

## INFORME DE DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN PUBLICIDAD CONTRATADO EN CADA MEDIO DE COMUNICACIÓN

PERIODO	MEDIO DE COMUNICACIÓN	TEMA/CONCEPTO (DIFUSIÓN/PROMOCIÓN)	MES DE PUBLICACIÓN	COSTO PUBLICIDAD
2015	Diario El Telégrafo	Proceso de admisiones	Septiembre	\$ 1.120,00
2016	Radio Santa Cruz	Proceso de admisiones	Abril-Mayo	\$ 4.349,97
	Radio Fuego			
	Diario El Universo	Proceso de admisiones	Noviembre	\$ 5.415,00
	Diario El Telégrafo	Interactos - Encuentros Públicos de Artes	Noviembre	\$ 1.966,50
	Diario Expreso	Interactos - Encuentros Públicos de Artes	Noviembre	\$ 2.143,20
	Radio Disney	Interactos, Encuentros Públicos de Artes y difusión del proceso de admisiones	Noviembre	\$ 5.928,00
	Radio Fabu	Interactos, Encuentros Públicos de Artes y difusión del proceso de admisiones	Noviembre	\$ 5.677,20
	Radio Pública	Interactos, Encuentros Públicos de Artes y difusión del proceso de admisiones	Noviembre	\$ 5.175,60
	Red Social Facebook	Interactos, Encuentros Públicos de Artes y promoción de la agenda AGUA	Noviembre	\$ 2.396,85
	Red Social Instagram	Interactos, Encuentros Públicos de Artes y promoción del Mercado Cultural de las Artes	Noviembre	\$ 2.453,85
	Red Social Twitter	Interactos, Encuentros Públicos de Artes y promoción de la Universidad de las Artes	Noviembre	\$ 2.453,28
2017	Diario El Telégrafo	Primer concurso público de méritos y oposición para la selección e ingreso de personal académico titular agregado 1	Enero	\$ 1.276,80
	Diario El Comercio			\$ 4.579,38

2018	<b>Radio City</b>	Difusión de Programas de Maestrías de la Universidad de las Artes	Junio	\$ 2.234,67
	<b>TV Cable</b>	Difusión de Programas de Maestrías de la Universidad de las Artes	Junio	\$ 491,64
	<b>Redes Sociales (Facebook, Instagram)</b>	Difusión de Programas de Maestrías de la Universidad de las Artes	Junio	\$ 2.049,60
	<b>Medios digitales (Google Display)</b>	Difusión de Programas de Maestrías de la Universidad de las Artes	Junio	\$ 1.496,10
<b>TOTAL DE GASTO EN PUBLICIDAD (INCLUIDO IVA)</b>				<b>\$ 51207,63</b>