de carrera y relatos de impacto de titulados.

Debilidad / riesgo. La recurrencia de un relato no demuestra diversidad conceptual ni recorrido entre plataformas.

Amenaza para UCEN. Puede combinar ayuda práctica y una razón emocional para considerar la universidad.

Oportunidad que deja. Producir pruebas de aprendizaje propias y conectar cada relato con una duda específica de elección.

Evidencia y límite. AG004, AG001, AG033, AM002. Claims atribuidos; sin eficacia ni targeting observables.

CRITERIO COMPARATIVO

Priorizar por problema, no por tamaño de muestra

Autónoma y USS aportan referencias útiles para captación previa y evaluación de carrera. Mayor aporta especificidad formativa. UNAB y UGM exigen separar el aprendizaje de continuidad del de pregrado.

La cobertura documental desigual impide declarar quién invierte más, quién convierte mejor o quién domina Chile.

Decisión: usar el competidor que mejor ilustra cada problema de UCEN; no convertir el total de tarjetas en un ranking de amenaza.

TOFU: dar una razón para prestar atención

Matriz comparativa cualitativa · ejemplos seleccionados, funciones no excluyentes; no se estiman pesos ni objetivos reales de campaña.



Universidad Central

TOFU

Catálogo y desarrollo profesional

Mensaje / formato / plataforma. UG042: educación continua con fotografía de aula; Google imagen/Display. Mensaje de ampliar conocimientos.

Audiencia o intención. Profesionales explorando formación posterior; audiencia inferida. No se muestra un relato específico de elección inicial.

Gap y límite. La oferta recibida no permite evaluar saliencia de pregrado.

Implicancia → acción UCEN. Construir una escena real de aprendizaje por carrera y una pregunta relevante para quien está eligiendo.



Universidad San Sebastián

TOFU

Aporte y experiencia del campus

Mensaje / formato / plataforma. SM003: microplásticos y aporte de conocimiento; SM005: conectividad 2027. Meta video.

Audiencia o intención. Personas que evalúan universidad y entorno; intención inferida, no segmentación observada.

Gap y límite. Se ven razones distintas para considerar; no se acredita asociación con carreras concretas en un recorrido real.

Implicancia → acción UCEN. Unir una experiencia propia de UCEN con la carrera pertinente y un próximo contenido útil.

MAYOR

Universidad Mayor

TOFU

Vocación y experiencia tangible

Mensaje / formato / plataforma. MG007: futuro en Odontología y prácticas; Google Search. MG017: escena laboral para continuidad, imagen/Display.

Audiencia o intención. Exploración de una carrera o desarrollo laboral. Son públicos inferidos de ofertas diferentes.

Gap y límite. Search puede aportar conocimiento al leerlo, pero no demuestra una campaña de alcance ni cobertura TOFU.

Implicancia → acción UCEN. Probar el aprendizaje concreto como entrada creativa para pregrado; no usar una escena de continuidad sin contexto.

La misma pieza puede atraer, informar y captar. Se citan ejemplos verificables en lugar de sumar clasificaciones de funnel de origen que no tenían reglas equivalentes.

TOFU: dar una razón para prestar atención

Matriz comparativa cualitativa · ejemplos seleccionados, funciones no excluyentes; no se estiman pesos ni objetivos reales de campaña.



Universidad Andrés Bello

TOFU

Autoridad institucional

Mensaje / formato / plataforma. NM001: claim de top cinco universidades en Chile; Meta imagen estática.

Audiencia o intención. Consideración amplia de universidad; audiencia inferida. La pieza no señala una carrera de pregrado.

Gap y límite. Una sola tarjeta; ranking no verificado. No se conoce diversidad creativa ni alcance.

Implicancia → acción UCEN. Testear una evidencia formativa específica de UCEN contra un mensaje institucional general validado.



Universidad Gabriela Mistral

TOFU

Utilidad de preparación

Mensaje / formato / plataforma. UM001: ensayo PAES gratuito para enseñanza media y egresados; Meta video con registro.

Audiencia o intención. Audiencia descrita en el copy; targeting real desconocido. Puede atraer y captar en la misma pieza.

Gap y límite. No se documenta cómo la actividad lleva a elegir una carrera. Una observación no permite medir continuidad.

Implicancia → acción UCEN. Diseñar una ayuda útil y su devolución: resultado, orientación y contenido relevante por carrera.



Universidad Autónoma

TOFU

La formación produce un aporte

Mensaje / formato / plataforma. AM002: titulada que desarrolla un spray; Meta imagen. AG033: relato equivalente en Google, formato no determinable.

Audiencia o intención. Personas que buscan sentido y resultados de una formación; inferencia editorial.

Gap y límite. Relato compartido no demuestra secuencia o usuarios compartidos. El aporte no es una promesa universal.

Implicancia → acción UCEN. Probar historias propias con contexto: qué se aprendió, qué experiencia lo permitió y dónde conocer la carrera.

La misma pieza puede atraer, informar y captar. Se citan ejemplos verificables en lugar de sumar clasificaciones de funnel de origen que no tenían reglas equivalentes.

MOFU: ayudar a evaluar una opción

Matriz comparativa cualitativa · ejemplos seleccionados, funciones no excluyentes; no se estiman pesos ni objetivos reales de campaña.



Universidad Central

MOFU

Precisión y respaldo del programa

Mensaje / formato / plataforma. UG006: modalidad y nueve trimestres Advance; UG020: homologación de un magíster. Google Search.

Audiencia o intención. Quien compara programas para continuar o especializarse; no primer ingreso confirmado.

Gap y límite. Las pruebas disponibles corresponden a otra oferta académica.

Implicancia → acción UCEN. Replicar la precisión en pregrado con información real de sede, plan, experiencia y requisitos.



Universidad San Sebastián

MOFU

Carrera, simulación y autoridad

Mensaje / formato / plataforma. SG107: Psicología y simulación de beca, Google Search; SM001: acreditación AQAS de ingenierías, Meta video.

Audiencia o intención. Evaluación académica y económica de una opción; intención inferida.

Gap y límite. La prueba de ingenierías no puede extenderse a todos los programas; el beneficio depende de condiciones.

Implicancia → acción UCEN. Organizar una ficha de evaluación UCEN que distinga prueba, costo/ beneficio aplicable y siguiente paso.

MAYOR

Universidad Mayor

MOFU

Prácticas y plan de estudio

Mensaje / formato / plataforma. MG007: prácticas desde el inicio en Odontología, Google Search; MG017: plan continuidad online, imagen/ Display.

Audiencia o intención. Comparación de experiencia formativa o compatibilidad según programa; públicos diferentes.

Gap y límite. Especificidad útil, con límites de oferta y claims aún no auditados.

Implicancia → acción UCEN. Mostrar una experiencia verificable de cada carrera UCEN prioritaria; evitar promesas transversales sin alcance.

La misma pieza puede atraer, informar y captar. Se citan ejemplos verificables en lugar de sumar clasificaciones de funnel de origen que no tenían reglas equivalentes.

MOFU: ayudar a evaluar una opción

Matriz comparativa cualitativa · ejemplos seleccionados, funciones no excluyentes; no se estiman pesos ni objetivos reales de campaña.



Universidad Andrés Bello

MOFU

Beneficio y modalidad para continuar

Mensaje / formato / plataforma. NG002: 30% de descuento, matrícula gratis y online; Google Search. NG068: autoridad Advance, imagen/Display.

Audiencia o intención. Personas con interés en segunda carrera y su viabilidad; inferencia por mensaje.

Gap y límite. No acredita elegibilidad de cada persona ni pertinencia de esos beneficios para pregrado regular.

Implicancia → acción UCEN. Separar prueba académica de condiciones comerciales; validar la oferta UCEN que corresponde al usuario.



Universidad Gabriela Mistral

MOFU

Compatibilidad con trabajo y familia

Mensaje / formato / plataforma. UG016: Psicología online, junto a una mención de Ingeniería Civil Industrial; Google Search. UG001: beca en continuidad, imagen/Display.

Audiencia o intención. Personas que desean retomar/continuar estudios; no segmentación verificada.

Gap y límite. La inconsistencia de programa puede afectar comprensión; no se mide su efecto real.

Implicancia → acción UCEN. Aplicar un control semántico de cada combinación de textos e imágenes y test de comprensión con usuarios.



Universidad Autónoma

MOFU

Información para elegir

Mensaje / formato / plataforma. AG004: test vocacional; AG001: requisitos, malla, gratuidad y becas. Google Search.

Audiencia o intención. Exploración de intereses y comparación de carreras; inferencia, salvo lo expresado en el copy.

Gap y límite. Una lista de recursos no demuestra calidad del contenido ni conexión entre páginas.

Implicancia → acción UCEN. Probar una ficha clara de carrera y una prueba formativa, enlazadas desde la ayuda vocacional.

La misma pieza puede atraer, informar y captar. Se citan ejemplos verificables en lugar de sumar clasificaciones de funnel de origen que no tenían reglas equivalentes.

BOFU: hacer claro el siguiente paso

Matriz comparativa cualitativa · ejemplos seleccionados, funciones no excluyentes; no se estiman pesos ni objetivos reales de campaña.



Universidad Central

BOFU

Avanzar hacia un programa

Mensaje / formato / plataforma. UG006: “Obtén tu título”; UG009: segundo título con beneficio y plazo. Google Search; destinos Advance visibles.

Audiencia o intención. Usuario con intención de consultar o continuar estudios. La conversión real y la elegibilidad son desconocidas.

Gap y límite. No se observa una ruta inequívoca de postulación regular en el material UCEN.

Implicancia → acción UCEN. Preparar CTA y destino por vía de pregrado: consultar requisitos, solicitar asesoría o iniciar postulación según disponibilidad.



Universidad San Sebastián

BOFU

Registro y vía de ingreso

Mensaje / formato / plataforma. SG001: “Postula” por admisión directa; SG011: “Inscríbete” al ensayo PAES. Google Search.

Audiencia o intención. Intención de registro o ingreso alternativo. Una inscripción PAES no equivale a postulación universitaria.

Gap y límite. El recorrido posterior y su tasa de avance no se observan.

Implicancia → acción UCEN. Distinguir en la medición UCEN registro de actividad, contacto útil y postulación; mantener una promesa por acción.

MAYOR

Universidad Mayor

BOFU

Consulta con contexto de plan

Mensaje / formato / plataforma. MG017: “Más información” y admisión abierta de continuidad; Google imagen/Display. MG007 ofrece enlaces de carrera y campus.

Audiencia o intención. Evaluación avanzada o solicitud de información según programa; función inferida.

Gap y límite. El set no confirma conversiones ni destinos finales. No hay capa Meta para completar la lectura.

Implicancia → acción UCEN. Llevar a una página pertinente y hacer explícito qué información se recibirá al consultar por pregrado.

La misma pieza puede atraer, informar y captar. Se citan ejemplos verificables en lugar de sumar clasificaciones de funnel de origen que no tenían reglas equivalentes.

BOFU: hacer claro el siguiente paso

Matriz comparativa cualitativa · ejemplos seleccionados, funciones no excluyentes; no se estiman pesos ni objetivos reales de campaña.



Universidad Andrés Bello

BOFU

Simular o pedir información

Mensaje / formato / plataforma. NG002: simulación de beneficio y solicitud de información; Google Search. Hosts Advance y simulador visibles en el set.

Audiencia o intención. Interés en costo y viabilidad de una segunda carrera; inferencia de necesidad.

Gap y límite. Simular una beca no prueba una postulación ni la elegibilidad para el beneficio anunciado.

Implicancia → acción UCEN. Probar un CTA que corresponda a la duda: revisar condiciones primero, asesoría después; medir calidad del contacto.



Universidad Gabriela Mistral

BOFU

Registro a una actividad concreta

Mensaje / formato / plataforma. UM001: “Registrarte”, ensayo PAES gratuito; Meta video y host forms.cloud.microsoft.

Audiencia o intención. Enseñanza media y egresados, según el texto; intención de inscripción a actividad.

Gap y límite. Formulario visible no auditado. No se conoce la devolución ni el paso a una carrera.

Implicancia → acción UCEN. Confirmar registro y entregar una devolución útil, con un siguiente paso opcional hacia la oferta de UCEN.



Universidad Autónoma

BOFU

Empezar por una acción útil

Mensaje / formato / plataforma. AG011: “Inscríbete gratis” en preuniversitario; AG004: “Comienza ahora” en test. Google Search.

Audiencia o intención. Interés en preparación o exploración; no equivale a estar listo para postular.

Gap y límite. No se puede atribuir matrícula o calidad del lead al llamado visible.

Implicancia → acción UCEN. Medir finalización y avance posterior por tipo de ayuda; distinguir asesoría de inscripción a una herramienta.

La misma pieza puede atraer, informar y captar. Se citan ejemplos verificables en lugar de sumar clasificaciones de funnel de origen que no tenían reglas equivalentes.

Search es la base funcional; la mezcla visual no es uniforme

Formatos observables de Google · porcentajes internos sobre todas las tarjetas de cada universidad.



Universidad Central



Search: 41 (91,1%) · Imagen / Display: 4 (8,9%)



Universidad San Sebastián



Search: 195 (43,5%) · Imagen / Display: 135 (30,1%) · Video: 35 (7,8%) · Local / Maps: 16 (3,6%) · No determinable: 67 (15,0%)

MAYOR

Universidad Mayor



Search: 325 (68,6%) · Imagen / Display: 47 (9,9%) · Local / Maps: 55 (11,6%) · No determinable: 47 (9,9%)

■ Search ■ Imagen / Display ■ Video ■ Local / Maps ■ No determinable

UCEN: 41/45 Search (91,1%). UGM ofrece mayor proporción de imagen/Display (37,4%) y USS más video visible (7,8%). No determinable no significa ausencia de video ni menor capacidad creativa.

Search es la base funcional; la mezcla visual no es uniforme

Formatos observables de Google · porcentajes internos sobre todas las tarjetas de cada universidad.



Universidad Andrés Bello



Search: 63 (81,8%) · Imagen / Display: 6 (7,8%) · Video: 1 (1,3%) · No determinable: 7 (9,1%)



Universidad Gabriela Mistral



Search: 37 (32,2%) · Imagen / Display: 43 (37,4%) · Video: 1 (0,9%) · Local / Maps: 10 (8,7%) · No determinable: 24 (20,9%)



Universidad Autónoma



Search: 135 (70,3%) · Imagen / Display: 31 (16,1%) · No determinable: 26 (13,5%)

■ Search ■ Imagen / Display ■ Video ■ Local / Maps ■ No determinable

UCEN: 41/45 Search (91,1%). UGM ofrece mayor proporción de imagen/Display (37,4%) y USS más video visible (7,8%). No determinable no significa ausencia de video ni menor capacidad creativa.

Meta agrega relatos distintos, con cobertura desigual

Formato observable no equivale a duración, placement efectivo, objetivo o eficacia.



Universidad San Sebastián

USS · 26 videos

Ocho conectividad de campus, nueve especialización, cuatro carrera/experiencia y cinco reputación. La pieza de campus presenta una condición futura; AQAS corresponde a ingenierías.

Código: video institucional y argumentos específicos. No se recupera el desarrollo audiovisual completo de cada pieza.



Universidad Autónoma

Autónoma · ocho imágenes + cuatro videos

Doce piezas del territorio marca/futuro/impacto. El relato de una titulada convierte la formación en una aplicación concreta.

Código: persona, resultado y titular editorial. Repetir una historia entre plataformas no prueba diversidad conceptual.

UNAB / UGM · una tarjeta cada una

UNAB: imagen institucional con claim de posición. **UGM:** video con actividad PAES y registro.

UCEN: el ensayo debe variar concepto y formato cuando haya material propio, sin tomar una pieza aislada como estrategia completa. [\[F2\]](#)

Aplicación a la campaña de UCEN

Probar tres conceptos: ayuda para elegir, experiencia de aprendizaje y vía de ingreso. Adaptar texto, imagen y video a la función de cada uno.

Mantener carrera, sede, modalidad y acción reconocibles. La adaptación debe evaluarse por comprensión y contacto útil, no por cantidad de versiones. [\[F1\]](#) [\[F2\]](#)

Respaldo académico y alianza comercial son categorías distintas

Ecosistema observable · no se atribuyen acuerdos de creadores a partir de personas o sellos visibles.

PRUEBA ESPECÍFICA

Autoridad con alcance

UCEN:UG020: homologación por Academia Judicial para un magíster.

USS:SM001: acreditación AQAS de ingenierías.

Son menciones de respaldo académico. No acreditan campañas con creadores ni convenios comerciales generales.

PROTAGONISTAS

Personas en el relato

Autónoma:AM002: una titulada y su aporte. En USS hay personas y conocimiento institucional; no se verifica colaboración remunerada con creadores.

Una persona visible puede ser protagonista de marca sin constituir creator marketing.

ARGUMENTOS

Sellos y rankings

UNAB diferencia autoridad Advance e institucional. UGM y Mayor incluyen respaldos dentro de piezas de oferta; no se verificó su alcance ni vigencia.

No interpretar ausencia de un cluster de autoridad como ausencia de sellos secundarios.

ACCIÓN

Decisión para UCEN

Construir una prueba propia con responsable, documentación, alcance y permiso de uso. Elegir a la persona por lo que puede demostrar sobre la formación.

OMD Chile SPA figura en tarjetas UCEN como anunciante/pagador visible; no es evidencia de creador o coautor creativo.

No se confirmó una alianza comercial o de creadores que permita diferenciar las seis universidades. Esto describe el material revisado, no el ecosistema completo de cada institución.

Dónde competir y qué evitar copiar

Saturación y espacios relativos al conjunto recibido; no son mediciones de percepción ni vacíos comprobados del mercado.

DEFENDER / EVITAR

Repetido · conveniencia profesional

Online, segunda carrera, plazos, becas y compatibilidad se reiteran en continuidad. Evidencia: UCEN:UG006, UNAB:NG002, UGM:UG001/UG016, Mayor:MG017.

Movimiento: defender claridad, evitar que la conveniencia sea la única promesa de pregrado.

ATACAR

Disputado · ayuda para ingresar

Autónoma trabaja orientación y PAES; USS incorpora ensayo, beca y acceso; UGM registra a una actividad gratuita en Meta.

Movimiento: atacar la continuidad de la ayuda: después del test o ensayo, ofrecer un contenido de carrera pertinente.

EXPLORAR

Subutilizado en UCEN · aprendizaje visible

Mayor:MG007 y Autónoma:AM002 hacen más concreta la formación. En la muestra UCEN, UG042 muestra aula de EC, sin una prueba de carrera de primer ingreso.

Movimiento: explorar una experiencia auténtica, sin presentar educación continua como pregrado.

REPOSICIONAR / TESTEAR

Espacio a integrar · decisión completa

Las capturas muestran fragmentos de orientación, prueba y acción. No permiten verificar una cadena completa ni señalar que nadie la tiene.

Movimiento: reposicionar la propuesta UCEN como ayuda para elegir con evidencia. Testear comprensión y avance, antes de escalar.

Oportunidades para UCEN: defender y atacar

Movimientos propuestos para la licitación. Priorización cualitativa; no se asignan presupuesto ni resultados esperados.



Universidad Central

DEFENDER

La claridad como activo de UCEN

Brecha y evidencia. UCEN:UG006 y UG020 concretan oferta y prueba; UGM:UG016 muestra el riesgo de mezclar programas.

Funnel / canal. MOFU · Google Search + página de carrera.

Acción / experimento. Establecer un mensaje por carrera, sede y modalidad. Revisar que la prueba y el CTA correspondan a la oferta.

KPI como hipótesis. Comparar comprensión de oferta específica frente a catálogo general. KPI: identificación correcta y acceso al contenido pertinente.

Impacto: Alto · **Dificultad:** Media

Confianza: Alta en el problema; media en el efecto esperado.



Universidad Central

ATACAR

Una ayuda que continúe después del registro

Brecha y evidencia. Autónoma:AG004, USS:SG011 y UGM:UM001 abren contacto útil. No se verifica el recorrido posterior en los insumos.

Funnel / canal. TOFU → MOFU · Meta + Google + experiencia propia.

Acción / experimento. Probar una ayuda de elección con devolución relevante y contenido de carrera. Ofrecer asesoría cuando exista capacidad real.

KPI como hipótesis. KPI: finalización, consulta de carrera y contacto calificado. Hipótesis: la devolución útil aumenta el avance, sin prometer una mejora porcentual.

Impacto: Alto · **Dificultad:** Alta

Confianza: Media: la brecha es inferida desde evidencia parcial.

Oportunidades para UCEN: explorar y reposicionar

Movimientos propuestos para la licitación. Priorización cualitativa; no se asignan presupuesto ni resultados esperados.



Universidad Central

EXPLORAR

Una prueba de aprendizaje propia

Brecha y evidencia. Mayor:MG007 vincula prácticas y carrera; Autónoma:AM002 conecta formación y aporte. UCEN necesita evidencia específica de pregrado.

Funnel / canal. TOFU / MOFU · Meta video e imagen + página de carrera.

Acción / experimento. Documentar un proyecto, experiencia o práctica verificable. Probar relato contextualizado frente a una pieza de atributos.

KPI como hipótesis. KPI: recuerdo del argumento y asociación a UCEN; después, visitas calificadas y solicitudes pertinentes.

Impacto: Alto · **Dificultad:** Media-alta

Confianza: Media; requiere validar el caso y su pertinencia.



Universidad Central

REPOSICIONAR

De catálogo a razón de elección inicial

Brecha y evidencia. UCEN concentra 46,7% Google en catálogo/especialización; el brief requiere pregrado. UNAB y UGM ilustran los límites de trasladar continuidad.

Funnel / canal. MOFU · Google Search + contenido de carrera.

Acción / experimento. Organizar la propuesta en una pregunta por carrera: qué aprenderé, cómo lo viviré y qué necesito para ingresar.

KPI como hipótesis. KPI: comprensión de la diferencia UCEN y preferencia declarada en un test; luego progresión hacia asesoría.

Impacto: Alto · **Dificultad:** Alta

Confianza: Media: dirección estratégica a validar.

Oportunidades para UCEN: testear y evitar

Movimientos propuestos para la licitación. Priorización cualitativa; no se asignan presupuesto ni resultados esperados.



Universidad Central

TESTEAR

Concepto y acción antes de ampliar versiones

Brecha y evidencia. USS añade videos de campus y autoridad; Autónoma, impacto; UNAB, ranking; UGM, PAES. Son funciones diferentes, no una receta de formato.

Funnel / canal. TOFU / MOFU / BOFU · Meta y Google por función.

Acción / experimento. Cruzar dos conceptos pertinentes con dos formatos disponibles, conservando una oferta y un CTA coherentes. Registrar hipótesis y variable que cambia. [\[F2\]](#)

KPI como hipótesis. KPI por función: recuerdo, lectura útil o solicitud calificada. Hipótesis: cambiar el concepto aporta más que variar solo el diseño.

Impacto: Medio-alto · **Dificultad:** Media

Confianza: Media; resultados y suficiencia muestral pendientes.



Universidad Central

EVITAR

Promesas sin alcance o calendario común

Brecha y evidencia. UCEN:UG033 conserva 2025; UNAB:NG077 menciona marzo 2026; UGM:UG016 cruza carreras. Son señales visibles, no fallas de rendimiento demostradas.

Funnel / canal. Transversal · Google, Meta y destinos.

Acción / experimento. Comprobar año, programa, sede, modalidad, beneficio, requisitos y prueba antes de aprobar cada combinación. Validar lo que realmente corresponde a pregrado.

KPI como hipótesis. KPI operativo: incidencias abiertas y porcentaje de piezas revisadas; criterio de publicación: ninguna inconsistencia pendiente.

Impacto: Alto · **Dificultad:** Baja-media

Confianza: Alta en la necesidad de coherencia.

Diagnóstico crítico: el atributo no reemplaza la prueba

El conjunto recibido permite identificar problemas de comunicación; no auditar la operación completa de la categoría.

Lo útil: reducir incertidumbre

Evidencia. Autónoma:AG004 ayuda a explorar; USS:SG011 a prepararse; Mayor:MG007 vuelve concreta una carrera.

Por qué importa. Son respuestas a dudas anteriores a la matrícula. Le dan al mensaje una utilidad identificable.

Decisión UCEN. Definir una pregunta por audiencia y etapa, y demostrar cómo la universidad ayuda a resolverla.

Riesgo de no actuar. Que la propuesta se limite a enumerar carreras y se vuelva poco útil frente a alternativas más concretas.

Lo repetido: conveniencia sin diferencia

Evidencia. La progresión/flexibilidad tiene peso relevante en cuatro muestras; modalidad, plazo y beneficio se reiteran.

Lectura crítica. Son atributos válidos para la oferta correspondiente, pero su repetición no demuestra una razón exclusiva de elección.

Decisión UCEN. Jerarquizar una prueba de formación y usar condiciones comerciales como soporte, con alcance claro.

Riesgo de no actuar. Intercambiabilidad del mensaje o promesas que correspondían a continuidad y no a pregrado.

Diagnóstico crítico: una promesa debe sobrevivir al clic

Las inconsistencias observables habilitan controles concretos; los destinos finales no fueron auditados.

El problema: oferta y calendario ambiguos

Evidencia. UCEN:UG033 explicita 2025. UGM:UG016 abre Psicología e incluye Ingeniería Civil Industrial. UNAB:NG077 indica inicio marzo 2026.

Por qué importa. Un usuario necesita saber qué programa, modalidad y convocatoria está evaluando. El material no permite determinar si vio una versión corregida después.

Decisión. Revisar combinaciones completas y vigencia; comprobar que el destino reproduzca la promesa y el CTA. [\[F1\]](#)

Riesgo. Consultas poco pertinentes o confusión: hipótesis a medir, no efectos demostrados.

El problema: medir acciones distintas como equivalentes

Evidencia. Hay registros PAES, simulaciones, consultas y postulaciones. Los anuncios no muestran sus resultados.

Por qué importa. Una inscripción gratuita no prueba preferencia por una carrera; una solicitud tampoco equivale a matrícula.

Decisión. Definir eventos y criterios de contacto útil por ruta. Medir el avance entre acciones con datos propios de UCEN.

Riesgo. Optimizar el volumen de registros y perder de vista su pertinencia para la campaña de pregrado.

La propuesta de campaña debe unir tres capas

Recomendaciones para formular la licitación · cada capa tiene mensaje, formato, acción y criterio de evaluación.

ENTRADA

1 · Una pregunta relevante

Territorio: orientación y elección. **TOFU.** Google Search para preguntas; Meta imagen/video para introducir una ayuda o experiencia.

Mensaje: una duda concreta del futuro estudiante, seguida de una utilidad disponible.

Prueba: comparar ayuda conectada versus comunicación institucional general. **KPI:** comprensión, uso y recuerdo del argumento.

Confianza: media; referencias AG004, SG011, UM001.

EVALUACIÓN

2 · Una evidencia por carrera

Territorio: aprendizaje y prueba. **MOFU.** Search, contenido de carrera, imagen o video demostrativo.

Mensaje: qué aprenderá, cómo podrá vivirlo y qué respalda esa afirmación.

Prueba: comparar experiencia específica versus atributos genéricos. **KPI:** asociación a UCEN y exploración cualificada de carrera.

Confianza: media; referencias MG007, AM002, UCEN:UG020.

ACCIÓN

3 · Una siguiente acción clara

Territorio: ingreso y orientación. **BOFU.** Anuncio y destino con el mismo programa y CTA.

Mensaje: qué obtendrá al revisar requisitos, consultar o iniciar la vía de ingreso disponible.

Prueba: observar finalización y pertinencia por tipo de acción. **KPI:** contacto útil y postulación iniciada; no solo clics.

Confianza: media; referencias SG001, NG002 y práctica F1.

Cómo evaluar la dirección sin prometer resultados

Las métricas son criterios propuestos. Se necesita línea base, elegibilidad y eventos propios de UCEN.

COMPRENSIÓN

Aprobar el argumento

Antes de escalar: comprobar que la audiencia reconoce carrera, modalidad, sede y siguiente paso; distinguir pregrado de continuidad.

Comparación: misma oferta, con evidencia específica versus mensaje general. Registrar las respuestas correctas y la razón de elección.

Criterio: avanzar con la propuesta que comunica mejor el argumento y mantiene todas las condiciones correctas. No establecer porcentajes arbitrarios.

PROGRESIÓN

Aprobar la experiencia

En una prueba controlada: medir uso de la ayuda, visita útil a carrera, contacto válido y avance a la acción definida por admisión.

Comparación: cohortes o variantes equivalentes, según disponibilidad de datos; separar registros de actividad de solicitudes por carrera.

Criterio: decidir con calidad y progresión, además de costo. Las señales de biblioteca no permiten proyectar CPA, ROAS o matrículas.

Las oportunidades anteriores constituyen decisiones y experimentos para formular la propuesta. El plan operativo, responsables, calendario y presupuesto requieren un desarrollo posterior con datos internos.

La precisión que sí conviene transferir

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



U. Central
advance.ucentral.cl/admision/2026

Ingeniería Civil - Modalidad 100% Online - Universidad Central de Chile

Obtén tu título como Ing. Civil en Gestión de Operaciones Mineras en 9 trimestres. ¿Estudiarás Ing. Civil? Los programas Advance cuenta con horarios flexibles.



9 trimestres	>
Gestión de Operaciones Mineras	>
Programas Online	>
Ingeniería Y Arquitectura	>

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.



Universidad Central

UCEN:UG006 · Google · Search · MOFU / BOFU

Nombra ingeniería, modalidad online y nueve trimestres.

Territorio. Progresión y flexibilidad

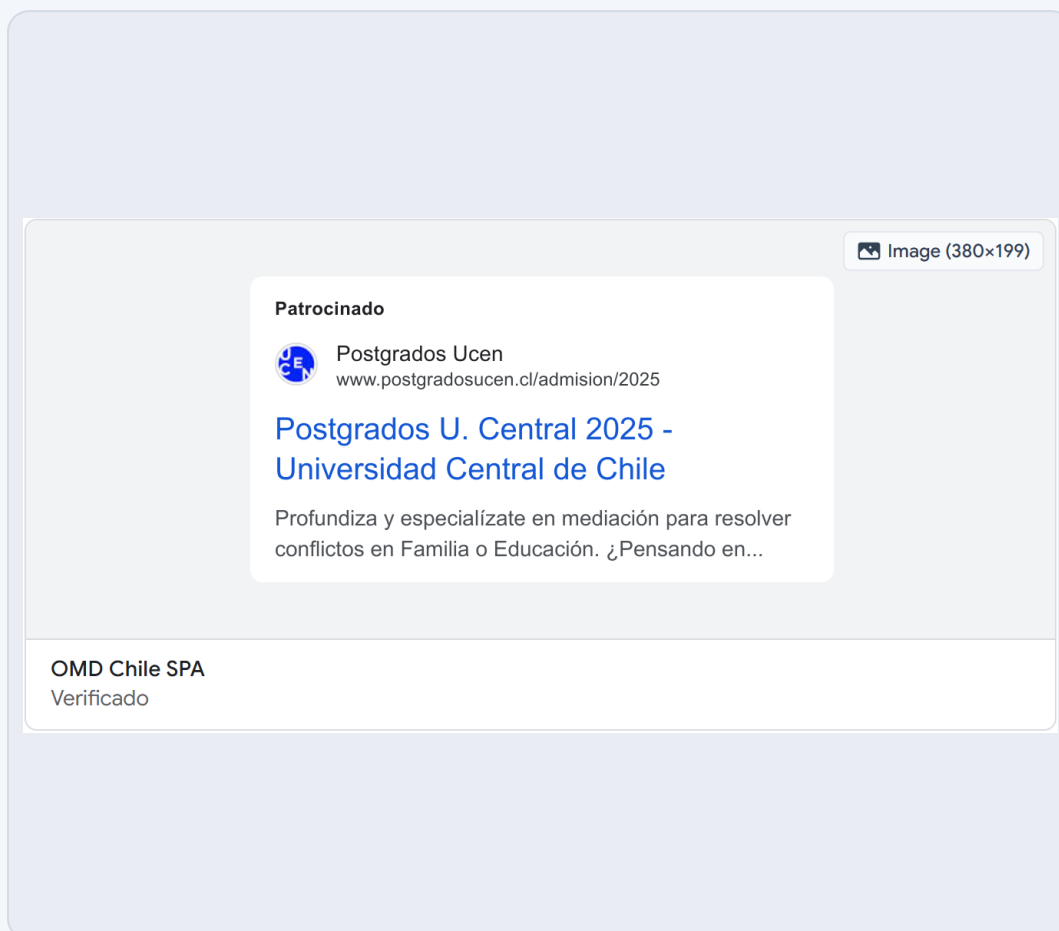
Insight competitivo. La oferta es Advance. El aprendizaje competitivo está en delimitar el programa y sus condiciones.

Implicancia → acción UCEN. Aplicar esa precisión a cada carrera de pregrado UCEN con sus propios datos, sin trasladar duración ni modalidad.

Límite: No se verificó landing, elegibilidad ni rendimiento. Plazo y modalidad corresponden a esta oferta.

El calendario también comunica confianza

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



Tarjeta recibida completa. La imagen original se conserva en el respaldo.



Universidad Central

UCEN:UG033 · Google · Search · MOFU

El título y la ruta visibles indican 2025 en una captura de septiembre 2026.

Territorio. Catálogo y especialización

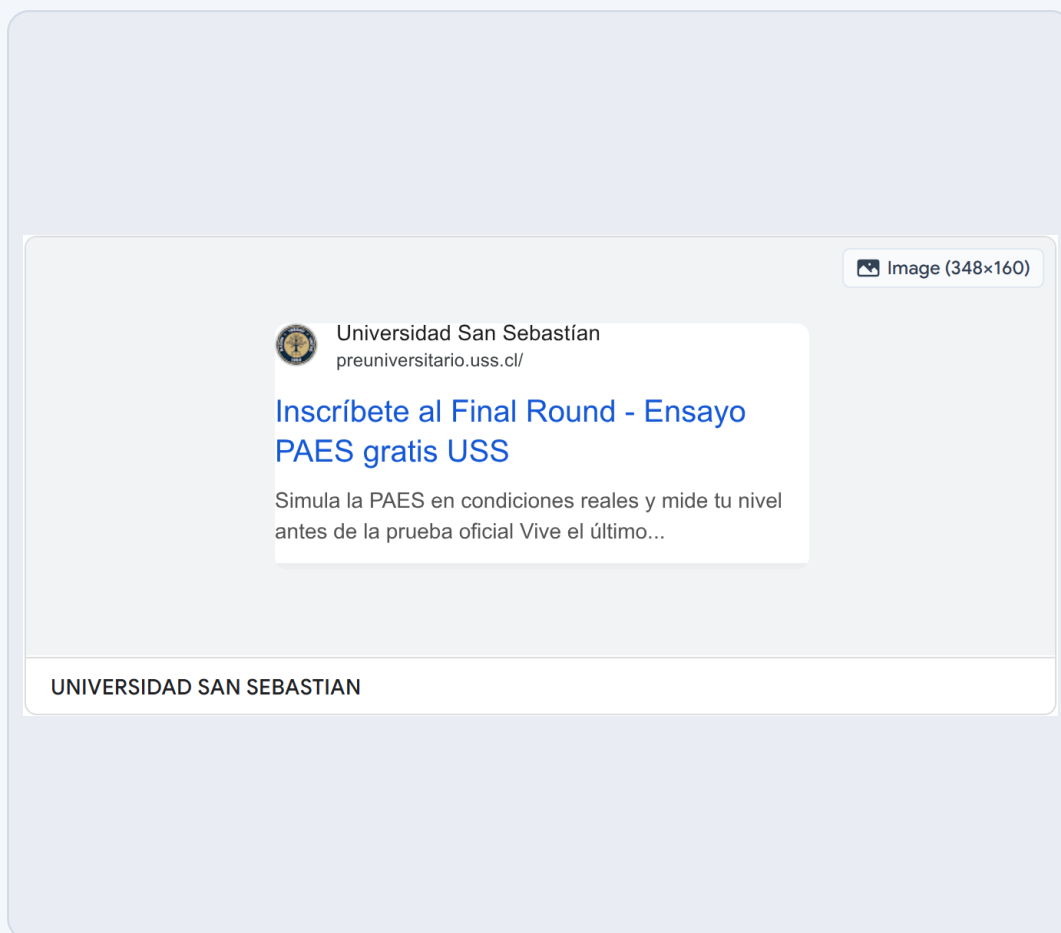
Insight competitivo. Una referencia temporal antigua exige revisión; la captura no prueba que el destino mantenga el mismo error.

Implicancia → **acción UCEN.** Validar convocatoria y consistencia anuncio–destino para la campaña de pregrado.

Límite: No se infieren fechas individuales de circulación ni efectos en conversión.

La preparación PAES abre una conversación

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



Tarjeta recibida completa. La imagen original se conserva en el respaldo.



Universidad San Sebastián

USS:SG011 · Google · Search · TOFU / BOFU

Invita a ensayo gratuito y a medir el nivel antes de la prueba oficial.

Territorio. Orientación y PAES

Insight competitivo. Es una utilidad concreta previa a la elección definitiva. Su inscripción no equivale a postular a USS.

Implicancia → **acción UCEN.** Diseñar una ayuda UCEN y el contenido de carrera que seguirá a esa interacción.

Límite: No se audita el registro ni el seguimiento posterior.

Una prueba específica es más que un sello

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.

**Universidad San Sebastián**
Publicidad

Ingenierías USS están acreditadas internacionalmente por la agencia alemana AQAS



Conoce nuestras ingenierías

Learn More



Universidad San Sebastián

USS:SM001 · Meta · Video · MOFU

El copy atribuye acreditación internacional AQAS a ingenierías USS.

Territorio. Carrera y experiencia

Insight competitivo. El alcance está delimitado a un conjunto académico. No es una declaración general sobre todas las carreras.

Implicancia → **acción UCEN.** Usar solo respaldos UCEN documentados y aplicables a la oferta promocionada.

Límite: Se ve una tarjeta de video y versiones agrupadas; no se verifica acreditación ni se recupera el video completo.

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.

La carrera puede mostrarse desde su experiencia

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



Tarjeta recibida completa. La imagen original se conserva en el respaldo.

MAYOR Universidad Mayor

Mayor:MG007 · Google · Search · MOFU

Odontología se asocia a prácticas desde el inicio y una referencia a gratuidad.

Territorio. Acceso y financiamiento

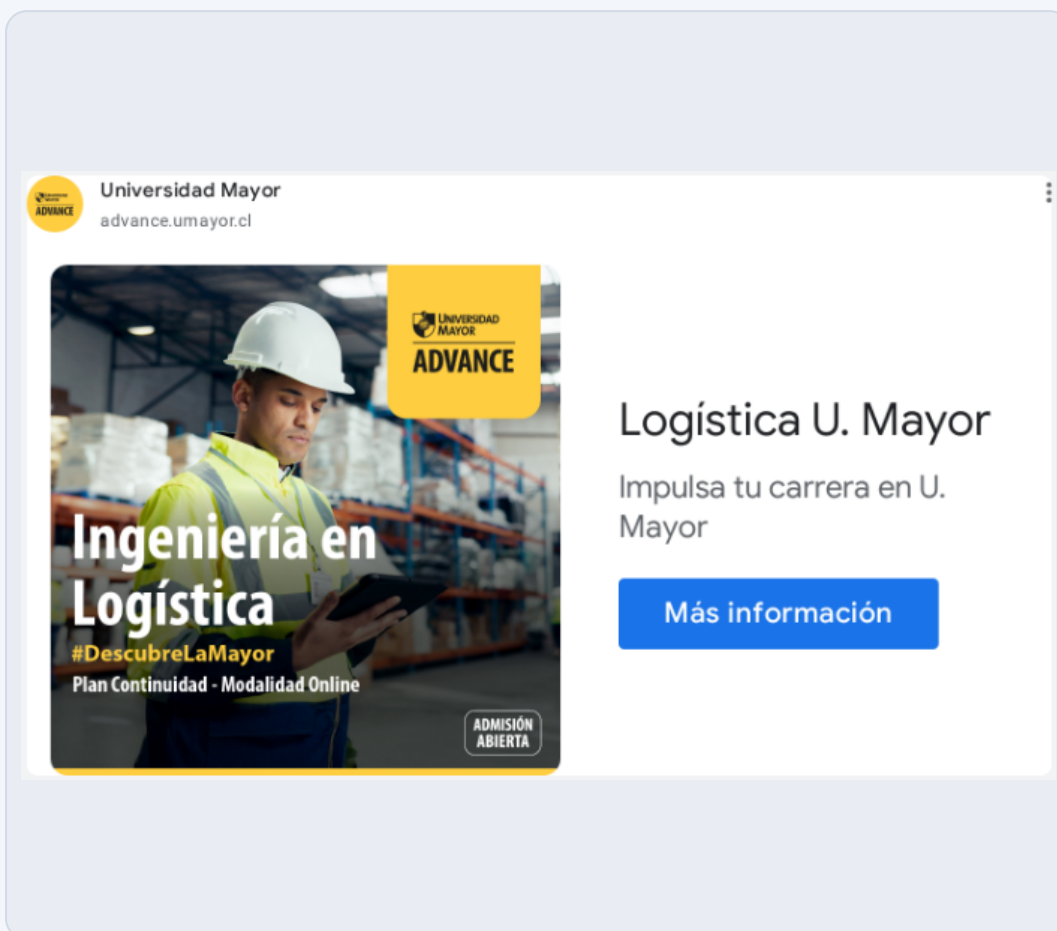
Insight competitivo. El mensaje ofrece información de formación, además de un atributo de acceso. Los claims siguen siendo del anunciante.

Implicancia → **acción UCEN.** Mostrar una experiencia verificable de la carrera UCEN, con condiciones comerciales separadas.

Límite: No se verifican gratuidad, liderazgo, calidad o alcance de las prácticas.

Nombrar el plan evita una promesa universal

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.

MAYOR Universidad Mayor

Mayor:MG017 · Google · Imagen / Display · MOFU / BOFU

Logística identifica plan continuidad, modalidad online y admisión abierta.

Territorio. Progresión y flexibilidad

Insight competitivo. La escena laboral y el plan responden a desarrollo profesional. No representan por sí solos pregrado regular.

Implicancia → **acción UCEN.** Distinguir visual y verbalmente las rutas de ingreso y niveles del portafolio UCEN.

Límite: No todos los planes Advance de Mayor son continuidad; no se generaliza desde esta tarjeta.

Beneficio y acción deben tener la misma oferta

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



advance.unab.cl

advance.unab.cl/ingeniería/computación

Modalidad 100% Online - Estudia 100% Online - Admisión abierta

Conoce los Beneficios y estudia Ingeniería en Computación e Informática 100% Online. Aprovecha un 30% de descuento en arancel más matrícula gratis en...

Simula Tu Beca >

Estudia una segunda carrera Simula tu beneficio UNAB Advance

Solicita Información >

Ingeniería Computación Online >



Universidad Andrés Bello

UNAB:NG002 · Google · Search · MOFU / BOFU

Ingeniería en Computación e Informática online, descuento, matrícula gratis y simulación de beneficio.

Territorio. Progresión y flexibilidad

Insight competitivo. La propuesta busca hacer viable una segunda carrera. El atractivo económico no es evidencia de preferencia o eficacia.

Implicancia → **acción UCEN.** Explicar beneficios UCEN solo donde apliquen y llevar a una acción coherente con la duda del postulante.

Límite: Condiciones y elegibilidad no verificadas; no se transfiere el beneficio a pregrado.

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.

El respaldo institucional necesita un alcance claro

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



Universidad Andrés Bello Publicidad

Un posicionamiento consistente que refleja la solidez de un proyecto educativo que integra formación, generación de nuevo conocimiento, innovación e impacto en la sociedad.



UNAB se consolida entre las 5 mejores universidades de Chile
En prestigiosas mediciones internacionales

See Details

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.



Universidad Andrés Bello

UNAB:NM001 · Meta · Imagen / Display · TOFU / MOFU

Comunica top cinco universidades en Chile en una pieza de imagen institucional.

Territorio. Autoridad e impacto

Insight competitivo. La afirmación tiene un universo distinto del N°1 Advance. Una tarjeta no describe una estrategia Meta completa.

Implicancia → **acción UCEN.** Preferir evidencia propia de UCEN con fuente, fecha y alcance, evitando un ranking no documentado.

Límite: Claim no verificado. ID 1120212874000696; inicio 08/09 y nueve horas de actividad total visibles al corte.

La combinación de programas puede romper la claridad

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



UGM

<http://advance.ugm.cl/>

Carrera de Psicología Online - UGM Advance

Ingeniería Civil Industrial Advance, 100% online en la UGM. Clases 100% online que se ajustan a tu trabajo y tu familia. La carrera Psicología online de la UGM forma a profesionales que pueden desempeñarse en distintas áreas laborales y académicas.



Universidad Gabriela Mistral

UGM:UG016 · Google · Search · MOFU

Titular de Psicología online; la descripción comienza con Ingeniería Civil Industrial.

Territorio. Carrera y experiencia

Insight competitivo. Hay una inconsistencia semántica visible. La captura no permite atribuirle a automatización, configuración o un error de landing.

Implicancia → **acción UCEN.** Revisar cada combinación de títulos, descripciones y recursos antes de publicar una pieza UCEN.

Límite: No se infiere impacto en resultados ni se completa texto oculto.

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.

Una actividad gratuita exige un siguiente paso útil

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.

**Universidad Gabriela Mistral**
Publicidad

La Universidad Gabriela Mistral invita a estudiantes de enseñanza media y egresados a participar en un nuestro Ensayo PAES 2026, una actividad gratuita diseñada para que pongas a prueba tus conocimientos.



FORMS.CLOUD.MICROSOFT
📖 🌸 ✨ Ensayo PAES UGM 2026

Registrarte

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.



Universidad Gabriela Mistral

UGM:UM001 · Meta · Video · TOFU / BOFU

Ensayo PAES para enseñanza media y egresados, con CTA de registro y host de formulario visible.

Territorio. Orientación y PAES

Insight competitivo. La acción es concreta, pero el material no muestra cómo avanza hacia evaluación de carrera.

Implicancia → acción UCEN. Diseñar devolución de valor y un enlace pertinente hacia la oferta de pregrado UCEN.

Límite: Una tarjeta; video no reproducido completo. Inicio visible 03/09/2026; destino no auditado.

La orientación puede ser una pieza de la propuesta

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



testvocacional.uautonoma.cl/

Guía vocacional: Test Autónoma - Descubre tu vocación hoy

Identifica tus intereses y habilidades para elegir la carrera ideal. ¡Comienza ahora!

[Gratuidad](#) · [Vías de Admisión](#) · [Becas y Créditos](#) ·



Universidad Autónoma

Autonoma:AG004 · Google · Search · TOFU / MOFU

Test vocacional para identificar intereses y habilidades, con una invitación a comenzar.

Territorio. Orientación y PAES

Insight competitivo. Responde a una duda previa. El atractivo está en la utilidad prometida; la calidad de la herramienta no se observa.

Implicancia → **acción UCEN.** Probar una ayuda UCEN vinculada a contenidos de carrera y medir su uso y avance posterior.

Límite: No se verifica herramienta, targeting ni conversión. Territorio inferido de un mensaje visible.

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.

La formación se vuelve un aporte concreto

Evidencia comparativa seleccionada y comentada · no constituye un ranking de anuncios.



Universidad Autónoma de Chile
Sponsored

Los cambios empiezan con nuevas decisiones.



Educación que aporta
Ver sitio

Learn More



Universidad Autónoma

Autonoma:AM002 · Meta · Imagen / Display · TOFU / MOFU

Presenta una titulada y un spray asociado a prevención de infecciones, bajo una idea de cambios y decisiones.

Territorio. Autoridad e impacto

Insight competitivo. El relato da un ejemplo de aplicación de la formación. No equivale a una promesa universal para todo estudiante.

Implicancia → **acción UCEN.** Documentar una experiencia propia de aprendizaje UCEN y su conexión con una carrera de pregrado.

Límite: El claim del producto no se verifica ni se ofrece consejo médico. La tarjeta no acredita partnership con creador.

Recorte controlado del anuncio para ampliar copy y creatividad. Tarjeta completa conservada en el respaldo.

Fuentes, alcances y reglas de lectura

Las conclusiones derivan de reportes, inventarios y tarjetas recibidos. El contexto oficial se usa solo para recomendaciones.

Fuentes primarias por universidad

UCEN: inventario Google de 45 tarjetas. USS: integrado de 448 Google + 26 Meta. Mayor: inventario Google de 474 tarjetas.

UNAB: integrado de 77 Google + una Meta. UGM: integrado de 115 Google + una Meta. Autónoma: integrado de 192 Google + 12 Meta.

Se conservaron los inventarios originales, resúmenes y notas de origen; las imágenes están separadas por universidad. Las equivalencias de clusters y las huellas de integridad acompañan la base técnica.

El inventario completo queda fuera del informe editorial. Los ejemplos comentados se enlazan mediante identificadores únicos de universidad y tarjeta.

Contexto oficial consultado · 10/09/2026

F1 · Google Ads: [Optimize your ads and landing pages](#). Sustenta relevancia entre anuncio, palabra clave, CTA y destino, y claridad de uso móvil.

F2 · Meta Blueprint: [Creative diversification](#). Distingue diversificación por concepto y formato.

Aplicación propia: controles de coherencia y experimentos de mensaje/formato. Estas guías no demuestran que un competidor cumpla o incumpla la práctica ni permiten anticipar resultados.

Los claims académicos, rankings, beneficios, fechas comerciales y destinos finales no se verificaron externamente.

La decisión central para la licitación

UCEN: una razón de elección de pregrado, una evidencia formativa y una siguiente acción coherente.

DIRECCIÓN

Lo que sostiene la propuesta

La muestra UCEN demuestra precisión funcional en formación posterior. El comparativo muestra formas concretas de ayudar a elegir, evaluar y actuar.

La propuesta debe articular esos aprendizajes con evidencia propia de carreras de pregrado. La ventaja será una hipótesis que se valide con postulantes y datos de UCEN.

Defender: claridad. **Atacar:** utilidad conectada. **Explorar:** aprendizaje visible. **Reposicionar:** razón de elección. **Testear:** concepto y acción. **Evitar:** mezcla de ofertas y pruebas sin alcance.

CONTINUIDAD

Lo que falta para pasar a ejecución

Carreras y sedes prioritarias; oferta y condiciones aprobadas; experiencias formativas disponibles; vías de ingreso y capacidad de atención; línea base de eventos y calidad del contacto.

No se requieren más tarjetas para sostener el diagnóstico documental. Estos datos internos permitirán convertirlo en una campaña operable y evaluar su efecto.

Respaldo entregado: base comparativa, equivalencias, datos por plataforma, FODA, funnel, oportunidades, evidencia original y controles de calidad.