



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

PASANTIA INTERNACIONAL  
DESCRIPCION DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES Y  
PÁGINAS WEB IMPLEMENTADAS POR LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYAN  
(COLOMBIA) Y EL SISTEMA EDUCATIVO CUIEP (MEXICO)

ÁREA TEMÁTICA  
MARKETING DIGITAL

ESTUDIANTE:  
LUISA MARIA BAÑOL PORTILLA

FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESPECIALIZACION EN DATA ANALYTICS PARA MARKETING DIGITAL  
POPAYAN, CAUCA  
2023





FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

PASANTIA INTERNACIONAL  
DESCRIPCION DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES Y  
PÁGINAS WEB IMPLEMENTADAS POR LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYAN  
(COLOMBIA) Y EL SISTEMA EDUCATIVO CUIEP (MEXICO)

ESTUDIANTE:  
LUISA MARIA BAÑOL PORTILLA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
ESPECIALISTA EN DATA ANALYTICS PARA MARKETING DIGITAL

Asesor temático  
SONIA GAVIRIA ARMERO

FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESPECIALIZACION EN DATA ANALYTICS PARA MARKETING DIGITAL  
POPAYAN, CAUCA  
2023





## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION .....	5
<b>1. OBJETIVOS</b> .....	<b>5</b>
1.1 <i>Objetivo General</i> .....	5
1.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	5
<b>2. MARCO CONTEXTUAL</b> .....	<b>6</b>
<b>3. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>7</b>
<b>4. EXPERIENCIA PASANTÍA INTERNACIONAL</b> .....	<b>9</b>
<b>5. IDENTIFICACIÓN DE HERRAMIENTAS IMPLEMENTADAS</b> .....	<b>9</b>
<b>6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>12</b>
<b>8. REGISTRO FOTOGRÁFICO</b> .....	<b>14</b>
CRONOGRAMA .....	17

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 <b>Comparativo del estado actual de las herramientas de marketing digital entre el Sistema Educativo CUIEP y la Fundación Universitaria de Popayán</b> .....	10
Tabla 2 <b>1 Comparativo del estado actual de las redes sociales entre el Sistema Educativo CUIEP y la Fundación Universitaria de Popayán</b> .....	11

## LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 <b>Logo Institucional FUP</b> .....	6
Ilustración 2 <b>Logo Institucional SECUIEP</b> .....	7
Ilustración 3 <b>Campus San Juan del Río, Campus Atlacomulco, Campus Aculco</b> .....	14
Ilustración 4 <b>Visita al Grupo Industrial del Parque “DALEGIP”</b> .....	15
Ilustración 5 <b>Visita a la Fábrica MAREL</b> .....	16



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

**FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN**

**ESPECIALIZACION EN DATA ANALYTICS PARA MARKETING DIGITAL.**

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS**

**PASANTIA INTERNACIONAL MEXICO 2023**

<b>PROGRAMA</b>	ESPECIALIZACIÓN EN DATA ANALYTICS PARA MARKETING DIGITAL	
<b>SEMESTRE</b>	2023-2	
<b>ASESORA</b>	SONIA GAVIRIA ARMERO	
<b>NOMBRES Y APELLIDOS ESTUDIANTE</b>		<b>CODIGO</b>
LUISA MARIA BAÑOL PORTILLA		76211010
<b>PRESENTACIÓN DE EXPERIENCIA</b>		
<b>Proyecto</b>	DESCRIPCION DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES Y PÁGINAS WEB IMPLEMENTADAS POR LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYAN (COLOMBIA) Y EL SISTEMA EDUCATIVO CUIEP (MEXICO)	
<b>Enfoque temático</b>	MARKETING DIGITAL	



## INTRODUCCION

El marketing digital es el conjunto de estrategias y técnicas que se utilizan para promocionar productos o servicios a través de canales digitales, como Internet, las redes sociales, el correo electrónico, etc.

El marketing digital se diferencia del marketing tradicional en que utiliza las tecnologías digitales para conectar con los clientes de forma más directa y personalizada. Esto permite a las empresas llegar a una audiencia más amplia y medir los resultados de sus campañas con mayor precisión.

El marketing digital es una herramienta esencial para cualquier empresa que quiera alcanzar sus objetivos de marketing. Con una estrategia de marketing digital bien diseñada, las empresas pueden llegar a un público más amplio, segmentar sus campañas y medir los resultados en tiempo real.

En la actualidad, las organizaciones educativas de todo el mundo están adoptando el marketing digital como una estrategia esencial para impulsar sus programas, atraer a los estudiantes y consolidar su presencia en línea. En este informe, se llevará a cabo un análisis comparativo de las herramientas de marketing digital, implementadas por la Fundación Universitaria de Popayán en Colombia y el Sistema Educativo CUIEP en México en el marco del convenio que mantienen vigente actualmente las dos Instituciones de educación superior. Se analizarán diversos aspectos de sus enfoques de marketing digital, incluyendo su presencia en línea, teniendo en cuenta el conocimiento adquirido durante la movilidad académica realizada en el mes de julio del 2023, para lo cual se utilizará la recolección de datos mediante el método seguimiento en redes sociales.

### 1. OBJETIVOS

#### 1.1 Objetivo General

Realizar una descripción de las herramientas de marketing digital en redes sociales y páginas web implementadas por la fundación universitaria de Popayán (Colombia) y el sistema educativo CUIEP (México), en el marco de la pasantía internacional de la especialización en Data Analytics para Marketing Digital.

#### 1.2 Objetivos Específicos

- Identificar las herramientas de Marketing digital en redes sociales y paginas web implementadas por cada una de las instituciones



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

- Realizar el análisis del alcance que tienen las herramientas de Marketing digital en redes sociales y páginas web implementadas por cada una de las instituciones
- Realizar el análisis de las herramientas de Marketing digital implementadas por cada una de las instituciones

## 2. MARCO CONTEXTUAL

### FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYAN

La Fundación Universitaria de Popayán (FUP) es una universidad colombiana, privada, con sede principal en la ciudad de Popayán, y con presencia en Santander de Quilichao, esta universidad fue fundada el 14 de diciembre de 1982 y a la fecha cuenta con 13 pregrados presenciales, 3 pregrados virtuales y 9 postgrados presenciales a nivel de especialización, como Institución de educación superior presente en el suroccidente colombiano, el propósito fundamental, con base en la misión institucional, es la formación integral de personas comprometidas con el desarrollo sostenible de la región y del país.

Ilustración 1 Logo Institucional FUP



(Fundación Universitaria de Popayán - #PreparaTuFuturoConLaFUP | Aquí trabajamos constantemente por hacer sueños realidad. [www.fup.edu.co](http://www.fup.edu.co) | Facebook, s. f.)

### SISTEMA EDUCATIVO CUIEP

La Institución que cuenta con más de 15 años de experiencia, fundada por académicos con más de 45 años de práctica profesional docente. La Universidad se distingue por sus valores y su alto nivel en la calidad



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

académica que ofrecen sus catedráticos. Actualmente cuentan con 6 Campus: Aculco, Atacomulco, Nopala, San Juan del Río, Tecámac y Tepeji del Río. Ofrecen Preparatoria, 13 Licenciaturas, 4 Licenciaturas Ejecutivas, así como 5 Maestrías.

*Ilustración 2* Logo Institucional SECUIEP



*(Acerca de – SECUIEP, s. f.)*

### 3. MARCO CONCEPTUAL

#### DATA ANALYTICS PARA MARKETING DIGITAL

El marketing digital es una herramienta cada vez más importante para las instituciones educativas, ya que les permite llegar a un público más amplio y conectar con los estudiantes potenciales. El uso de data Analytics para marketing digital puede ayudar a las instituciones educativas a comprender mejor a sus estudiantes potenciales, optimizar sus campañas y medir los resultados.

Los datos digitales pueden provenir de una variedad de fuentes, incluyendo sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles y dispositivos conectados. Estos datos pueden utilizarse para crear perfiles de estudiantes potenciales detallados, rastrear el comportamiento de los estudiantes potenciales y medir el impacto de las campañas de marketing.

El uso de data Analytics para marketing digital en la educación puede proporcionar una serie de beneficios, incluyendo:

- Una mejor comprensión de los estudiantes potenciales: Los datos digitales pueden ayudar a las instituciones educativas a comprender mejor las necesidades y preferencias de los estudiantes potenciales. Esto puede ayudarles a crear mensajes y ofertas más relevantes.
- Una mayor eficiencia: Los datos digitales pueden ayudar a las instituciones educativas a optimizar sus campañas y obtener el máximo rendimiento de sus inversiones.



- Una mejor toma de decisiones: Los datos digitales pueden ayudar a las instituciones educativas a tomar decisiones más informadas sobre sus estrategias de marketing.

#### ESTRATEGIAS DE DATA ANALITYCS PARA MARKETING DIGITAL

- **Segmentación de clientes:** Los datos pueden utilizarse para segmentar a los clientes en grupos con intereses y necesidades similares. Esto puede ayudar a los profesionales del marketing a crear mensajes y ofertas más relevantes para cada grupo.
- **Optimización de campañas:** Los datos pueden utilizarse para optimizar las campañas de marketing, como la segmentación de las audiencias, la creación de contenido y el seguimiento de los resultados.
- **Personalización:** Los datos pueden utilizarse para personalizar las experiencias de los clientes, como las recomendaciones de productos, el contenido de los correos electrónicos y las ofertas especiales.
- **Marketing de contenido:** Esta estrategia de marketing está centrada en crear y distribuir contenido valioso para atraer a una audiencia objetivo.
- **Marketing automation:** Uso de software informático para automatizar diversas acciones en marketing digital. Dicho esto, las empresas pueden ser más eficientes, efectivas y productivas a la hora de llevar a cabo sus estrategias de marketing digital.
- **Email Marketing:** Es una estrategia de comunicación que utiliza el correo electrónico para establecer una relación directa con cada prospecto o cliente dentro de una base de datos
- **Inbound Marketing:** Es una estrategia de marketing moderna que combina distintas tácticas del marketing online para atraer, enganchar y deleitar a los clientes.
- **Marketing redes sociales:** Estrategia que se realiza a través de las redes sociales con el fin de promover una marca. El marketing en redes sociales puede tener diferentes objetivos y es un medio para estar más cerca de la audiencia.
- **SEO (Optimización motores de búsqueda):** Es una estrategia que consiste en la optimización de un sitio web para que los motores de búsqueda rastreen el sitio y lo posicionen en los primeros lugares para ser encontrado por los clientes potenciales.
- **SEM (Marketing para motores de búsqueda):** Es una estrategia de marketing digital que utilizan muchas empresas para posicionarse de manera inmediata en los motores de búsqueda como Google, Yahoo!, Bing, etc. y atraer al público objetivo por medio de estrategias de PPC (Pago por clic).





#### 4. EXPERIENCIA PASANTÍA INTERNACIONAL

La visita se realizó dado el convenio marco de cooperación académica realizado entre el Sistema Educativo CUIEP – SECUIEP(México) y la Fundación Universitaria de Popayán – FUP(Colombia) el 28 de febrero del 2022, mediante la jornada académica denominada: Retos y desafíos en la Administración del Capital Humano la cual inicio el 17 de julio y termino el 21 de julio, durante la semana se realizaron visitas a algunos de sus campus como: San Juan de Rio, Atacomulco y Aculco en donde se asistió a diversas transferencias de conocimiento enfocadas a talento humano y marketing digital las cuales fueron dadas por profesionales enfocados en dichas especialidades.

Durante el desarrollo de la semana académica, se realizó una reunión con el Project manager del instituto SECUIEP, con el cual se abordaron temas relacionados a la implementación de herramientas para el marketing digital del instituto.

Durante el recorrido, se realizó visita a dos empresas **DALEGIP** la cual su enfoque principal es la fabricación de resinas en emulsión base acuosa para las industrias de papel, cartón, pinturas, recubrimientos, construcción, adhesivos y textiles y **MAREL** la cual es una empresa que se dedica a la confección y comercialización de prendas íntimas.

#### 5. IDENTIFICACIÓN DE HERRAMIENTAS IMPLEMENTADAS

Se realizó una reunión con el Project manager del instituto SECUIEP, con el cual se abordaron temas de la identificación de las herramientas más utilizadas por ellos para llegar a sus alumnos, docentes, personal administrativos y población en general, de las cuales se lograron identificar las siguientes:

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- TikTok
- YouTube
- Página Web

Para la identificación de herramientas implementadas por la fundación universitaria de Popayán, se realizó una búsqueda propia mediante la página Web de la institución en la cual se lograron identificar las siguientes:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn



- TikTok
- YouTube
- Página Web

## 6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para llevar a cabo este análisis comparativo, se realizó un análisis de contenido en línea, revisión de sitios web, perfiles de redes sociales y herramientas de marketing digital utilizadas por ambas instituciones. Se recopiló información relevante sobre sus enfoques y se compararon en función de criterios propios.

*Tabla 1 Comparativo del estado actual de las herramientas de marketing digital entre el Sistema Educativo CUIEP y la Fundación Universitaria de Popayán*

ESTRATEGIA	FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN	SISTEMA EDUCATIVO CUIEP
<b>PRESENCIA EN LÍNEA</b>	Cuenta con un sitio web moderno y bien estructurado que proporciona información detallada sobre sus programas académicos, eventos, agendas educativas, recursos para estudiantes entre otros.	Tiene un sitio web informativo y accesible que ofrece información sobre sus escuelas y programas educativos.
<b>ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES</b>	Utiliza activamente sus perfiles de redes sociales para compartir contenido relacionado con la vida universitaria, logros académicos, eventos y noticias relevantes. Publica regularmente en Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube, Twitter, interactuando con sus seguidores a través de comentarios y mensajes.	Utiliza sus plataformas de redes sociales para promover eventos estudiantiles, logros académicos y proporcionar información útil para padres y estudiantes. También resalta las fortalezas de sus diferentes escuelas a través de publicaciones mayormente en Facebook y Instagram pese a que cuentan con otras redes sociales tales como LinkedIn, TikTok y YouTube
<b>CONTENIDO DIGITAL</b>	Crea contenido diversificado, incluyendo videos promocionales, blogs educativos y transmisiones en vivo de eventos universitarios. Esto contribuye a una experiencia en línea	Produce contenido digital informativo, como videos explicativos sobre sus programas académicos, testimonios de estudiantes y consejos educativos.



enriquecedora y atractiva para sus seguidores.

Esto ayuda a establecer una conexión efectiva con su audiencia en línea.

**Tabla 2 1 Comparativo del estado actual de las redes sociales entre el Sistema Educativo CUIEP y la Fundación Universitaria de Popayán**

Red Social	Fundación universitaria de Popayán	Sistema Educativo CUIEP
Facebook	Tiene 38.000 seguidores, realizan mínimo 3 publicaciones diarias o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen ese día publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 150 publicaciones.	Tiene 2.391 seguidores, realizan mínimo 1 publicación cada semana o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 15 publicaciones.
Instagram	Tiene 8.351 seguidores, 1.347 publicaciones, realizan mínimo 1 publicación diaria o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen ese día publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 50 publicaciones.	Tiene 1.064 seguidores, 575 publicaciones, realizan mínimo 1 publicación cada semana o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 10 publicaciones.
LinkedIn	Tiene 5.954 seguidores, 115 publicaciones, realizan mínimo 1 publicación cada semana o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 10 publicaciones.	Tiene 51 seguidores, 1 publicación realizada en el mes de mayo
Twitter	Tiene 1.446 seguidores, 982 publicaciones, realizan mínimo 1 publicación cada mes o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 4 publicaciones.	No cuentan con esta red Social
TikTok	Tiene 2.448 seguidores, 120 publicaciones, realizan mínimo 1 publicación cada semana o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 10 publicaciones.	Tiene 134 seguidores, 14 publicaciones realizan mínimo 1 publicación cada mes o dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 2 publicaciones, hay meses donde no publican contenido
YouTube	Tiene 1.760 seguidores, 382 publicaciones realizan mínimo 1 publicación cada semana o	Tiene 227 seguidores, 11 publicaciones realizan mínimo 1 publicación cada mes o dependiendo de



	dependiendo de la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 15 publicaciones.	la cantidad de eventos que se realicen en el mes publican más contenido, sus publicaciones mensuales no superan las 2 publicaciones, hay meses donde no publican contenido
--	--	--

## 7. CONCLUSIONES

Ambas instituciones educativas, la Fundación Universitaria de Popayán en Colombia y el Sistema Educativo SECUIEP en México, demuestran un compromiso sólido con la implementación de herramientas de marketing digital efectivas. Ambas aprovechan sus sitios web y perfiles de redes sociales para promover programas educativos, siendo Facebook e Instagram las redes de mayor alcance, interactuar con su audiencia y destacar sus logros académicos. Además, ambas instituciones utilizan contenido digital diversificado para mantener a su audiencia comprometida y brindar información valiosa.

Si bien existen similitudes en sus enfoques de marketing digital, también se pueden observar diferencias en la forma en que presentan su contenido y en la plataforma de redes sociales que priorizan. Estas diferencias pueden estar influenciadas por las preferencias y características específicas de sus respectivas audiencias locales.

Sin embargo, hay algunas áreas en las que la FUP podría mejorar su marketing digital. La universidad podría centrarse más en la creación de contenido de alta calidad que sea relevante para sus estudiantes potenciales. La FUP también podría utilizar el marketing de contenidos para generar leads y convertir visitantes en estudiantes.

En general, la FUP tiene una fuerte presencia en el marketing digital. La universidad está utilizando una variedad de canales para llegar a un público más amplio desde una red social poco utilizada por jóvenes de colegio como lo es LinkedIn y Twitter a TikTok e Instagram que son redes que se encuentran en auge.

Cabe resaltar que la FUP presenta una mayor audiencia en Facebook e Instagram, redes en las cuales realizan mínimo 1 publicación diaria, a diferencia de sus otras redes sociales como lo son Twitter, LinkedIn, YouTube y TikTok en las cuales realizan mínimos 1 publicación semanal e inclusive pasan meses en los cuales no publican contenido alguno

El marketing digital de CUIEP en México es efectivo. Sin embargo, hay algunas áreas en las que CUIEP podría mejorar:



- CUIEP podría centrarse más en la creación de contenido de alta calidad que sea relevante para los estudiantes potenciales en México. Esto podría incluir artículos de blog, vídeos, infografías y otros formatos de contenido en español.
- CUIEP podría mejorar su presencia en las diferentes redes sociales que maneja, específicamente en LinkedIn, TikTok y YouTube, las cuales son redes que carecen de contenido actualizado siendo redes sociales obsoletas para la transmisión de información relevante en relación a su instituto.
- CUIEP podría utilizar el marketing de contenidos para generar leads y convertir visitantes en estudiantes en México. Esto podría incluir la creación de formularios de contacto en su sitio web en español o la promoción de sus contenidos en las redes sociales en español.

En última instancia, tanto la Fundación Universitaria de Popayán como el Sistema Educativo SECUIEP demuestran la importancia de una sólida presencia en línea y herramientas de marketing digital en el entorno educativo actual. Ambas instituciones deben continuar innovando y adaptando estas herramientas, lo cual les permitirá seguir atrayendo a estudiantes y fortalecer su posición en el mercado educativo.



## 8. REGISTRO FOTOGRÁFICO

*Ilustración 3 Campus San Juan del Río, Campus Atacomulco, Campus Aculco*







Ilustración 4 Visita al Grupo Industrial del Parque “DALEGIP”





*Ilustración 5* Visita a la Fábrica MAREL







## CRONOGRAMA

ACTIVIDADES/ MES	MES 1		MES 2				MES 3			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
REVISIÓN DOCUMENTAL	X	X	X							
REALIZACION PASANTIA				X						
CONSOLIDACION DOCUMENTO						X	X	X		
SOCIALIZACIÓN										X

## DOCUMENTACIÓN Y SOPORTES

### Infografía

#### Mencionar documentos

*(Bienvenido a la FUP, 2022)*

*(Ortegón, s. f.)*

*(SECUIEP – Sistema Educativo Centro Universitario Iberoamericano de Estudios Profesionales, s. f.)*

*(Sistema Educativo CUIEP, s. f.)*

*(SECUIEP (@secuiep) • Fotos y videos de Instagram, s. f.)*

*(Secuiep (@secuiep) | TikTok, s. f.)*

*((61) SECUIEP - YouTube, s. f.)*

*((4) Sistema Educativo CUIEP: Resumen | LinkedIn, s. f.)*

*(Bienvenido a la FUP, 2022)*

*(Fundación Universitaria de Popayán, s. f.)*

*(Fundación Universitaria de Popayán (@la\_fup) • Fotos y videos de Instagram, s. f.)*

*(Fundación Universitaria de Popayán (@La\_Fup) / X, s. f.)*

*((61) La FUP - YouTube, s. f.)*

*(La FUP (@la\_fup) | TikTok, s. f.)*



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

((4) Fundación Universitaria de Popayán: Resumen | LinkedIn, s. f.)

### Certificado participación

