

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING ONLINE PARA LAS  
ESPECIALIZACIONES DE GERENCIA EN LOGÍSTICA INTEGRAL Y  
GERENCIA DE OPERACIONES OFERTADOS POR LA UNIVERSIDAD  
SANTIAGO DE CALI EN EL AÑO 2017**

**JESSICA TOVAR RAMÍREZ**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA  
2018**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING ONLINE PARA LAS  
ESPECIALIZACIONES DE GERENCIA EN LOGÍSTICA INTEGRAL Y  
GERENCIA DE OPERACIONES OFERTADOS POR LA UNIVERSIDAD  
SANTIAGO DE CALI EN EL AÑO 2017**

**JESSICA TOVAR RAMÍREZ**

**Trabajo de Grado presentado para obtener el título de Administradora de  
Empresas**

**Asesor  
JOSÉ DARÍO BUITRAGO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA  
2018**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Jurado

---

Firma del jurado

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, agradecer a Dios por permitirme presentar este proyecto tan importante para mi vida y la de mi familia. Sin Él, esto no hubiera podido ser posible.

También enteramente agradecida con mi familia que me brindó todo el apoyo y el acompañamiento en este proceso. De todo corazón, los amo demasiado.

A mi querido director de tesis, José Buitrago quién fue muy paciente y esperó para la entrega de este proyecto. Gracias profe, sin usted quizá este proyecto no hubiera existido.

A mi amiga y guía Vivián Lorena Chud, quién me brindó su apoyo y conocimientos. Su guía fue muy importante en este proceso.

A mi novio, quién me brindó todo el apoyo para seguir adelante, aun cuando no tenía fuerzas para realizar el proyecto. Gracias amor.

A mi mejor amigo Daniel Pacanchique por su apoyo incondicional, por ser mi gurú en el diseño gráfico y por su entera disposición. Eres un gran modelo a seguir.

A mi amiga Martha Peñaranda quién me brindó su apoyo cuando estuve en mis días de debilidad. Muchas gracias.

A mi jurado, Victor Hugo Leal quién me brindó las herramientas necesarias durante sus clases para apasionarme por el tema de marketing y la creatividad. Muchas gracias.

A mi empresa Papatel que me ha dado los conocimientos necesarios para realizar un proyecto de este tipo de manera tan específica y también me han brindado el tiempo y las herramientas necesarias que se pueden aplicar.

Por último, a todos los que leen esta tesis, realmente espero que puedan aplicarla a sus emprendimientos ya que como dice Darwin: Si no te adaptas a los cambios, no existes y nuestro mercado demanda un cambio radical con el marketing online.

# CONTENIDO

Pág.

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN .....                                                                             | 15 |
| 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....                                                             | 16 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                                                            | 16 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....                                                             | 17 |
| 1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....                                                         | 17 |
| 2. JUSTIFICACIÓN .....                                                                         | 18 |
| 3. OBJETIVOS .....                                                                             | 20 |
| 3.1 OBJETIVO GENERAL .....                                                                     | 20 |
| 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....                                                                 | 20 |
| 4. ANTECEDENTES .....                                                                          | 21 |
| 5. MARCO REFERENCIAL.....                                                                      | 27 |
| 5.1 MARCO TEÓRICO .....                                                                        | 27 |
| 5.1.1 Evaluación empresarial.....                                                              | 27 |
| 5.1.2 Evaluación de factores externos .....                                                    | 27 |
| 5.1.3 Evaluación de factores internos .....                                                    | 29 |
| 5.1.4 Las cinco fuerzas de Porter .....                                                        | 31 |
| 5.1.5 La marca .....                                                                           | 32 |
| 5.1.6 Marketing.....                                                                           | 33 |
| 5.2 MARCO CONTEXTUAL.....                                                                      | 37 |
| 5.2.1 Especialización en Gerencia Logística Integral .....                                     | 38 |
| 5.2.2 Especialización en Gerencia de Operaciones .....                                         | 39 |
| 5.3 MARCO LEGAL .....                                                                          | 41 |
| 5.3.1 Ley 256 de 1996.....                                                                     | 41 |
| 5.3.2 Decreto 024 de 2016.....                                                                 | 42 |
| 5.3.3 Normatividad de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en Colombia 43 |    |
| 5.3.4 Normatividad de la Publicidad en Colombia .....                                          | 44 |
| 5.4 MARCO CONCEPTUAL .....                                                                     | 48 |
| 5.4.1 Plan de marketing .....                                                                  | 48 |
| 5.4.2 Marketing digital .....                                                                  | 49 |
| 5.4.3 SEM.....                                                                                 | 50 |
| 5.4.4 SEO .....                                                                                | 50 |
| 5.4.5 Diagnóstico.....                                                                         | 51 |

|       |                                                                                      |     |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.4.6 | Posicionamiento .....                                                                | 51  |
| 5.4.7 | Competitividad .....                                                                 | 52  |
| 6.    | METODOLOGÍA .....                                                                    | 54  |
| 6.1   | TIPO DE ESTUDIO .....                                                                | 54  |
| 6.2   | MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....                                                        | 54  |
| 6.3   | FUENTES DE INVESTIGACIÓN .....                                                       | 54  |
| 6.3.1 | Fuentes primarias .....                                                              | 54  |
| 6.3.2 | Fuentes secundarias .....                                                            | 55  |
| 6.4   | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....                                                      | 55  |
| 6.4.1 | Observación documental .....                                                         | 55  |
| 6.4.2 | Notas de campo .....                                                                 | 55  |
| 6.4.3 | Análisis de contenidos .....                                                         | 56  |
| 6.5   | FASES DE LA INVESTIGACIÓN .....                                                      | 56  |
| 7.    | DESARROLLO .....                                                                     | 57  |
| 7.1   | ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN .....                       | 57  |
| 7.1.1 | Análisis interno .....                                                               | 57  |
| 7.1.2 | Análisis Externo .....                                                               | 79  |
| 7.2   | OBJETIVOS DE MARKETING PARA LOS PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN .....                   | 83  |
| 7.3   | ESTRATEGIAS PARA DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS DE MARKETING ...                   | 84  |
| 7.3.1 | Atracción .....                                                                      | 85  |
| 7.3.2 | Conversión .....                                                                     | 89  |
| 7.3.3 | Fidelización .....                                                                   | 90  |
| 7.4   | PRESUPUESTO PARA EL PLAN DE MARKETING ONLINE .....                                   | 92  |
| 7.5   | PLAN DE MEDICIÓN Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS DESARROLLADAS E<br>IMPLEMENTADAS ..... | 93  |
| 8.    | RESULTADOS .....                                                                     | 95  |
| 9.    | CONCLUSIONES .....                                                                   | 101 |
| 10.   | RECOMENDACIONES .....                                                                | 102 |
| 11.   | BIBLIOGRAFÍA .....                                                                   | 106 |
| 12.   | ANEXOS .....                                                                         | 113 |

## LISTA DE TABLAS

|                                                                                                            | Pág. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Tabla 1. Factores del macro ambiente .....                                                                 | 28   |
| Tabla 2. Descripción de factores internos.....                                                             | 30   |
| Tabla 3. Las fuerzas de Porter.....                                                                        | 31   |
| Tabla 4. Conceptos de Marketing en el mundo .....                                                          | 35   |
| Tabla 5. Ficha técnica Especialización en Gerencia Logística Integral.....                                 | 38   |
| Tabla 6. Ficha técnica Especialización en Gerencia de Operaciones.....                                     | 40   |
| Tabla 7. Actos de competencia desleal .....                                                                | 41   |
| Tabla 8. Reglamentación sobre actividades de comercialización .....                                        | 42   |
| Tabla 9: Leyes que rigen la normatividad de las tecnologías de la información en Colombia.....             | 44   |
| Tabla 10: Artículos de la Constitución Política que rigen la publicidad en Colombia.....                   | 45   |
| Tabla 11: Leyes que rigen la publicidad en Colombia .....                                                  | 46   |
| Tabla 12: Decretos que rigen la publicidad en Colombia .....                                               | 46   |
| Tabla 13: Resoluciones y circulares que rigen la publicidad en Colombia.....                               | 47   |
| Tabla 14. Definiciones de competitividad .....                                                             | 53   |
| Tabla 15. Fases de desarrollo del proyecto.....                                                            | 56   |
| Tabla 16. Evaluación Etiqueta del título de los sitios Web .....                                           | 58   |
| Tabla 17. Evaluación Meta Descripción.....                                                                 | 59   |
| Tabla 18. Evaluación Vista Previa de Google.....                                                           | 59   |
| Tabla 19. Evaluación Encabezados.....                                                                      | 60   |
| Tabla 20. Evaluación Nube de palabras claves.....                                                          | 60   |
| Tabla 21. Evaluación Coherencia de palabras clave.....                                                     | 61   |
| Tabla 22. Evaluación Atributo Alt.....                                                                     | 62   |
| Tabla 23. Evaluación Páginas descubiertas .....                                                            | 63   |
| Tabla 24. Evaluación Enlaces de la página .....                                                            | 64   |
| Tabla 25. Evaluación Enlaces rotos.....                                                                    | 65   |
| Tabla 26. Evaluación Robots TXT .....                                                                      | 65   |
| Tabla 27. Evaluación Mapa del sitio XML (Información para el Webmaster o administrador de la página) ..... | 65   |
| Tabla 28. Evaluación Parámetros de URL.....                                                                | 67   |
| Tabla 29. Evaluación Guiones bajos en las URL .....                                                        | 67   |
| Tabla 30. Evaluación Factores limitantes .....                                                             | 67   |
| Tabla 31. Evaluación Blog .....                                                                            | 68   |
| Tabla 32. Evaluación Optimización para móviles .....                                                       | 68   |
| Tabla 33. Evaluación Visualización móvil .....                                                             | 68   |
| Tabla 34. Evaluación Optimización para móviles .....                                                       | 69   |
| Tabla 35. Evaluación Pantalla táctil .....                                                                 | 69   |
| Tabla 36. Evaluación Compatibilidad móvil .....                                                            | 70   |
| Tabla 37. Evaluación Tamaño de la fuente .....                                                             | 70   |
| Tabla 38. Evaluación Ventana gráfica .....                                                                 | 70   |
| Tabla 39. Evaluación Velocidad del dispositivo .....                                                       | 71   |
| Tabla 40. Evaluación entornos móviles .....                                                                | 71   |
| Tabla 41. Evaluación URL .....                                                                             | 71   |
| Tabla 42. Evaluación Favicon .....                                                                         | 72   |
| Tabla 43. Evaluación Página 404 personalizada.....                                                         | 72   |
| Tabla 44. Evaluación Caché de recursos .....                                                               | 72   |

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 45. Evaluación E-mail público.....                                                                            | 72 |
| Tabla 46. Evaluación Indicadores de fiabilidad .....                                                                | 73 |
| Tabla 47. Evaluación Consejos técnicos .....                                                                        | 73 |
| Tabla 48. Evaluación Herramientas de analítica .....                                                                | 74 |
| Tabla 49. Evaluación Puntuación backlines .....                                                                     | 74 |
| Tabla 50. Evaluación Contador de backlines.....                                                                     | 74 |
| Tabla 51. Evaluación Velocidad de carga de Gerencia Logística Integral .....                                        | 75 |
| Tabla 52. Evaluación Velocidad de carga de Gerencia de operaciones .....                                            | 75 |
| Tabla 53. Evaluación Interacción .....                                                                              | 76 |
| Tabla 54. Evaluación Facebook.....                                                                                  | 76 |
| Tabla 55. Evaluación Página de Twitter .....                                                                        | 77 |
| Tabla 56. Evaluación Página de Google + .....                                                                       | 77 |
| Tabla 57. Evaluación Directorios locales .....                                                                      | 78 |
| Tabla 58. Evaluación Estimación de tráfico .....                                                                    | 78 |
| Tabla 59. Evaluación Ranking de tráfico .....                                                                       | 79 |
| Tabla 60. Benchmarking de Especialización en Gerencia Logística Integral .....                                      | 80 |
| Tabla 61. Análisis DAFO gerencia logística integral – gerencia de operaciones .....                                 | 83 |
| Tabla 62. Objetivos de marketing para los programas de especialización .....                                        | 84 |
| Tabla 63. Presupuesto plan de Marketing Online 2017.....                                                            | 92 |
| Tabla 64. Presupuesto plan de Marketing Online 2017.....                                                            | 93 |
| Tabla 65. Estudiantes contactados para clase gratuita USC .....                                                     | 96 |
| Tabla 66. Métricas de telemarketing para clase gratuita de la asignatura Administración de las organizaciones ..... | 97 |



## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                                         | Pág. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Figura 2. Estructura de un plan de marketing.....                                                       | 48   |
| Figura 3. Diferentes formas de realizar un plan de marketing.....                                       | 49   |
| Figura 4. Tunel de ventas según .....                                                                   | 84   |
| Figura 5. Diferencia entre SEO y SEM .....                                                              | 85   |
| Figura 6. Publicidad realizada en Facebook para la especialización en Gerencia Logística Integral ..... | 87   |
| Figura 7. Publicidad realizada en Facebook para la Maestría en Ingeniería Industrial.....               | 88   |
| Figura 8. Proceso de <i>Lead Nurturing</i> .....                                                        | 90   |
| Figura 9. Fases del túnel de ventas .....                                                               | 91   |
| Figura 10. KPIs por cada fase del plan de <i>marketing Online</i> .....                                 | 94   |

## **RESUMEN**

Este trabajo pretende mostrar el diseño de un plan de marketing online para la Universidad Santiago de Cali en sus programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones, evidenciando como mediante el uso de las técnicas y estrategias del marketing tradicional y el complemento de las herramientas y las plataformas digitales, se puede crear un plan capaz de alcanzar los objetivos fijados.

## GLOSARIO

**ACROBAT ADOBE.** el formato de documento portátil (PDF) se utiliza para presentar e intercambiar documentos de forma fiable, independiente del software, el hardware o el sistema operativo<sup>1</sup>.

**ALEXA.** Es una compañía versátil que ofrece un buscador online, un directorio y una barra de herramientas o *toolbar*, entre otras cosas, además del ya mencionado ranking de tráfico<sup>2</sup>.

**ANCHOR TEXT.** también llamado texto ancla, es el texto que utilizaremos a la hora de insertar un enlace, es decir, el texto que puedes leer encima de un hipervínculo<sup>3</sup>.

**BACKLINKS.** son los links o enlaces entrantes que apuntan desde otras páginas a nuestro sitio Web propio. El número de backlinks de nuestra página es importante porque cuantas más páginas relevantes generen enlazamiento más notoriedad ganará nuestra web a los ojos de Google<sup>4</sup>.

**BENCHMARKING.** Es una técnica para buscar las mejores prácticas que se pueden encontrar fuera o a veces dentro de la empresa, en relación con los métodos, procesos de cualquier tipo, productos o servicios, siempre encaminada a la mejora continua y orientada fundamentalmente a los clientes<sup>5</sup>.

**BOTS.** un bot es un programa informático, imitando el comportamiento de un humano<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> ACROBAT ADOBE. Acrobat Adobe [en línea] 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://acrobat.adobe.com/la/es/why-adobe/about-adobe-pdf.html>

<sup>2</sup> PVN, Barbara. ¿Qué es y cómo funciona AlexaRank? [en línea]. Hipertextual, 10 de agosto del 2012. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://hipertextual.com/archivo/2012/08/que-es-y-como-funciona-alexarank/>

<sup>3</sup> VILLANUEVA, Luis. Woorank. Op Cit. Disponible en Internet: <http://luismvillanueva.com/seo/woorank.html>

<sup>4</sup> MORENO, Samuel. Plan de optimización de ventas y marketing para Enrique Tomás, S.L. [en línea]. Univeritat Politècnica de Catalunya; 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet:

<http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/90284/Plan%20de%20optimizacion%20de%20ventas%20y%20marketing%20para%20Enrique%20Tomas%2C%20S.L..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>5</sup> PERESSON, Lory. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente [en línea]. Enero del 2007. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>

<sup>6</sup> POUSÁ, Rodolfo. Facebook desactivó de su plataforma una inteligencia artificial [en línea]. Telam, Redes, 31 de julio del 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.telam.com.ar/notas/201707/196774-facebook-desactivo-de-su-plataforma-una-inteligencia-artificial.html>

**CACHE.** área de almacenamiento dedicada a la recuperación a gran velocidad de los datos usados o solicitados con más frecuencia<sup>7</sup>.

**FACEBOOK INSIGHTS.** es la herramienta nativa que nos provee Facebook para que podamos ver las estadísticas de nuestra página; con el correr del tiempo, se ha completado de forma sorprendente y tenemos acceso a información valiosa para poder armar estrategias de contenido, promociones, planificación, target de publicidades online, y más<sup>8</sup>.

**FAN PAGE.** término traducido en español que significa página de fans, no es más que una página web diseñada por personas que desean desarrollar o emprender un negocio por medio de la red, en este caso Facebook<sup>9</sup>.

**FLASH.** es una aplicación informática englobada en la categoría de reproductor multimedia. Fue creado inicialmente por Macromedia y actualmente distribuido por Adobe Systems<sup>10</sup>.

**GOOGLE TRENDS.** es una herramienta de acceso libre y gratuito brindada por Google, que nos va a permitir comparar la popularidad de búsqueda de varias palabras o frases; de esta manera conoceremos el nivel de búsqueda de un determinado término (keyword) durante un período de tiempo determinado<sup>11</sup>.

**GOOGLE.** es una compañía principal subsidiaria de la multinacional estadounidense Alphabet Inc., cuya especialización son los productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías. El principal producto de Google es el motor de búsqueda de contenido en Internet del mismo nombre, aunque ofrece también otros productos y servicios como el correo electrónico llamado Gmail, sus servicios de mapas Google Maps, Google Street View y Google Earth, el sitio web de vídeos YouTube y otras utilidades web como Google Libros o Google Noticias, Google Chrome y la red social Google+<sup>12</sup>.

---

<sup>7</sup> JAVELA, Diego. Componentes internos y externos del computador [en línea]. Slideshare, 30 de mayo del 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet:

<https://es.slideshare.net/DiegoJavela/componentes-internos-y-externos-del-computador-62547633>

<sup>8</sup> PVN, Barbara. Op, Cit. Disponible en Internet: <https://hipertextual.com/archivo/2012/08/que-es-y-como-funciona-alexarank/>

<sup>9</sup> CONCEPTO DEFINICIÓN. Fan Page [en línea] 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://conceptodefinicion.de/fan-page/>

<sup>10</sup> DURAN, Josvin. Sistema web para la gestión administrativa de la junta de agua de la cabecera parroquial simón bolívar con registros de planilla instantánea a través de móviles. Uniandes, Puyo, Ecuador, 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6665/1/PIUPSIS0011-2017.pdf>

<sup>11</sup> ESCUELA DE NEGOCIOS Y DIRECCIÓN. Qué es y para qué sirve el google trends [en línea]. Busines Review, 12 de marzo del 2014. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-digital/google-trends/>

<sup>12</sup> BAENA, Guillermina y MONTERO, Sergio. Ciencias de la comunicación 2. Grupo Editorial Patria. 2014.

**MARCOS.** Los marcos o frames son una forma de insertar varias páginas web en una sola<sup>13</sup>.

**MILENIALES.** También denominados Generación Y o Generación Peter Pan, los Millennials (Milenio) son las personas nacidas entre 1980 y 2000<sup>14</sup>.

**PAGE RANK.** es un sistema de ranking desarrollado por Google para medir la "Autoridad" de una página web, basándose en la cantidad y "calidad" de los enlaces que apuntan hacia ella<sup>15</sup>.

**SEO.** (Search Engine Optimization) es la práctica de utilizar un rango de técnicas, incluidas la reescritura del código html, la edición de contenidos, la navegación en el *site*, campañas de enlaces y más acciones, con el fin de mejorar la posición de un *website* en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos<sup>16</sup>.

**SERPS.** (Search Engine Results Page), en español página de resultados del buscador) son todas las páginas que aparecen en Google y que están llenas de diferentes resultados. He ahí la expresión de "querer mejorar nuestra posición en lo SERPS", que vendría a significar querer subir de una página determinada a otra superior en cualquiera de los buscadores<sup>17</sup>.

**SITIO XML.** Es un archivo escrito en el *lenguaje de marcas extensible* (eXtensible Markup Language o XML) que proporciona una lista de las páginas del sitio junto con otros datos. Esta información ayuda a los buscadores a identificar las páginas que pueden rastrear y los caminos que conducen a ellas<sup>18</sup>.

**TEXTO PLANO.** los archivos de texto plano (plain text), son aquellos formados exclusivamente por texto (sólo caracteres), sin ningún formato; es decir, no

---

<sup>13</sup> ESPACIO LATINO. Marco o frames [en línea]. Espacio Latino, 2015. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://creatuweb.espaciolatino.com/tutorhtml/tema15.html>

<sup>14</sup> BENVENUTO, Santiago. ¿Qué son los millennials? ¿Eres tú uno de ellos? [en línea]. 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet:

<https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/7936/que-son-los-millennials-eres-tu-uno-de-ellos>

<sup>15</sup> CONESA, María del Carmen. Evaluación de la calidad de los sitios Web con información sanitaria en castellano. Universidad de Murcia, Febrero del 2010. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet:

<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10916/ConesaFuentes.pdf?sequence=1>

<sup>16</sup> MUÑIZ, Rafael. Marketing XXI [en línea]. 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.marketing-xxi.com/seo.html>

<sup>17</sup> PONS, Pau Soldevila. Análisis SERP de las tres principales empresas de consultoría [en línea]. 17 de noviembre del 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://consultores-digitales.micd.tecnocampus.cat/analisis-serp-consultoria/>

<sup>18</sup> CANALES, Jorge Antonio. uso de XML (lenguaje de marcado extensible) y XSL (lenguaje de estilo extensible) en la generación de nuevos proyectos y negocios sobre internet con contenidos en tiempo real

requieren ser interpretados para leerse (aunque pueden ser procesados en algunos casos). También son llamados archivos de texto llano, simple o sin formato<sup>19</sup>.

**URL.** es la ruta que se encuentra en la caja de texto ubicada en la barra de navegación del navegador, sirve para ubicar de manera precisa en un servidor, cualquier recurso: una imagen, un video o una página web<sup>20</sup>.

**WOORANK.** es una herramienta de Marketing Online donde mediante un número de 0 a 100 le dan la valoración a un sitio Web respecto a más de 70 parámetros relacionados con el SEO, Usabilidad, Redes Sociales, etc. se refiere. Este análisis lo realizan comparando la Web con su competencia para así dar un valor numérico con respecto a la competencia<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> ECURED. Texto plano [en línea]. 2015. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: [https://www.ecured.cu/Texto\\_plano](https://www.ecured.cu/Texto_plano)

<sup>20</sup> UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. ¿Qué es la URL de una página web? [en línea]. Programa Integración de Tecnologías a la Docencia; 2015. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/0bab1260b480d2dad49ef2516f2fdb61/18/es-tilo/aHR0cDovL2FwcmVuZGVlbmxpbmVhLnVkZWZWR1LmNvL2VzdGlsb3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/>

<sup>21</sup> VILLANUEVA, Luis. Woorank. La herramienta SEO que te permitirá analizar rápida y “básicamente” tu Web [en línea]. 2013. [consultado el 12 de agosto de 2017]. Disponible en Internet: <http://luismvillanueva.com/seo/woorank.html>

## INTRODUCCIÓN

Es importante entender que, al elaborar un plan de marketing online para los programas de especialización de Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operacionales, se pretende complementar lo mejor del marketing convencional que ha desarrollado la Universidad Santiago de Cali, teniendo en cuenta que ambas partes son complementarias e inherentes. Como bien se sabe, se está en un proceso de transición del mundo digital, y muchas empresas optan por realizar su plan de marketing tradicional independiente del plan de marketing online. Estas estrategias no suelen tener éxito, debido a que los usuarios perciben a las compañías como un solo modelo de negocio que está integrado en una misma plataforma de servicio. Por lo tanto, se aconseja que los objetivos del plan de marketing online y tradicional estén alineados.

De acuerdo con Fernández<sup>22</sup>, el marketing online se fundamenta en los principios básicos del marketing tradicional, lo que implica que no reemplaza a éste, sino que además de conseguir un mayor alcance y difusión, permite, por ejemplo, una mayor precisión en lo referente a la medición de resultados y un abanico más amplio en términos de segmentación de mercado, gracias a herramientas y datos que proporcionan las redes sociales o internet.

Por tanto, el objetivo de este trabajo consiste en desarrollar un plan de marketing online, en el que se logren vislumbrar los elementos necesarios para exponer un plan de marketing completo y práctico que la Universidad Santiago de Cali pueda implementar, inicialmente en sus dos programas de especialización: Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones; basándose en los pilares del marketing tradicional, integrando las nuevas tendencias del marketing online.

Para la elaboración de este plan, se establecerá un orden lógico, en cuanto a las acciones que se han de ir realizando, en el que se detallarán tanto los pasos a seguir en cada parte del plan, como los objetivos que se pretenden con cada fase tomando como modelo la estructura del manual de Metodología para la Elaboración de un Plan de Marketing de Pablo Vidal Fernández<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> FERNÁNDEZ, P. V. Metodología para la elaboración de un plan de Marketing Digital. Madrid, España. 2016.

<sup>23</sup> Ibid.

## **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Universidad Santiago de Cali<sup>24</sup>, es una corporación de carácter civil, privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro, fundada en el año de 1958 en la ciudad de Santiago de Cali. Catalogada como una de las universidades más reconocidas del departamento del Valle del Cauca, su sede principal en la ciudad de Cali cuenta con 7 facultades y 35 programas de pregrado; en el área de posgrados maneja 3 subdivisiones: (i) el área de especializaciones presenciales que cuenta con 5 facultades y 20 programas; (ii) el área de especializaciones virtuales que cuenta con 2 facultades y 3 programas; por último (iii) el área de maestrías que cuenta con 5 facultades y 6 programas.

De esta manera, en el área de especializaciones presenciales, específicamente en la facultad de ingeniería, en los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de la Producción, se identifica que se han presentado deficiencias en el ingreso de nuevos estudiantes en los últimos años. Por este motivo, se considera pertinente este trabajo de grado, con el fin de desarrollar un plan de mercadeo que genere estrategias para la consecución de nuevos estudiantes para estas especializaciones.

Es así como esta propuesta de trabajo de grado surge a partir de la solicitud de la dirección de las especializaciones de Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones a la Universidad del Valle sede Palmira, para una consultoría a estos dos programas de especialización. Lo que se espera con la consultoría es elaborar estrategias de marketing que lleven a la consecución de clientes, debido a que no se están alcanzando la cantidad de estudiantes mínimos que se tiene como objetivo inicial, para la especialización de Gerencia de Operaciones, 10 estudiantes y para la Especialización de Gerencia Logística Integral 11 estudiantes. Así, el propósito de la consultoría es dar el plan del marketing y posicionar los 2 programas; sin embargo, en el proceso de investigación se logra identificar otros problemas que están afectando las conversiones de los estudiantes.

El primero y más importante, consiste en que quiénes están a cargo de los programas de posgrado (no sólo de los 2 programas en mención), son profesionales especialistas en el tema del programa asignado, más no en el tema de marketing, posicionamiento y consecución de clientes. Sin embargo, ellos, además de hacer sus labores administrativas y de docencia, también deben elaborar estrategias que desconocen para generar el ingreso de nuevos estudiantes a sus respectivos programas.

---

<sup>24</sup> UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI. USACA [en línea]. 2017. [Consultado el 20 de junio del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.usc.edu.co/index.php/universidad-santiago-de-cali>



En segundo lugar, está el hecho de que sólo hay un departamento de publicidad y mercadeo para los programas de posgrado. Debido a esto, se suele hacer publicidad muy genérica por la cantidad de posgrados que se tienen en la Universidad y no se elaboran planes de marketing por programa.

Sumado a esto, la falta de publicidad en medios digitales, tales como las redes sociales, buscadores y el protagonismo que tienen los medios tradicionales, entre ellos revistas, radio, volantes, etc., que, si bien son necesarios, hoy por hoy no son suficientes. En este sentido, existe un desconocimiento de la audiencia a la que se quiere llegar, puesto que no hay una base de datos especializadas y de herramientas de segmentación como el mail marketing.

Se tiene entonces que al no tener claro el objetivo de marketing de los dos programas y las problemáticas mencionadas anteriormente, se dificulta la consecución de estudiantes en la Especialización en Gerencia de operaciones, único en la región y la especialización de Gerencia Logística Integral.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el plan de *marketing online*, adecuado para ofertar los programas de especialización de Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones en la Universidad Santiago de Cali (USC)?

## **1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuál es la situación de los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones en la USC?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing que se deben establecer para los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones?
- ¿Cuáles son las estrategias adecuadas para dar cumplimiento a los objetivos de marketing planteados?
- ¿Cuál es el presupuesto necesario para llevar a cabo el plan de *marketing online*?
- ¿Cómo establecer un plan de medición y control, para las estrategias desarrolladas e implementadas?

## 2. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se realiza con el fin de Desarrollar un plan de marketing online para los programas de especialización de Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones de la Universidad Santiago de Cali. Esto permitirá incursionar en un mercado que actualmente es muy representativo, puesto que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), permiten que las personas actualmente busquen la solución a sus necesidades a través de páginas web y todo tipo de medios digitales.

Por tanto, aplicando las principales teorías relacionadas con el marketing online, se pretenden conocer algunos parámetros básicos que conlleven a generar estrategias, las cuales se conviertan en una herramienta eficaz para que la Universidad Santiago de Cali, pueda comercializar sus programas de especialización, generando al mismo tiempo, experiencias de compra significativas en sus clientes.

De este modo, la investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre el marketing online y sus expectativas presentes, las cuales se encuentran en constante cambio. Lo anterior, como un instrumento que permita conocer sobre las necesidades e ideales que deben suplir en la actualidad las especializaciones en las universidades. De este modo, los resultados que pretende lograr esta investigación podrán tenerse en cuenta para los proyectos de marketing.

Por tanto, se considera relevante brindar conocimientos y herramientas que permitan potencializar la imagen de las empresas, además de conocer sus deseos y expectativas frente a los productos que le ofrece el mercado laboral. La reflexión en torno a la implementación del marketing online por parte de las empresas, resulta significativa para la sociedad, pues permite comprender su uso y hacer un análisis crítico sobre su funcionalidad.

El análisis detallado de las principales teorías que versan sobre el marketing online, permiten delimitar los parámetros básicos que se deben tener presentes para la creación de estrategias. Por ello, se tendrán en cuenta cada uno de los aspectos teóricos relevantes de los autores, seleccionando aquellos que brinden información sobre los mecanismos que configuran una estrategia exitosa. Luego, dichos fragmentos teóricos posibilitarán la elaboración de herramientas prácticas.

Por lo anterior, se puede comprender que el análisis bibliográfico como metodológico, facilita el seguimiento conceptual de métodos y resultados obtenidos, por parte de cada uno de los autores. Lo cual, permite entender las dificultades, retos y desventajas que se puedan presentar en la implementación de una estrategia de marketing online.

En relación al campo de aplicación, es pertinente afirmar que si una empresa quiere lograr el éxito, independientemente de su tamaño, debe adaptarse a un plan estratégico que le permita aprovechar al máximo las fortalezas y oportunidades, brindándole herramientas para hacerle frente a sus debilidades y amenazas. En este sentido las organizaciones deben, sin importar su tamaño, acogerse a planes de marketing, que les conlleven a hacerle frente a las adversidades y proyectarse hacia un futuro más promisorio.

Finalmente, la realización de esta investigación, pretende, directa o indirectamente beneficiar a varios sectores: (i) a los propietarios e inversionistas, ofreciéndoles instrumentos que contribuyan al direccionamiento a largo plazo del rumbo de su empresa, esto, mediante la especificación de las líneas de acción estratégicas coherentes; (ii) a los colaboradores de las empresas, exponiéndoles un marco de referencia, en el cual todas sus gestiones comerciales y desempeños estén orientados al logro de las metas correctas; (iii) a los clientes, permitiéndoles contar con servicios competitivos; (iv) a las Instituciones Educativas, siendo un documento de consulta para los usuarios de la biblioteca y la web; (v) a los alumnos, ofreciendo una herramienta que les servirá como guía de información bibliográfica con el fin de orientar futuras investigaciones.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un plan de marketing online para los programas de especialización de Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones de la Universidad Santiago de Cali.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer el análisis situacional de los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones.
- Establecer los objetivos de marketing para los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones.
- Plantear las estrategias adecuadas para dar cumplimiento a los objetivos de marketing planteados.
- Definir el presupuesto del plan de marketing online.
- Realizar el plan de medición y control de las estrategias desarrolladas e implementadas.

#### 4. ANTECEDENTES

Importantes universidades del sector colombiano han realizado investigaciones y planes de marketing estratégicos tanto para el posicionamiento como para la creación de programas de pregrado y postgrado que la demanda educativa necesite, con el principal fin de garantizar el éxito y viabilidad de dichos programas, conocer el perfil adecuado de los estudiantes y el generar un proceso de creación de valor en los programas educativos.

Castro y Salgado<sup>25</sup>, elaboran un trabajo con el objetivo de elaborar estrategias de comunicación para programas de formación académica en la facultad de optometría, con el fin de sostener el reconocimiento y posicionamiento en el sector educativo profesional, diseñando estrategias de mercado que incrementen el volumen de estudiantes inscritos en dichos programas tanto de la universidad como de otras instituciones.

Para lograr el objetivo de la investigación, las investigadoras se proponen, en primer lugar, generar estrategias de comunicación para el programa maestría en ciencias de la visión, que permitan incentivar al profesional a vincularse para tener un sentido crítico e investigativo; en segundo lugar se crean estrategias de comunicación para los diplomados ofrecidos a optómetras que desean una formación y profundización en un área específica. Finalmente se diseñan estrategias de comunicación para el programa de pregrado en Optometría, enfocado a estudiantes que se encuentren culminando secundaria en la ciudad de Bogotá y ciudades aledañas.

En el trabajo se analizan principalmente las estrategias de mercadeo a implementar en la facultad de optometría, que permitan sostener su cuota en el mercado actual. Se pudo determinar además, que el plan de mercadeo es una herramienta de gestión, a través de la cual se pueden determinar los pasos que se deben seguir, las metodologías y los tiempos para alcanzar determinados objetivos.

Como resultados de la investigación, se crearon nuevas estrategias para los diferentes programas de formación académica que ofrece la facultad de optometría, entre ellos, un centro de información *Optoline*, *Software Procesos Inbound*, nuevos

---

<sup>25</sup> CASTRO, Nina Verónica y MORALES Lizzeth Yaniny. Estrategias de comunicación para programas de formación académica en la facultad de optometría de la Universidad de la Salle [en línea]. Bogotá D.C. 12 de septiembre del 2008. Universidad de la Salle, Facultad de Optometría [consultado el 20 de octubre del 2017]. Disponible en Internet: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/8540/T50.08%20C279e.pdf?sequence=1>

*Insertos* y el mejoramiento de la página *Web*. Con lo que se espera hacer más atractiva la opción de estudiar en la Facultad de Optometría de la Universidad de la Salle.

Las estrategias que se puedan generar para la implementación de un plan de marketing online, resultan fundamentales para este estudio, en la medida en que brindan herramientas que pueden ser aplicables al tema de la presente investigación; por tanto, al revisarlas es pertinente establecer las similitudes del contexto y así mismo, determinar cuáles de ellas contribuyen de manera significativa a enriquecer los resultados de este estudio.

Sánchez<sup>26</sup>, presenta un estudio para el diseño de un plan estratégico de marketing digital enfocado en el *neuromarketing* para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, con el propósito de captar el mercado potencial que existe para formación profesional dentro de los medios digitales e internet utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

El proyecto aplicó un plan de marketing estratégico basado en el *neuromarketing* para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, el cual tuvo la intención de eximir sus sistemas de posicionamiento dentro de las instituciones de educación superior, siendo reconocida como una Universidad de Excelencia Académica, lo que permitió lograr un incremento en las matrículas durante los siguientes periodos

Para cumplir con el propósito del estudio, se utilizó un enfoque descriptivo, con algunas características y elementos experimentales los cuales permitieron al autor, sustentar de manera científica los alcances del proyecto y su aplicación. De este modo se establecieron las características poblacionales, formas de conducta de clientes o usuarios potenciales, estableciendo comportamientos concretos. Para esto se utilizó fuentes de información, primarias y secundarias, las cuales permitieron sustentar de manera específica el desarrollo del estudio para la implementación del plan estratégico de marketing digital basado en el *neuromarketing*.

Como resultados se tuvo, que de acuerdo al análisis interno, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia cuenta con una oferta académica sustentada en la necesidades del pueblo Colombiano. Además, tiene cinco escuelas académicas, las cuales cubren diferentes áreas del conocimiento en la educación superior, a través de programas de carácter tecnológico, profesional y de posgrado.

---

<sup>26</sup> SÁNCHEZ, Samuel. Estudio para el diseño de un plan estratégico de marketing digital enfocado en el *neuromarketing* para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD [en línea]. Tunja, 2013. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios. [consultado el 20 de octubre del 2017]. Disponible en Internet: <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/348>

Al hacer el análisis externo, se contó con información estadística de las matrículas realizadas en la UNAD durante los últimos 6 años, las cuales demuestran las tendencias y comportamientos de la demanda y la forma como se puede asociar a una proyección para los próximos años.

Finalmente se concluyó que el *neuromarketing* es una nueva tendencia para el uso de técnicas apropiadas en la publicidad, lo que garantizaría un mayor éxito en la transmisión del mensaje. Así mismo, la realización de los experimentos con las páginas *Web*, permitió determinar que el uso de estrategias basadas en el *neuromarketing* son fundamentales para la aplicación de estrategias publicitarias.

El *neuromarketing*, es sin duda una estrategia que aporta elementos importantes a la hora de proyectarse hacia la elaboración de un plan de mercadeo, por tanto, aplicar elementos del *neuromarketing*, resulta fundamental para obtener excelentes resultados en el desarrollo de este proyecto.

Ospina y Sanabria<sup>27</sup>, presentan un artículo titulado “un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia: el modelo MIGME”, en él se afirma que en Colombia el servicio público de Educación Superior es impartido a través de organizaciones privadas y públicas, las cuales ofrecen distintos programas académicos en diferentes áreas del conocimiento.

Dichos programas, según lo expuesto por los autores, se ven inmersas en problemáticas, entre las que se encuentra la absoluta desarticulación de las necesidades de la sociedad, además de los requerimientos del sector productivo. Los autores afirman además que las instituciones se desarrollaron en un medio estable, el cual se ha considerado como protegido durante mucho tiempo, no obstante, este en la actualidad ha sufrido grandes transformaciones, las cuales han conllevado a cambios significativos, de acuerdo a lo que demanda la sociedad.

Es así como los autores presentan una propuesta de un modelo de gestión de mercadeo educativo, las cuales se pueden aplicar a diferentes tipos de organización, es así como los autores proponen un ejemplar fundado en una transición, planteando otros acercamientos que median entre una perspectiva basada en los bienes (tangibles) y una perspectiva basada en el servicio (usuario). En el documento se plantean las siguientes posturas:

- De la p de Producto a la noción de Cliente

---

<sup>27</sup> OSPINA, Milton y SANABRIA, Pedro. Un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia: el modelo MIGME [en línea]. En Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada, XVIII (2), 2010. [consultado el 30 de octubre de 2017]. Disponible en Internet: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v18n2/v18n2a07.pdf>

- De la p de Precio a la noción de Costo
- De la p de Plaza a la noción de Conveniencia o Comodidad
- De la p de Promoción a la noción de Comunicación y Comunidad

Es así como muestran la importancia de usar herramientas como la investigación de mercados y el plan de mercadeo en estas organizaciones con el propósito de recopilar valiosa información sobre las tendencias en educación superior, la viabilidad en la oferta de programas académicos, la percepción institucional y el nivel de satisfacción de los estudiantes, docentes, investigadoras y administrativas.

Teniendo en cuenta que el plan de mercadeo es necesario que para que las Instituciones educativas faciliten la oferta eficaz de los programas académicos. Es importante aplicar a este plan de mercadeo educativo, las variables que se han analizado para la investigación de mercado, dado que corresponde a las categorías del *mix marketing* de los servicios educativos que se han planteado.

Gutiérrez y Cardona<sup>28</sup>, presentan un trabajo de grado con el propósito de determinar las necesidades de formación posgraduada que justifiquen la implementación de un doctorado en Ingeniería Industrial, a partir de los resultados del estudio de la oferta y la demanda, que permitiera fortalecer la investigación científica y el desarrollo académico, jalonar procesos de desarrollo social económico e industrial para el posicionamiento de la región y el país, cubriendo la demanda que se presenta respecto a este nivel de formación en esta área específica.

Es así como a través de la investigación, los autores realizan inicialmente una identificación de la oferta de programas relacionadas con el área de ingeniería industrial en el nivel de doctorado; en segundo lugar se realiza una determinación de la demanda de capacitación; luego se diseña la estructura administrativa adecuada en términos de eficiencia, productividad, servicio y sustentabilidad; en cuarto lugar se realiza una evaluación financiera para establecer la viabilidad del programa de doctorado en Ingeniería Industrial; finalmente se proyecta el impacto que traería la implementación y desarrollo del proyecto para la sociedad.

Para el desarrollo de esta investigación se propuso un estudio de tipo descriptivo, dado que este incluye el diseño, construcción y la aplicación de instrumentos para obtener información específica que permitiría caracterizar las variables del

---

<sup>28</sup> GUTIÉRREZ, Fernando y CARDONA, Carlos Alberto. Estudio del mercado para determinar la creación de un programa de doctorado de ingeniería industrial en la Universidad Tecnológica de Pereira [en línea]. Pereira, 2007. Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ingeniería Industrial, Maestría en Administración Económica y Financiera. [consultado el 15 de octubre de 2017]. Disponible en Internet: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1497/65883G984e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



mercado como la oferta y la demanda o del tipo organizacional del plan de estudios.

Finalmente los autores establecieron que a nivel mundial, la oferta de programas de doctorado en Ingeniería Industrial es amplia y variada, en Sur América se presenta alguna restricción, sin embargo, en Colombia solo existe un programa. De otro lado, el desarrollo mundial, regional y nacional hacen que se den actualizaciones de manera permanente en todos los campos, pero principalmente en la educación, por ser esta la base para el crecimiento intelectual de la comunidad.

Ferrer y Arroyo<sup>29</sup>, diseñaron un estudio llamado “Gestión y marketing del capital intelectual Estrategia para posicionar los postgrados en el siglo XXI”, en el documento se explica que el contexto global-digital de redes y virtualidad real, sumada a la crisis sin precedentes que atraviesa el país, requiere de respuestas innovadoras y de la redefinición y flexibilización del postgrado, donde la gestión y el marketing del capital intelectual asume un rol estratégico.

Los autores caracterizan al mundo global de hoy, reflejando el impacto y demandas de cambio, generadas en las universidades y en los postgrados; también investiga la forma en que las universidades gestionan su capital intelectual con rentabilidad social del tercer milenio. Se expone además que el proceso de actualización del sistema educativo no va al mismo ritmo del cambio tecnológico, puesto que este demanda conocimiento innovador, nuevos enfoques y actitudes mentales.

Lo anterior, de acuerdo a la investigación, impide a las universidades y a los postgrados, adoptar una nueva filosofía académica, centrada en la gestión, el marketing y el capital intelectual de la universidad, en un ambiente flexible y plural, para lograr tres objetivos fundamentales: (i) potenciar el conocimiento existente en ella; (ii) reforzar la solidez de una sociedad abierta al mundo y, (iii) viabilizar los cambios necesarios para lograr un crecimiento rentable y sostenido del país y su inserción en el contexto global.

Las anteriores investigaciones brindan fundamentos esenciales para el desarrollo de esta investigación, puesto que muestra la experiencia de algunos investigadores en la aplicación de planes de marketing online para diferentes programas de pregrado y posgrado de Instituciones Educativas.

---

<sup>29</sup> FERRER y ARROYO. Gestión y marketing del capital intelectual estrategia para posicionar los postgrados en el siglo XXI [en línea]. En Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 5. N2 12, 2000, 385-412 Universidad del Zulia (LUZ). [Consultado el 20 de octubre del 2017]. Disponible en Internet: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/viewFile/9011/9001>



## **5. MARCO REFERENCIAL**

### **5.1 MARCO TEÓRICO**

A continuación, se tendrán presentes las diferentes teorías o filosofías que contribuyan a la realización de este trabajo, por lo tanto, se analizará factores como son las evaluaciones empresariales, evaluación de factores externos, evaluación interna, las cinco fuerzas de Porter y la creación de estrategias de marketing.

#### **5.1.1 Evaluación empresarial**

La evaluación empresarial ha sido tomada por Romagnoli<sup>30</sup>, como un instrumento simple y de gran beneficio con el fin de estudiar el estado actual de una organización y las situaciones que le impiden su crecimiento, expansión o mantenimiento en el sector. En acuerdo con lo dicho autor, Díaz<sup>31</sup>, ha fijado que la evaluación empresarial es un método más fructífero para poder realizar estudios que verifiquen los principales problemas que tiene la empresa para seguir avanzando en su desarrollo.

Entonces se podría concluir, que la evaluación empresarial es el medio por el cual se conoce la empresa a la cual se quiere definir o concluir, lo cual lo puede realizar personas expertas en el tema como son consultores externos como también los propietarios de sus propios negocios<sup>32</sup>.

Sin embargo, dentro de la evaluación empresarial se pueden abordar dos clases de evaluaciones, que se han logrado detallar debido a sus características y aplicaciones, estos son las evaluaciones integrales y evaluaciones específicas. Las evaluaciones integrales son reconocidas por la cantidad de factores empresariales que se pueden beneficiar, por ejemplo, las evaluaciones de competencia, donde se analizan las oportunidades, debilidades, ventajas y desventajas de una organización de manera paralela a la competencia, mientras que el segundo, se refiere a las evaluaciones que sobresalen por enfocarse en procesos específicos, es decir como el análisis del mercado, informes financieros o procesos de gestión propiamente<sup>33</sup>.

#### **5.1.2 Evaluación de factores externos**

---

<sup>30</sup> ROMAGNOLI, S. Herramientas de gestión: Diagnóstico empresarial [en línea]. 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/210502.pdf>

<sup>31</sup> DÍAZ, J. ¿Qué es un diagnóstico empresarial? [en línea]. 2013. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.emprendices.co/que-es-un-diagnostico-empresarial/>

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Ibid.

La evaluación de factores externos tienen un valor importante para las organizaciones que se esfuerzan para lograr resultados a tiempo sobre su entorno, donde se encuentran a los proveedores, entidades financieras, comunidad, clientes, mercados, leyes, competidores, establecimientos gubernamentales, economía nacional e internacional. Por eso se puede afirmar sobre la evaluación de factores externos:

La evaluación externa pretende destacar y evaluar las tendencias y acontecimientos que están más allá del control de una empresa; revela las oportunidades y amenazas clave que tiene una organización, de tal manera que los gerentes puedan formular estrategias para aprovechar las oportunidades y eludir las amenazas o reducir las consecuencias<sup>34</sup>.

Conforme a lo citado, es importante tener presente dos facetas que son importantes y de gran valor para lograr una evaluación externa acertada y con un rendimiento adecuado, estos son el macro y microambiente. El macro ambiente se enfoca a todas las organizaciones en forma general, mientras que el microambiente influye a una organización específica<sup>35</sup>.

Para una óptica más amplia, el macro ambiente es lo relacionado con el medio externo que influye a la organización de manera general y que se origine de un mercado económico por el cual desarrolla su actividad<sup>36</sup>. Para lo cual deben tenerse en cuenta los diversos ítems que lo componen, económico, político, social, tecnológico y geográfico, los cuales se relacionan y se detallan en la Tabla 1.

**Tabla 1. Factores del macro ambiente**

| <b>Factores</b> | <b>Su consistencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Económicos      | Hace alusión a todo lo que concierne al cambio de la economía nacional e internacional, para lo cual se tienen en cuenta factores como el PIB, productividad, renta, impuestos, inflación, entre otros aspectos.                                                        |
| Políticos       | Se refiere al uso y la atribución del poder ejecutivo, es decir, todo lo relacionado con el gobierno y su administración del país, partiendo desde lo local como una ciudad o municipio, departamentos, etc. para lo cual es imperante entender el sistema de gobierno. |
| Sociales        | Es lo concerniente a los valores sociales y las ocupaciones de las personas, desde la perspectiva de cliente o empleador para influir en la planeación organizacional o empresarial.                                                                                    |
| Tecnológicos    | Es todo lo concerniente a los costos y disposición de los factores productivos que usan las organizaciones y las alteraciones en tecnología que implican e influyen en las producciones como en la adquisición o desarrollo de nuevos productos o servicios.            |
| Geográficos     | Se refiere a la ubicación, tipografía, clima y recursos naturales.                                                                                                                                                                                                      |

<sup>34</sup> CUENCA, E. Diagnostico organizacional y propuesta de planeación estratégica para la empresa distribuidora farmacéutica C.Y. [en línea]. 2016, [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2561/1/CD-0355.pdf>

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> Ibid.

Fuente: Elaboración propia a partir de Cuenca<sup>37</sup>.

Los factores mencionados anteriormente, se dan frente a un mega universo de organizaciones o compañías, sin que éstas puedan tener poder alguno sobre ellas, para lo cual se hace imperante la elaboración de las evaluaciones empresariales externas, para así anticiparse a dichos factores sacando el mejor provecho.

De igual manera, se estudia el microambiente, el cual está enfocado originalmente a analizar los proveedores, clientes y competidores, los cuales influyen de manera sustancial sea positiva o negativamente, en el logro de los objetivos de la organización.

Dicho lo anterior, Cuenca<sup>38</sup>, considera que el microambiente es singular o particular para cada organización, ya que las situaciones o limitaciones de cada empresa son diferentes a las demás. Es por eso, que las evaluaciones externas difieren para cada empresa, ya que los ítems o factores varían de acuerdo a la empresa, así mismo debe generar la solución a las mismas.

### **5.1.3 Evaluación de factores internos**

Esta evaluación se enfoca a los componentes positivos que serían las fortalezas de la organización, a la vez que revisa y analiza también los aspectos negativos que serían las debilidades. En ese enfoque, se ha determinado que las fortalezas y debilidades que resaltan en las ocupaciones y funciones internas de una empresa, involucran varios frentes, como son la gerencia de mercadeo y ventas, finanzas, producción, investigación y desarrollo<sup>39</sup>.

Es por eso, que para lograr una evaluación precisa y concisa de las debilidades y fortalezas que enfrenta una organización; Guerrero<sup>40</sup>, menciona los factores internos, donde se tienen en cuenta: recursos, sistemas y procedimientos, relaciones, identidad y el factor humano de la compañía. Para lo cual detallaremos en la Tabla 2.

---

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> GUERRERO, M. (2001). *Factores internos al analizar su empresa [en línea]*. Gestipolis, 2001. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestipolis.com/factores-internos-analizar-empresa/>

**Tabla 2. Descripción de factores internos**

| <b>Factores</b>           | <b>Descripción</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Recursos                  | Es el componente que reúnen todos los elementos necesarios para ejercer la actividad de la empresa, entre ellos se destacan los financieros, la experiencia, el saber técnico de los empleados, la tecnología, materias primas, locativas y factor humano.                                                  |
| Sistemas y procedimientos | Es lo concerniente a como se disponen todos los recursos con el fin de obtener resultados beneficiosos para la empresa. Siendo así se tiene presente los sistemas de producción, talento humano y mercadeo. Por ejemplo, el recurso financiero se administra por medio de un sistema contable y financiero. |
| Relaciones                | Se refiere a las comunicaciones, ánimo y relaciones de los diferentes grupos de personas que se relacionan con la empresa, tanto interna como externamente, lo cual puede afectar a la empresa para la consecución de sus objetivos de forma positiva o negativa.                                           |
| Identidad                 | Así como las personas necesitan un nombre y un documento de identidad por cuestiones legales y personales, así mismo las empresas lo requieren con el fin de establecer competencia sana frente a los clientes y ser eficaz en lo humano.                                                                   |
| Factor humano             | Este factor es el más importante que toda empresa requiere, ya que es el alma de las empresas, porque sin este factor no se podría llegar a los objetivos de la empresa y menos poder sobrevivir y permanecer en el mercado.                                                                                |

Fuente: Elaboración propia a partir de Guerrero<sup>41</sup>.

Por consiguiente, se puede decir que la finalidad de una evaluación interna es la detección temprana de las debilidades de la organización con el fin de rectificarlas de manera acertada y pronta, para que no se forme un problema mayor, a temprano y largo plazo.

Es por eso, que algunos autores afirman que, en una evaluación interna, se debe observar y tener presente la capacidad interna de la empresa, lo cual se realiza con el fin de evaluar las fortalezas y debilidades de la organización, para ello se deben tener en cuenta los factores nombrados anteriormente, logrando mejorar la operación organizacional interna que han ido realizando hasta el momento<sup>42</sup>.

Es por eso que se ha dicho que la capacidad interna de una empresa se mide en diversas categorías como son la directiva, competitiva, financiera, tecnológica y el talento humano<sup>43</sup>. Igualmente, esta evaluación se denota como la mezcla de componentes o factores que construyen una matriz superior totalmente conjunta, unida, por lo que refleja una caracterización holística de ella misma. Sin embargo, no sobra resaltar que las estrategias a realizar en cada organización son diferentes, ya que la capacidad de cada cual es diferente así pertenezcan al mismo sector económico.

<sup>41</sup> Ibid.

<sup>42</sup> CUENCA, E. Op, Cit. Disponible en Internet:  
<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2561/1/CD-0355.pdf>

<sup>43</sup> Ibid.

### 5.1.4 Las cinco fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter, referente al estudio estratégico de una organización, puede ser tomado como un instrumento que parte del análisis de la competencia en un medio específico, por ello se debe tener en cuenta la importancia que dicho concepto habla<sup>44</sup>. Simultáneamente se ha dicho que este instrumento deja conocer la competencia de la empresa, ya que para autores como Hernández<sup>45</sup>, el estilo propuesto por Porter deja identificar como las fuerzas que lo influyen inciden de manera directa con la capacidad interna de las empresas, limitando la gran mayoría de veces su estrategia y cambiando los resultados.

Las cinco fuerzas de Porter actualmente consiguen una importancia significativa lograda por la actividad interna de las organizaciones, la agilidad y la manera en que se mueven en el entorno. Es por eso, que se deben establecer estrategias para que las organizaciones puedan competir en un mundo donde la globalización económica ha aumentado la rapidez comercial, avasallando a las organizaciones que no poseen estrategias oportunas de funcionamiento. A continuación, en la Tabla 3 se describen las fuerzas de Porter.

**Tabla 3. Las fuerzas de Porter**

| <b>Fuerzas</b>                               | <b>Descripción</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Amenaza de la entrada de nuevos competidores | Por lo general es la más poderosa de las demás ya que se refiere a la competencia entre las organizaciones del mismo sector comercial o industrial, que ofrecen igual producto.<br>Una fuerte competencia entre ellas, se podría mencionar como el gran número de estrategias que se realizan para superar a las demás, que buscan encontrar y aprovechar las debilidades de los otros o reaccionar a sus estrategias presentadas. |
| Amenaza de posibles productos sustitutos     | Se refiere al ingreso potencial al mercado de organizaciones que producen o venden los mismos productos, aumentando así la competencia en el medio; claro está, que incursionar en un mercado ya existencia no es nada fácil ya que existen barreras de entrada.                                                                                                                                                                   |
| Poder de negociación de los proveedores      | Se refiere a la inclusión de organizaciones o empresas que fabrican o venden productos alternos a los que se ofrecen. Por ejemplo el agua mineral como sustituto de las gaseosas, las mermeladas como sustituto de la mantequilla, portales de internet donde se adquiere la misma información que los periódicos o revistas.                                                                                                      |
| Poder de negociación de los clientes         | Habla sobre el dominio que tienen los proveedores en la industria para establecer precios y ser menos benévolos, ya que entre menos existan empresas que provean el producto o materia prima, mayores poder tienen de                                                                                                                                                                                                              |

<sup>44</sup> RICCI, M. Análisis estratégico de las cinco fuerzas de Porter aplicado a la provincia de Córdoba, en el ámbito del turismo de eventos [en línea]. 2016. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://catalogo.unvm.edu.ar/doc\\_num.php?explnum\\_id=1208](http://catalogo.unvm.edu.ar/doc_num.php?explnum_id=1208)

<sup>45</sup> HERNÁNDEZ, J. (2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter [en línea]. 2011. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>

| <b>Fuerzas</b>                          | <b>Descripción</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         | establecer precios y ser menos indulgentes.                                                                                                                                                                                                                                                |
| Rivalidad entre competidores existentes | Habla sobre el poder que tienen los clientes de la industria para conseguir buenos precios y condiciones. Cualquiera que sea el mercado, los clientes procuran tener el mayor manejo de negociación frente al vendedor, aunque esto se presenta en diferentes rangos según sea el mercado. |

Fuente: Elaboración propia a partir de Hernández<sup>46</sup>.

Es bueno resaltar que estas cinco fuerzas están relacionadas con la estructura de la industria, por lo que pueden ayudar a fijar precios, costos y requerimientos de inversión. Lo anterior está relacionando con que la realidad de las empresas no está ligado solamente a lo cuantitativo, sino que además está afectado por variables externas que no dependen de ellos establecer, sino que frente a dichas variables solo pueden optar por estrategias que ayuden a reducir o mitigar los efectos que puedan causar sobre la empresa.

Dicho lo anterior, se asegura que las cinco fuerzas de Porter comprenden un modelo integral que deja analizar cualquier industria en factores de rentabilidad, para lo cual tener en cuenta el factor de la competencia es primordial para poderlo implementar<sup>47</sup>. Es por eso que la organización puede detectar su estado actual para escoger la estrategia a realizar, por ende, las cinco fuerzas postuladas ayudan a elaborar la estrategia y los lineamientos a establecer.

### **5.1.5 La marca**

Aaker<sup>48</sup>, dice que “la marca es, fundamentalmente, una promesa. Tiene que ser capaz, además, de despertar entusiasmo y crear lealtades duraderas. El nuevo mandato del marketing consiste en crear una marca poderosa, que inspire confianza y de la cual emane una promesa relevante y diferenciadora”, aquí es donde se menciona que la marca se maneja como un producto y es por eso que se habla de una promesa y de posición, ya que un nombre o marca puede ser tan valioso que se puede considerar como un activo y el arma más eficaz a la hora de la competencia. Aunque el manejo de la marca no tiene fecha de expiración, el mal manejo administrativo puede llevarla a su extinción. Por eso es importante que la empresa u organización se enfoque en lograr el posicionamiento adecuado en la mente de sus clientes, tanto en marco como imagen de la empresa en sí.

Por tanto, la importancia que la organización le dé al concepto de marketing, el grado que se transmitan las ideologías, valores, acciones, normas de marketing

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> Ibid.

<sup>48</sup> AAKER, D. El Reinado de la Marca [en línea]. En Perspectivas, 38-41; 2012. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/aaker1.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/aaker1.pdf)



dará al inicio de una cultura o filosofía de marketing. Es por eso que la empresa no solo debe acomodarse al medio sino que además debe influir en él<sup>49</sup>.

Se puede decir que el modelo de Aaker, deja estudiar la obtención de la marca como el resultado de lealtad, conocimiento y asociación a la marca, con el fin de ofrecer valor al servicio y/o producto. Aaker dice que toda administración de marca empieza con la apropiación de una identidad, y esta es a la vez una reunión de asociaciones donde la intención es vincular la marca de manera significativa.

Aaker<sup>50</sup>, presenta un modelo que contiene 12 elementos, el cual concluye en cuatro perspectivas:

- Marca como producto
- Marca como organización
- Marca como persona
- Marca como símbolo

Así mismo, Mayol<sup>51</sup>, habla de concepto de imagen o marca corporativa como el resultado de los diversos conceptos que los clientes asocian a la empresa para recordarla. Norberto Mínguez citado por Mayol "define la imagen corporativa como la impresión total (creencias y sentimientos) que una organización genera en la mente de los públicos".

### **5.1.6 Marketing**

Thompson<sup>52</sup>, expone las siguientes definiciones:

Philip Kotler: "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

Jerome McCarthy: "el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías

---

<sup>49</sup> QUINTEROS, C. Estrategias de marcas y posicionamientos [en línea]. Gestipolis.com; noviembre de 2003. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.gestipolis.com/estrategias-de-marca-y-posicionamiento/>

<sup>50</sup> AAKER, D. Op Cit. Disponible en Internet: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/aaker1.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/aaker1.pdf)

<sup>51</sup> MAYOL, D. En busca de acuerdos sobre los conceptos de identidad, imagen y reputación [en línea]. En Razón y Palabra, 1-19; 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/13\\_Mayol\\_M87.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/13_Mayol_M87.pdf)

<sup>52</sup> THOMPSON, I. Definición de Marketing [en línea]. Marketing Free, octubre de 2006. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente".

Stanton, Etzel y Walker: "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización".

John A. Howard: "el marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor".

Al Ries y Jack Trout: "el término marketing significa "guerra". Ambos consultores, consideran que una empresa debe orientarse al competidor; es decir, dedicar mucho más tiempo al análisis de cada "participante" en el mercado, exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse de ellas.

American Marketing Asociation (A.M.A.): "el marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización...".

Finalmente Thompson<sup>53</sup>, llega a la conclusión de que el marketing es un método que contiene diversas acciones que incluyen una serie de procesos, por los cuales se resaltan las necesidades o deseos de los clientes para así satisfacerlos de la mejor forma al estimular el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de un beneficio para la organización.

El marketing, ha sido presentado como una ciencia social que mira como satisfacer las demandas de los consumidores<sup>54</sup>. Es por eso, que el marketing tiene un enfoque interdisciplinario, ya que trata lo social como lo comercial, pues como se sabe, su enfoque es mejorar y mover el comercio de la empresa que lo establezca.

No obstante, algunos autores dicen que lo que hay que resaltar no es tanto la definición de conceptos sobre el marketing, sino más bien identificar que no es

---

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> PORTAFOLIO. (2015). ¿Qué es el marketing? [en línea]. 2015. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/marketing-29752>

marketing. Teniendo en cuenta que el marketing no es de publicidad, ni mercado, ni mucho menos una herramienta de ventas<sup>55</sup>. Siendo así, se presentan varias definiciones manejados a nivel mundial en la Tabla 4:

**Tabla 4. Conceptos de Marketing en el mundo**

| <b>Autores</b>                              | <b>Concepto</b>                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Stanton, Etzel y Walker                     | Marketing es un método que incluye acciones de negocio ideado para diseñar productos que satisfagan necesidades, adjudicarles precio, promoverlos y disponerlos a los mercados definidos, a fin de conseguir los objetivos de la empresa. |
| Philip Kotler y Lane Keller                 | El Marketing consiste en detallar y satisfacer las necesidades de los consumidores. Una de las definiciones más cortas de marketing dice que el marketing consiste en "satisfacer necesidades de forma rentable".                         |
| La <i>american marketing association</i>    | Marketing es una actividad organizacional y una serie de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los y la administración de los mismos para el beneficio de la empresa                                                          |
| The <i>chárteres institute of marketing</i> | Es el desarrollo de administrar con responsabilidad la identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades de los clientes de forma rentable                                                                                   |

Fuente: Elaboración propia a partir de Thompson<sup>56</sup>.

Con base en lo expuesto anteriormente, la meta principal del marketing consiste básicamente en procurar la satisfacción de las necesidades de los clientes, mediante una serie de acciones coordinadas, lo cual logra a la vez que la organización alcance sus metas<sup>57</sup>.

Por último, conociendo que la satisfacción del cliente es lo que busca el marketing, la empresa debe estudiar las urgencias o necesidades del consumidor, para después brindarles productos acorde a ello y por ultimo seguir adaptándose o modificando sus productos con miras de tenerlos a la altura de la época o de las exigencias del medio y de los mismos consumidores<sup>58</sup>.

## Marketing Online

Partiendo de la conceptualización del *marketing*, es pertinente afirmar que el reciente desarrollo tecnológico ha producido una nueva era digital. El crecimiento explosivo en computadoras, telecomunicaciones, información, transporte, y otras tecnologías han tenido un gran impacto en la manera en que las compañías proporcionan valor a sus clientes. El auge tecnológico ha creado nuevas formas de conocer a los clientes y saber qué hacen, de crear productos y servicios a la medida de las necesidades de los clientes. La tecnología también está ayudando a

<sup>55</sup> GESTIOPOLIS. ¿Qué es el marketing? [en línea]. 26 de septiembre del 2016. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestiopolis.com/que-es-marketing/>

<sup>56</sup> THOMPSON, I. Op, Cit. Disponible en Internet: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

<sup>57</sup> Ibid.

<sup>58</sup> Ibid.

las personas a distribuir productos de modo más eficiente y eficaz, y a comunicarse con los clientes masiva o personalmente.

Para Montero<sup>59</sup>, el Internet se convirtió en una de las herramientas del *marketing* más eficaces para que las compañías puedan promover su marca, servicio o productos, dado que esto ofrece una completa gama de recursos para que las empresas puedan ganar participación en el mercado.

De este modo, Celaya<sup>60</sup>, afirma que el nuevo modelo de *marketing online* en la actualidad obliga a las empresas a la utilización de sus estrategias de *marketing* y comunicación, puesto que los clientes o consumidores no se conforman con recibir información sobre productos o servicios, puesto que ellos buscan formar parte del proceso de promoción del mismo a través de las redes sociales.

Es así como los nuevos desarrollos digitales y de alta tecnología en *marketing* están cambiando drásticamente tanto a consumidores como a mercadologías; los cuales ahora deben saber cómo utilizar las nuevas tecnologías en computación, información, comunicación y transportación, y relacionarlas adecuadamente con sus clientes y socios en esta nueva era digital<sup>61</sup>.

### **El Marketing Online como estrategia publicitaria**

En un ámbito general se puede decir que el *marketing online* consiste en el trabajo de promoción y venta de productos, servicios o ideas a través de la web. Se puede considerar como un modelo de comercialización electrónica que conlleva a un sinnúmero de ventajas competitivas y que contribuye al fortalecimiento de la estructura vertebral de las organizaciones, ya que permite la aplicación de adecuadas estrategias, que da pie a nuevos canales de distribución, información y comunicación.

Es evidente que el internet ha traído consigo un cambio sustancial tanto en la forma de hacer los negocios como en el comportamiento de los consumidores, tanto así que incluso algunos autores lo han comparado con la Revolución Industrial. La buena aplicación del *marketing online* trae como consecuencia el incremento de la atracción de clientes, lealtad e incremento en las ventas.

---

<sup>59</sup> MONTERO, Leidis. Marketing digital como mecanismo para optimizar las ventas en pymes del sector comercio en Colombia [en línea]. Universidad Nueva Granada, Bogotá, 2015. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet:

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7415/1/MonteroPitreLeidisKarina2015.pdf>

<sup>60</sup> CELAYA, J. La empresa en la red 2.0: El impacto de las nuevas redes sociales en la estrategia empresarial. 2007.

<sup>61</sup> GARCÍA, E. Marketing y nuevas tecnologías: Nuevos hábitos de consumo [en línea]. 16 de junio de 2014. . [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet:

<https://www.gestion.org/marketing/marketing-online/45751/marketing-y-nuevas-tecnologias-nuevos-habitos-de-consumo/>

De la Garza<sup>62</sup>, plantea que las estrategias de *marketing online* ofrecen grandes oportunidades para mejorar la eficiencia y diferenciación de las empresas, las cuales estas deben saber aprovechar. De este modo el *marketing online* ofrece las posibilidades de:

- Ampliar su base de negocio, en la medida en que la venta a través de Internet puede facilitar la entrada a nuevos mercados geográficos o nuevos grupos de clientes, reducir costos y tiempos, aprovechando la capacidad de las nuevas tecnologías de automatizar los procesos internos de compra, almacén, gestión comercial entre otros.
- Mejorar la calidad del servicio ofrecido, a través de una mayor disponibilidad y velocidad del mismo.
- Intensificar la colaboración con proveedores y clientes para mejorar el diseño de productos, optimizar los procesos de compra o venta, entre otros.
- Agilizar la relación con las administraciones, entidades financieras, etc.

### **Estrategias para un buen Marketing online**

Según Collin<sup>63</sup>, para desarrollar una estrategia de *marketing* en línea eficaz se necesita un buen plan. Algunos de los conceptos claves que debemos tener en cuenta son:

- Verifique las Finanzas
- Identificación de la marca
- Marketing Directo
- El Sitio Web
- Anúnciese
- Promueva su sitio Web
- Participe
- Trabaje con la prensa y con los medios de comunicación

## **5.2 MARCO CONTEXTUAL**

La Universidad Santiago de Cali<sup>64</sup>, es una corporación de carácter civil, privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro, fundada en el año de 1958, con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Justicia mediante la Resolución No. 2.800 del 02 de septiembre de 1959 y reconocida como Universidad por el Decreto No. 1297 de 1964, emanado del Ministerio de Educación Nacional, con domicilio en la

---

<sup>62</sup> DE LA GARZA, M. Promoción de ventas, estrategias mercadológicas de corto plazo. México: Cecs. 2001.

<sup>63</sup> COLLIN, S. Estrategias de Mercadotecnia Para promover su marca en Internet. 2003.

<sup>64</sup> UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI. Op, Cit. Disponible en Internet: <http://www.usc.edu.co/index.php/universidad-santiago-de-cali>

ciudad de Santiago de Cali, Departamento del Valle del Cauca, República de Colombia.

A continuación, se describen los dos programas de especialización sobre los cuales se va a realizar el Plan de marketing online:

### 5.2.1 Especialización en Gerencia Logística Integral

Es un programa de la Universidad Santiago de Cali que forma líderes integrales y flexibles para los sectores productivos y de servicios, capacitados en el diseño y dirección de procesos logísticos mediante la aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos, de pensamiento complejo, capaces de actuar como agentes de cambio, competentes y éticamente dispuestos hacia la búsqueda del bien común, el respeto de los derechos humanos y la preservación del medio ambiente<sup>65</sup>.

**Tabla 5. Ficha técnica Especialización en Gerencia Logística Integral**

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Institución                       | Universidad Santiago de Cali                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Título Académico que ofrece       | Especialista en Gerencia en Logística integral                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Registro Calificado               | Res. No. 10547 agosto 08 de 2013                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| SNIES                             | 53720                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Duración                          | 2 semestres                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Requisito de Grado                | Para optar el título de Especialista en Gerencia Logística integral, el estudiante debe haber cumplido con los requisitos establecidos en los reglamentos de la universidad y la normatividad vigente.<br>La Resolución CA-01 de febrero 14 de 2012 determina todo lo referente a los requisitos de grado para los estudiantes de postgrados en el capítulo XVI, artículos 72-77y, en el capítulo XVII, artículo 78.<br>Los estudiantes de la Especialización desarrollarán su trabajo de grado de manera individual. Tendrán un docente tutor que acompañará en la construcción del mismo, el cual se convertirá en su director de trabajo de grado.<br>Terminado este, el estudiante sustentará via video conferencia junto a dos jurados nombrados por la Dirección del programa.<br>Para poder recibir su respectivo grado, el estudiante debe haber terminado satisfactoriamente todos los módulos del plan de estudios, haber realizado su trabajo de grado con aprobación, estar a paz y salvo con la biblioteca, pagar los derechos de grado y haber adjuntado todos los documentos necesarios para este.<br>Trabajo Final De Grado. |
| Facultad Responsable              | Ingeniería                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Requisitos de Ingreso al Programa | Título Profesional<br>Entrevista de Selección                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Modalidad                         | Presencial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Dirigido a:                       | Profesionales interesados en programas de formación avanzada, asesores, consultores, directivos, mandos medios del área de logística empresarial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Objetivo General                  | Crear estrategias exitosas de logística en la organización acordes con los                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

<sup>65</sup> Ibid.

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | demás componentes de la cadena de valor, identificando además las grandes tendencias gerenciales en gestión, distribución, operaciones y planeación que contribuyan a aumentar la competitividad y productividad de las empresas que les permitan posicionarse en los actuales mercados globales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Perfil del egresado | <p>Nuestros egresados de acuerdo a las exigencias del mercado, estarán en capacidad de integrar las actividades de la cadena de suministro y su coordinación con la cadena productiva, así como unificar las partes o empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenamiento y comercialización de los productos y sus componentes, integrando las TIC en el manejo oportuno de la información, logrando conectividad virtual y mayor dominio de cada uno de los procesos a lo largo de la cadena.</p> <p>El egresado de la Especialización en Gerencia Logística Integral podrá ofrecer soluciones altamente competitivas, garantizando el posicionamiento de la empresa, la integración con los mercados nacionales e internacionales, la agilidad en la cadena de suministros y el mejor desempeño del factor humano.</p> |
| Valor Matrícula     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Valor Semestre      | 4.845.964                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Valor Estampilla    | 72.689                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

Fuente: Elaboración propia a partir de la Universidad Santiago de Cali<sup>66</sup>

### 5.2.2 Especialización en Gerencia de Operaciones

Es un programa de la Universidad Santiago de Cali que forma líderes integrales y flexibles para los sectores productivos y de servicios, capacitados en el diseño y gestión de procesos operativos mediante la aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos, de pensamiento complejo, capaces de actuar como agentes de cambio competentes y éticamente dispuestos hacia la búsqueda del bien común, el respeto de los derechos humanos y la preservación del medio ambiente<sup>67</sup>.

<sup>66</sup> Ibid.

<sup>67</sup> Ibid.

**Tabla 6. Ficha técnica Especialización en Gerencia de Operaciones**

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Institución                       | <b>Universidad Santiago de Cali</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Título Académico que ofrece       | Especialista en Gerencia de Operaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Registro Calificado               | Res. No. 11984 septiembre 6 de 2013                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| SNIES                             | 102934                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Duración                          | 2 semestres                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Requisito de Grado                | Para optar el título de Especialista en Gerencia Logística integral, el estudiante debe haber cumplido con los requisitos establecidos en los reglamentos de la universidad y la normatividad vigente. En la Actualidad los siguientes:<br>Haber aprobado la totalidad de los módulos del plan de estudio.<br>Realizar una Monografía, para ello tendrá un profesor tutor que los acompañará en la construcción del mismo. Terminado este, el estudiante sustentará junto a dos jurados nombrados por la Dirección del programa.<br>Estar a paz y salvo con las diferentes dependencias de la Universidad.<br>Trabajo Final De Grado |
| Facultad Responsable              | Ingeniería                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Requisitos de Ingreso al Programa | Título profesional<br>Entrevista de Selección                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Modalidad                         | Presencial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Dirigido a                        | Profesionales de cualquier disciplina de educación superior, asesores y consultores del área de producción /operaciones, directores, gerentes, jefes de departamento en el área de producción u operaciones, auditores de procesos industriales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Objetivo General                  | Preparar académicamente a directivos y mandos medios de las empresas para que identifiquen y fortalezcan, dentro del proceso de conversión que manejan en su empresa, las fases de planeación, organización, dirección y control, propias del modelo de administración de operaciones, dentro de una actitud de permanente investigación, desarrollo y que permitan fortalecer los bienes y servicios actuales u obtener nuevos.                                                                                                                                                                                                     |
| Perfil del egresado               | El Programa de Especialización en Gerencia de Operaciones de la Universidad Santiago de Cali ofrece un plan de estudios que busca formar un profesional en el área de operaciones con un perfil gerencial, comprometido con el bien común y el desarrollo del país. Esto se logra con una sólida preparación técnica contextualizada con los problemas y necesidades del país.                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Valor matrícula                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Valor Semestre                    | \$4.845.964                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Valor Estampilla                  | \$72.689                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Fuente: Elaboración propia a partir de la Universidad Santiago de Cali<sup>68</sup>

El desarrollo y la elaboración de este plan de marketing online, se realizó durante los años 2016 y 2017.

<sup>68</sup> Ibid.



### 5.3 MARCO LEGAL

Es este espacio, se trae a mención diferentes normas que dan lineamientos en lo relacionado al marketing y su instauración en las organizaciones, por ende, se introduce en el estudio de estas leyes para adquirir el conocimiento adecuado.

#### 5.3.1 Ley 256 de 1996

Gracias a esta ley, el legislativo marcó como indicador el garantizar la libre y leal competencia económica, mediante la restricción de conductas y acciones de competencia desleal, lo cual como se conoce, se puede aplicar a todos los que son parte del mercado. Siendo así, en el siguiente cuadro se trae a memoria los actos que se consideran como competencia desleal como lo indica la ley, lo cual se expone en la Tabla 6.

Es por eso que se trae a memoria que para interponer una demanda donde se quiera proteger o denunciar a una empresa por alguno de los comportamientos antes mencionados, de debe tener presente tanto la legitimidad por activo como por legitimidad pasiva. Referente a la primera, dicha ley asegura que están legales todas las personas que hagan parte o manifiesten su intención para participar en el mercado, cuyo fin económico resulten agraviados o se sientan amenazados por dichas acciones. La legitimación pasiva, dice la ley, que recae la demanda pertinente contra toda persona cuyas acciones hayan ayudado a la elaboración del acto de competencia desleal. Se ha dicho, que si una acción antes mencionada es realizada por parte de un empleado, quien deberá asumir las consecuencias por los daños causados es el empleador<sup>69</sup>.

De igual forma, el legislador ha determinado un tiempo que debe tenerse presente para el vencimiento de dichas acciones, por lo que se ha determinado que cuando una acción surge de una competencia desleal el tiempo determinado será de dos años a partir del momento en que la persona cometió dichos actos, mientras que será de tres años a partir del momento de la realización del hecho.

**Tabla 7. Actos de competencia desleal**

| Tipo de acto               | Descripción                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Desviación de la clientela | Las acciones que tengan como fin desviar a los clientes de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea en vía contraria a las sanas prácticas mercantiles. |
| De desorganización         | Los hechos que tengan como fin desordenar internamente a la empresa, prestaciones mercantiles o el local ajeno.                                                                                  |
| De confusión               | Las acciones que tengan como finalidad crear caos con la actividad, prestaciones mercantiles o el local ajeno.                                                                                   |

<sup>69</sup> CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 256 [en línea]. 1996; Bogotá D.C.: Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38871>

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| De engaño                          | Las acciones que conlleven a crear confusión en los consumidores sobre la actividad, prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno.                                                                                                                                                                                            |
| De descredito                      | El uso y de aseguraciones falsas, el ocultar realidades y cualquier otro tipo de hechos que estén relacionados y tenga como fin el desacreditar la actividad, las prestaciones mercantiles de un tercero, que no son reales, precisas y pertinentes.                                                                                 |
| De comparación                     | Las comparaciones públicas de la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento propias o ajenas con los de un tercero, cuando dicha comparación utilice indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, u omita las verdaderas.                                                                                    |
| De imitación                       | La imitación de prestaciones mercantiles e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por la ley.                                                                                                                                                                                                          |
| Explotación de reputación ajena    | El aprovechamiento en beneficio propio o ajeno de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.                                                                                                                                                                                |
| Violación de secretos              | La divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos industriales o de cualquiera otra clase de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente, pero con deber de reserva, o ilegítimamente.                                                                                              |
| Inducción a la ruptura contractual | La inducción a trabajadores, proveedores, clientes y demás obligados, a infringir los deberes contractuales básicos que han contraído con los competidores.                                                                                                                                                                          |
| Violación de normas                | La efectiva realización en el mercado de una ventaja competitiva adquirida frente a los competidores mediante la infracción de una norma jurídica                                                                                                                                                                                    |
| Pactos desleales de exclusividad   | Pactar en los contratos de suministro cláusulas de exclusividad, cuando dichas cláusulas tengan por objeto o como efecto, restringir el acceso de los competidores al mercado, o monopolizar la distribución de productos o servicios, excepto las industrias licoreras mientras éstas sean de propiedad de los entes territoriales. |

Fuente: Elaboración propia a partir de Ley 256 de 1996<sup>70</sup>.

### 5.3.2 Decreto 024 de 2016

Por medio de este decreto, la presidencia de la república ha reglamentado lo concerniente al comercio en red o multiniveles, lo cual tiene una correlación con el marketing y mercadotecnia a que ha ido teniendo su influencia en las empresas. Siendo así, se tiene presente la reglamentación que se ha enmarcado con respecto a las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia:

**Tabla 8. Reglamentación sobre actividades de comercialización**

| Tipo de reglamentación                       | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Compensación o beneficio económico           | El monto de la compensación o beneficio económico que la sociedad que realice actividades multinivel le pague al vendedor independiente, de que trata el numeral 2 del artículo 2° de la Ley 1700 de 2013, deberá guardar una relación de causalidad directa con la venta de los bienes y servicios que sean objeto de la actividad de la sociedad |
| Conocimiento de los planes de compensación y | Las sociedades y las sucursales de sociedades extranjeras que realicen la comercialización de sus productos o servicios en red o a través del mercadeo multinivel deben dar a conocer al vendedor independiente, de                                                                                                                                |

<sup>70</sup> Ibid.

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| condiciones contractuales                                                             | manera previa a la firma del contrato, el contenido del plan de compensación a que se refiere el artículo 6° de la Ley 1700 de 2013,                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Compañía multinivel y el representante comercial                                      | Para efectos del cumplimiento de la obligación establecida en el parágrafo 1° del artículo 2° de la Ley 1700 de 2013, tanto las compañías que ofrezcan bienes o servicios en Colombia, a través de la comercialización en red o mercadeo multinivel, como los representantes comerciales que desarrollen esta actividad, deben ser sociedades mercantiles constituidas de conformidad con la legislación colombiana |
| Suspensión inmediata de la actividad de comercialización en red o mercadeo multinivel | Cuando la Superintendencia de Sociedades, para proteger el ahorro del público o defender el interés general, deba emitir la orden de suspensión preventiva de que trata el numeral 4 del artículo 8° de la Ley 1700 de 2013, esta se cumplirá de manera inmediata y se mantendrá hasta que la sociedad acredite haber subsanado los hechos que dieron origen a la suspensión                                        |
| Facultades administrativas de la súper sociedades                                     | Cuando se advierta que a través de la actividad de comercialización en red o mercadeo multinivel se realizan operaciones de captación o recaudo sin la debida autorización estatal, la Superintendencia de Sociedades ejercerá de inmediato las facultades de intervención otorgadas por el Decreto 4334 de 2008.                                                                                                   |
| Vigilancia de la actividad multinivel                                                 | La Superintendencia de Sociedades ejercerá la vigilancia de las sociedades comerciales y las sucursales de sociedades extranjeras que lleven a cabo la comercialización en red de sus productos o a través de los sistemas de mercadeo multinivel y de sus actividades,                                                                                                                                             |

Fuente: Elaboración propia a partir de Decreto 024 de 2016<sup>71</sup>

Los pactos comerciales que se realicen pueden ser de dos maneras, informar o formal. Por vías de legalidad toda acción de compra y venta debe estar sometida a condiciones impuestas por las leyes o normas que están establecidas en El Código de Comercio y la Cámara de Comercio y debe contar con “Certificado de registro y habilitación del Ministerio de Salud Pública” de Cali. Esta legalidad garantiza que exista una garantía de producto, servicio, calidad, entre ambos negociadores.

### **5.3.3 Normatividad de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en Colombia**

En la Constitución Política de Colombia se promueve el uso activo de las TIC como una herramienta que contribuye a reducir las brechas económica, social y digital en materia de soluciones informáticas representada en la proclamación de los principios de justicia, equidad, educación, salud, cultura y transparencia.

<sup>71</sup> PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA. Decreto 024 [en línea]. 2016; Bogotá D.C.: por el cual se reglamenta la Ley 1700 de 2013 sobre las actividades de. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=79531&name=DECRETO\\_024\\_DE\\_2016.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=79531&name=DECRETO_024_DE_2016.pdf&prefijo=file)

**Tabla 9: Leyes que rigen la normatividad de las tecnologías de la información en Colombia**

| <b>Leyes</b>     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ley 115 de 1994  | <p>Ley General de Educación</p> <p>Por la cual se expide la Ley General de Educación</p> <p>Artículo 1.- Objeto de la ley</p> <p>La educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.</p> <p>La presente Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.</p> <p>De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, define y desarrolla la organización y la prestación de la educación formal en sus niveles preescolar, básica (primaria y secundaria) y media, no formal e informal, dirigida a niños y jóvenes en edad escolar, a adultos, a campesinos, a grupos étnicos, a personas con limitaciones físicas, sensoriales y psíquicas, con capacidades excepcionales, y a personas que requieran rehabilitación social.</p> <p>La Educación Superior es regulada por ley especial, excepto lo dispuesto en la presente ley.</p> |
| Ley 715 de 2001  | <p>Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de recursos y competencias de conformidad con los artículos 151, 288, 356 y 357 (Acto Legislativo 01 de 2001) de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de los servicios de educación y salud, entre otros.</p> <p>que ha brindado la oportunidad de trascender desde un sector “con baja cantidad y calidad de información a un sector con un conjunto completo de información pertinente, oportuna y de calidad en diferentes aspectos relevantes para la gestión de cada nivel en el sector</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Ley 1341 de 2009 | <p>Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.</p> <p>Esta Ley promueve el acceso y uso de las TIC a través de su masificación, garantiza la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el espectro, y en especial, fortalece la protección de los derechos de los usuarios.”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

Fuente: Congreso de la República de Colombia<sup>72</sup>

#### **5.3.4 Normatividad de la Publicidad en Colombia**

Cualquier acto publicitario que se realice en Colombia debe estar de acuerdo a la normatividad aplicable al tema. Lo que implica tener en cuenta principios generales que cobijan la publicidad, la adecuación del bien o servicio ofrecido a su regulación y las normas generales de competencia leal.

<sup>72</sup> CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Leyes o Actos Legislativos [en línea] 2017. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.senado.gov.co/>

**Tabla 10: Artículos de la Constitución Política que rigen la publicidad en Colombia**

| <b>Constitución política de Colombia</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Artículo 20                              | Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Artículo 58                              | Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social. La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica. El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad. Por motivos de utilidad pública o de interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Esta se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa-administrativa, incluso respecto del precio. |
| Artículo 75                              | El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Artículo 78                              | La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Artículo 333                             | La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.                                                                                                                                                                                                                        |

Fuente: Constitución Política de Colombia<sup>73</sup>

<sup>73</sup> ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de Colombia. Bogotá D.C.; Legis, 1991.

**Tabla 11: Leyes que rigen la publicidad en Colombia**

| <b>Leyes</b>    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ley 09 de 1979  | Por la cual se dictan Medidas Sanitarias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ley 23 de 1982  | sobre derechos de autor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ley 30 de 1986  | Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Estupefacientes y se dictan otras disposiciones<br>El Congreso de Colombia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ley 14 de 1991  | Por la cual se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ley 178 de 1994 | Por medio de la cual se aprueba el "Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial", hecho en Paris el 20 de marzo de 1883, revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 2 de octubre de 1979.                                                                          |
| Ley 140 de 1994 | Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Ley 182 de 1995 | Derogada por el art. 32 de la Ley 1150 de 2007, en lo que resulte contrario a ésta "Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones" |
| Ley 335 de 1996 | Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ley 256 de 1996 | Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ley 680 de 2001 | Por la cual se reforman las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de Televisión.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

Fuente: Congreso de la República de Colombia<sup>74</sup>

**Tabla 12: Decretos que rigen la publicidad en Colombia**

| <b>Decretos</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3466 de 1982    | Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.                   |
| 3468 de 1982    | Por el cual se crea y organiza el Consejo Nacional de Protección al Consumidor.                                                                                                                                                                                                                           |
| 3192 de 1983    | Por el cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 9 de 1979, en lo referente a fábricas de alcohol y bebidas alcohólicas, elaboración, hidratación, envase, distribución, exportación, importación y venta de estos productos y se establecen mecanismos de control en el territorio nacional. |

<sup>74</sup> CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Op Cit. Disponible en Internet: <http://www.senado.gov.co/>

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2737 de 1989 | Derogado por el art. 217, Ley 1098 de 2006 a excepción de los artículos 320 a 325 y los relativos al juicio especial de alimentos<br>“Por el cual se expide el Código del Menor”.                                                                                                                                                                                  |
| 365 de 1994  | Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 3192 de 1983 y se dictan otras disposiciones sobre la materia.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 677 de 1995  | “Por el cual se reglamenta parcialmente el Régimen de Registros y Licencias, el Control de Calidad, así como el Régimen de Vigilancia Sanitaria de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Recursos Naturales, Productos de Aseo, Higiene y Limpieza y otros productos de uso doméstico y se dictan otras disposiciones sobre la materia”. |

Fuente: Congreso de la República de Colombia<sup>75</sup>

**Tabla 13: Resoluciones y circulares que rigen la publicidad en Colombia**

| <b>Resoluciones y circulares</b>                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resolución 982 de 1994 del Ministerio de Salud                                 | Por la cual se adoptan unas medidas en materia sanitaria.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Resolución 04536 de 1996 del Ministerio de Salud                               | Por la cual se reglamenta la información promocional o publicitaria de los medicamentos de venta sin prescripción facultativa o venta libre.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Resolución 0076 de 1999 de ECOSALUD                                            | Por medio de la cual se reglamentan los requisitos y procedimientos para la aprobación de juegos de suerte y azar clasificados como juegos menores.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Resolución 00005 de 2002 de la Superintendencia de Industria y Comercio        | Por la cual se reglamenta el registro de calidad e idoneidad de bienes y servicios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Circular Externa No. 11 de 2002 de la Superintendencia de Industria y Comercio | Para: anunciantes, productores, importadores y comerciantes de productos y servicios, y consumidores<br>Asunto:<br>Información al consumidor y propaganda comercial<br>Con el objeto de que los consumidores cuenten con una información adecuada y suficiente que permita hacer efectivo su derecho a la libre escogencia y con el fin de prevenir la utilización y difusión de información que induzca o pueda inducir a engaño o error al consumidor, la Superintendencia de Industria y Comercio en ejercicio de las funciones señaladas en los numerales 4 y 21 del artículo 2 del decreto 2153 de 1992, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 14, 15, 16, 17, 31, 32 y literales c y g del artículo 43 del decreto 3466 de 1982, imparte las siguientes instrucciones que sustituyen los numerales 2.1 y 2.2 del Título II Capítulo II de la Circular Única de esta Superintendencia. |

Fuente: Congreso de la República de Colombia<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Ibid.

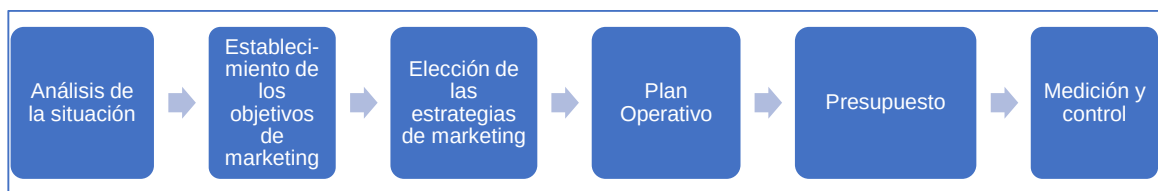
<sup>76</sup> Ibid.

## 5.4 MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se muestran los diferentes conceptos que deben tenerse en cuenta para una correcta construcción y un apropiada construcción y entendimiento del presente trabajo, por eso, se determinaron algunos conceptos que se reconocen como hilos conductores, pertinentes y necesarios para ampliarlos y desarrollarlos referente a dichos conceptos.

### 5.4.1 Plan de marketing

Para que una empresa pueda alcanzar sus metas con una mayor efectividad, es importante establecer un plan de marketing donde se desarrollen las estrategias y las operaciones, cuya estructura es de la siguiente manera se muestra en la Figura 1<sup>77</sup>.



**Figura 1. Estructura de un plan de marketing**

Fuente: Elaboración propia a partir de Fernández<sup>78</sup>

McCarthy y Perreault (1996), definen el plan de marketing como un documento escrito donde está la estrategia de marketing que se va a llevar a cabo, así como aquellos aspectos alusivos al tiempo esencial para ejecutar la estrategia planteada<sup>79</sup>.

Kotler y Keller (2006), afirman que todo plan de marketing se debe basar en 2 pilares fundamentales: el estratégico y el operativo. Para Fernández<sup>80</sup>, la parte estratégica permite conocer dónde se encuentra la organización, a través de la definición de su misión, visión y valores; además muestra hacia dónde quiere ir, mediante distintos análisis y estudios de mercado. La parte operativa se encargará de ejecutar las acciones necesarias para asegurar el éxito de las estrategias planteadas y alcanzar los objetivos fijados en el plan.

Así mismo, McCarthy y Perreault (2001), afirman que es muy importante definir el proceso de métricas y seguimiento de las acciones implementadas; lo que permite obtener la retroalimentación adecuada para implementar mejoras y corregir o

<sup>77</sup> FERNÁNDEZ, P.V. Op Cit.

<sup>78</sup> Ibid.

<sup>79</sup> Ibid.

<sup>80</sup> Ibid.



fortalecer los elementos del plan de marketing en los que se hayan producido fallas<sup>81</sup>.



**Figura 2. Diferentes formas de realizar un plan de marketing**

Fuente: Fernández<sup>82</sup>.

#### 5.4.2 Marketing online

El marketing online es el mismo marketing tradicional que se conoce, aplicado al mundo digital. A través de los comercios electrónicos (*Websites*), anuncios por internet y redes sociales; las organizaciones buscan generar mayores ventas a través de los medios digitales, tratando de despertar deseos de compra en clientes potenciales y manteniendo un nivel de satisfacción en el tiempo.

Fernández<sup>83</sup>, hace una analogía muy interesante para explicar ciertos conceptos importantes dentro del marketing online. Por ejemplo: se podría decir que las marcas inicialmente buscan que el cliente entre por la puerta, es decir que lleguen a un sitio web, es decir, tratan de captar al cliente y llamar su atención. De este modo, lo que se da en el mundo online se conoce como “*leads*” (captación).

De este modo, el usuario ingresa al sitio *web*, lo que es igual a una tienda física y la marca intentará retener y hacer que realice una acción específica (conversión). Por último y a través de diferentes estrategias de predicción y fidelización, el objetivo será que el cliente regrese (fidelización). Estos elementos explican de una manera muy sencilla cómo está compuesto el túnel de ventas digital.

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> Ibid.

<sup>83</sup> Ibid.

Por tanto, a través de las estrategias planteadas en el plan de marketing y las distintas herramientas de medición, se podrán reconocer y optimizar las posibles situaciones que puedan ocurrir en las diferentes fases del proceso de ventas, siendo el mayor atractivo, la precisión de los resultados que arroja el mundo online.

### **5.4.3 SEM**

Estas siglas corresponden a las palabras en inglés *Search Engine Marketing*, que en nuestro idioma significa “marketing en buscadores”. El SEM tiene como objetivo en la promoción y creación de nuevos motores de búsqueda, por eso, sus acciones tienen relación con la publicidad contextual, el marketing que se realiza por medio de redes sociales y el SEO<sup>84</sup>.

### **5.4.4 SEO**

Proviene de la abreviación de las palabras en inglés *Search Engine Optimización* que en español significa: lograr el mayor provecho de una web para los usuarios, haciendo de la búsqueda algo sencillo y fácil de encontrar de una manera correcta y ágil. Dicho esto, una página web se irá posicionando de acuerdo a la búsqueda y popularidad de la misma, así logrará estar entre los primeros resultados. Esta herramienta actual sobresale no solo porque es gratuito, sino que, el éxito de la web se alcanza a medida que los usuarios la busquen a medida que el tiempo transcurre<sup>85</sup>.

Es por eso que el SEO se basa en que hace fácil la búsqueda a los usuarios ofreciéndole resultados diversos en varias opciones o páginas, mostrándoles así, en grado de popularidad en la página la información buscada o deseada. En pocas palabras, el SEO nos deja ver el número de visitas que tiene una web y la información que ofrece sobre un contenido específico o buscado.

---

<sup>84</sup> PENALBA, F. ¿Qué es el SEO y el SEM? [en línea]. 29 de febrero de 2012. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.mirelasolucion.es/blog/que-es-seo-y-sem/>

<sup>85</sup> ALCAIDE, J., BERNUÉS, S., DÍAZ, E., ESPINOSA, R., MUÑIS, R., & SMITH, C. Marketing para Pymes, las principales claves en la pequeña y mediana empresa. 2013.

### 5.4.5 Diagnóstico

El diagnóstico ha sido definido por la Real Academia Española<sup>86</sup>, como reunir y estudiar datos para analizar problemas de varias naturalezas. De la misma forma dice que es como definir la composición de una enfermedad mediante exámenes respectivos.

De otro lado, partiendo del diseño de este trabajo, el diagnóstico ha sido detallado como el saber de una situación, que lo conlleva a distinguir fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización. Es por eso, que el diagnóstico sobresale ya que gracias a él se puede reconocer las áreas de la organización que presentan debilidades, para así restaurarlas y se transformen en una solución para realizar a corto, mediano o largo plazo<sup>87</sup>.

De igual forma, el uso y el provecho de un diagnóstico interno de la organización, se ha instaurado como un factor importante que tiene sus bases en que así puede conocer a fondo como es el vivir de las personas, reconocer otras dificultades que existan en la organización pero que su equipo de trabajo no se animan a contarlos, identificar si existen situaciones difíciles en común y saber si las empresas privadas lo tienen presente<sup>88</sup>.

### 5.4.6 Posicionamiento

El posicionamiento en el medio empresarial es la forma en que los clientes distinguen un producto en cuanto a sus cualidades, es decir, el puntaje o lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes y posibles clientes<sup>89</sup>.

Es por eso que el posicionamiento ha sido demarcado no solo como un medio publicitario efectivo con el que cuenta la empresa, sino que hoy en día se aprecia que este constituye el 80% del valor comercial de la empresa, ya que la marca se conoce más que la misma empresa<sup>90</sup>.

De este modo, el posicionamiento ha logrado establecerse como la imagen de un producto frente a los que son su competencia, y también respecto a otros productos de la misma empresa. Dicho lo anterior, se puede decir que el

---

<sup>86</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Definición de diagnóstico [en línea]*. 2017. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://dle.rae.es/?id=De7qNYD>

<sup>87</sup> UNIPAMPLONA. *¿Qué es el diagnóstico?* [en línea]. 2015. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet:

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact>

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup> GERENCIE. *Posicionamiento en el mercado [en línea]*. 2017. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gerencie.com/posicionamiento-en-el-mercado.html>

<sup>90</sup> PORTAFOLIO. (2015). *Op, Cit*. Disponible en Internet: <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/marketing-29752>

posicionamiento es en pocas palabras, la alta definición en la mente del consumidor, con el que cuenta una marca o el producto frente a su competencia, es por eso, que la competencia y la producción, juegan un papel importante en dicho sentido.

Joshig<sup>91</sup>, habla que el posicionamiento es como lograr un lugar importante en la mente del cliente que va ligado con un producto, servicio o marca. También se puede afirmar que el posicionamiento consta de una serie de percepciones que están en la mente de los clientes referente a una marca, pero también pueden estar relacionados con un producto o servicio. Esas percepciones están atadas a una serie de cualidades que denotan una diferencia entre una marca y la competencia.

Rentería<sup>92</sup>, por su lado, cree que el posicionamiento en el medio implica ver la oferta de trabajo como algo estratégico de una marca, que hace que se diferencia de las demás que hace que el cliente se interese por él. Es decir, la primera meta es introducirse y luego establecerse en la mente del consumidor.

#### **5.4.7 Competitividad**

Para Garay<sup>93</sup>, la definición de competitividad no tiene un fin alguno, por eso, es definido teniendo en cuenta otros conceptos. Dicho esto, se define que la competitividad debe tener en cuenta factores como la nación, sector, firma, tipo de producto, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de la misma, etc. Es por eso que se ha reunido varias definiciones que se tratan en el cuadro 5.

El concepto de competitividad no tiene límites precisos, por tanto, es definido en relación con otros conceptos. Por lo anterior, se afirma que la competitividad y su definición, debe tener presente aspectos tales como la nación, sector, firma, tipo de producto, bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción, mercados reconversión, etcétera. No obstante, se ha recopilado algunas definiciones que se traen a consideración en la Tabla 5.

---

<sup>91</sup> JOSHIG. El posicionamiento como referente mental [en línea] En Portafolio, 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:2068/docview/1634691762/43DD7A1120AD4C2FPQ/1?accountid=44394>

<sup>92</sup> RENTERÍA, E. Vinculación Universidad – Empresa. España: Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado. 2015.

<sup>93</sup> GARAY, L. El concepto de competitividad [en línea] 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>

**Tabla 14. Definiciones de competitividad**

| <b>Autor</b>              | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alic                      | Define como la habilidad de las organización de un país tal para diseñar, desarrollar, producir y establecer sus productos internacionalmente en medio de la competencia que esto conlleva.                                                                           |
| European management Forum | La competencia industrial es un estándar de la extensión inmediata y futura del sector industrial para crear, producir y vender bienes, y sus cualidades alcancen a ser parte de un paquete atractivo mayor que la competencia, ya que este será su juez: el mercado. |
| Haguenauer                | Es la habilidad de una empresa para producir bienes con diseños de calidad específica, usando de manera más efectiva recursos que la competencia usa durante un tiempo determinado.                                                                                   |
| Urrutia                   | Es la habilidad de contestar ventajosamente en los mercados internacionales                                                                                                                                                                                           |
| Ten Kate                  | La competencia comercial es la habilidad de un país para competir de forma eficaz contra la oferta internacional de bienes y servicios.                                                                                                                               |
| Jones y Trece             | Es por el cual un país elabora y ofrece bienes y servicios que satisfagan al cliente en medio de mercado internacional y que a la vez pueda expandir PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales                                     |

Fuente: Elaboración propia a partir de Garay<sup>94</sup>.

Observando las diversas definiciones mencionadas, hay diferencias significativas, hay diferencias significativas, las cuales se usan de acuerdo a diversas circunstancias al tiempo, modo y lugar donde fueron elaborados y construidas dichas definiciones.

---

<sup>94</sup> Ibid.

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1 TIPO DE ESTUDIO

Para la elaboración del presente trabajo, se recurrió a un análisis descriptivo, el cual según Cortés e Iglesias<sup>95</sup>, pretende clarificar las cualidades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro factor que pueda ser incluido para un estudio. Ya que estos dejan explicar situaciones, hechos o acciones, recogiendo datos de una serie de situaciones específicas y con ello, se realizan mediciones. El fin de esto, es buscar e identificar ciertas propiedades, peculiaridades y rasgos relevantes de cualquier cambio que pueda ser incluido para estudio.

Dicho lo anterior, para el resultado de este estudio, se tomó información de la empresa, una vez se contó con dicha información se diseñaron herramientas indicadas que permitieron recurrir a alternativas para trazar el plan de marketing online. Para esto es necesario usar métodos como la observación directa, los cuales serán claves para la parte inicial del proceso.

### 6.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se empleó el método de observación cualitativa, el cual consiste en observar directamente las diversas acciones que se hacen en la empresa objeto de estudio. Dichas acciones están direccionadas a la adquisición de certificaciones. Partiendo de la investigación y el análisis, las cuales permitieron conocer de cerca las situaciones ocurridas al interior de la organización.

Así mismo, durante el desarrollo de esta investigación se optó por la objetividad, dejando a un lado la subjetividad evitando juicios superfluos, los cuales pueden perjudicar el proceso de este trabajo. Teniendo en cuenta esto, se realizó una observación detallada con el fin de recopilar información de cada proceso de mercadeo que se realiza en la empresa, lo que llevó a definir las variables a utilizar; por otro lado, se realizará un informe que sirvió de guía para las diversas anotaciones que llevarían a conseguir resultados deseados, gracias al proceso investigativo.

### 6.3 FUENTES DE INVESTIGACIÓN

#### 6.3.1 Fuentes primarias

**Observación directa:** para la realización de este método se usó la observación cualitativa, lo que resultó sustancial para determinar procesos, procedimientos,

---

<sup>95</sup> CORTÉS, M., & IGLESIAS, M. Generalidades sobre la metodología de la investigación. Ciudad del Carmen. México: Universidad Autónoma del Carmen. 2004.

etc. Esto conllevó a precisar los procesos, procedimientos, funciones, etc. Lo anterior, sin duda fue una gran contribución durante el trabajo de campo realizado en la empresa, en la medida que ofreció información actual de la empresa.

### **6.3.2 Fuentes secundarias**

Como fuentes secundarias se consultaron varios tipos de documentos, entre ellos libros, tesis, artículos y cualquier otro tipo de información, que brinden bases científicas para el desarrollo de la investigación. Esto ayudó como base y complemento para el diseño de la propuesta, para lo que se hizo una selección minuciosa que permitió contar con información veraz y fidedigna.

## **6.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas de recolección de datos usadas para la elaboración de este trabajo se basaron en cuatro factores, estos son: observación documental, notas de campo y análisis de contenidos.

### **6.4.1 Observación documental**

De acuerdo con Rodríguez<sup>96</sup>, la gran cantidad y variedad de los documentos conforman un grupo grande de fuentes para el estudio prácticamente indefinibles; en estos se hallan recopiladas y reflejadas, desde tiempos muy antiguos, gran número de las manifestaciones de la humanidad en su conjunto o en sus sectores.

Dicho lo anterior, es notorio que hay una necesidad imperante de recoger datos para la ampliación de la investigación. De igual forma esta investigación surge de una observación documental, lo que llevará a gestar varios instrumentos que lleven a plantear las bases para ejecutar la propuesta estratégica de marketing.

### **6.4.2 Notas de campo**

Taylor y Bogdan, citados por Cortés e Iglesias<sup>97</sup>, dicen que las observaciones de campo deben contener descripciones de personas, sucesos y charlas, también acciones, cualidades, hipótesis del trabajo de quien observa. Es por eso que se considera la secuencia, durabilidad de sucesos y charlas, lo cual se debe anotar con la mejor exigencia posible, explicando la estructura del escenario.

---

<sup>96</sup> RODRÍGUEZ, H. Diseño de un plan de mantenimiento. Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Ciencias Administrativas. 2014.

<sup>97</sup> CORTÉS, M., & IGLESIAS, M. Op. Cit.

### 6.4.3 Análisis de contenidos

Se realizó un análisis de tipo cualitativo a los contenidos *Web* con los que cuenta la Universidad, esto permitió determinar el estado en el que se encuentra cada uno de ellos y las posibles mejoras para realizar un plan de marketing online, que conlleve a que los programas ofertados, objeto de esta investigación, se posicionen en el mercado.

## 6.5 FASES DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto se desarrollará en cinco fases, las cuales tienen definido su respectivo objetivo específico y para ellos se determinan las actividades correspondientes.

**Tabla 15. Fases de desarrollo del proyecto**

| Fases                                                | Objetivos                                                                                                                             | Actividades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 – Análisis situacional</b>                      | Conocer el análisis situacional de los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones.         | <ul style="list-style-type: none"><li>- Hacer un diagnóstico del plan de marketing actual de la USC.</li><li>- conocer las condiciones en que se encuentran los programas de especialización en Gerencia de operaciones y Gerencia Logística Integral, de la USC.</li><li>- Hacer un análisis interno a través de una auditoría Web.</li><li>- Determinar el análisis externo a través del Benchmarking.</li><li>- Elaborar un análisis DAFO para las dos especializaciones objeto de esta investigación.</li></ul> |
| <b>2 – Establecimiento de objetivos de marketing</b> | Establecer los objetivos de marketing para los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones. | <ul style="list-style-type: none"><li>- Crear los objetivos de marketing en tres perspectivas: atracción, conversión y fidelización.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>3 – Planteamiento de estrategias</b>              | Plantear las estrategias adecuadas para dar cumplimiento a los objetivos de marketing planteados.                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Diseño de estrategias de atracción con el propósito de captar tráfico.</li><li>- Establecer estrategias de conversión que permitan interactuar con el prospecto y generación de ventas.</li><li>- Instaurar las estrategias de fidelización, que conlleven a incrementar las ventas.</li></ul>                                                                                                                                                                              |
| <b>4 – Definición del presupuesto</b>                | Definir el presupuesto del plan de marketing online.                                                                                  | Diseñar el presupuesto de plan de marketing online para el 2017.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>5 – Plan de medición y control</b>                | Realizar el plan de medición y control de las estrategias desarrolladas e implementadas.                                              | Definir los indicadores de medición desde las perspectivas de visitas, visitantes únicos, tasa de rebote y fuentes de tráfico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Fuente: Elaboración propia



## 7. DESARROLLO

### 7.1 ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN

Es muy importante conocer en qué condiciones están los programas de especialización en Gerencia de operaciones y Gerencia Logística Integral, además del ámbito en el que están ubicados. En ese orden de ideas, es importante examinar las especializaciones de manera interna y externa; además de valorar las condiciones del mercado donde están funcionando.

Según Fernández<sup>98</sup>, el análisis interno contempla la medición de dos puntos clave: La auditoría *Web*, que según Gutiérrez<sup>99</sup>, tiene como objetivo dar a conocer el estado de la página *web* que se está verificando, dando como resultado una serie de reportes que ayudarán a las directivas de los programas y responsables del marketing y la publicidad, a comprender varias áreas del sitio, como son la seguridad, la usabilidad, contenido, calidad, etc. y así mismo establecer mejoras.

El segundo punto clave sería la auditoría de las Redes sociales. De acuerdo con Cisnero<sup>100</sup>, realizar una auditoría de redes sociales es un componente esencial de un plan de marketing digital debido a que permite evaluar qué tan bien funciona para la empresa el uso actual que se hace de las redes sociales.

#### 7.1.1 Análisis interno

La auditoría Web Según Fernández<sup>101</sup>, corresponde a:

**Posicionamiento:** análisis de la posición en la que se encuentra el dominio *web* y las palabras claves que se quieren asociar a las páginas de buscadores como Google.

**Velocidad:** tiempo de carga del sitio Web.

**Enlaces:** verificación del correcto funcionamiento de los enlaces internos como de aquellos que enlazan a otros sitios Web.

---

<sup>98</sup> FERNÁNDEZ, P.V. Op Cit.

<sup>99</sup> GUTIÉRREZ, G. *Bialita* [en línea] 10 de 10 de 2013. [consultado el 25 de agosto del 2017]  
Disponble en Internet: <http://www.bialita.com/blog/analytics/61-que-es-una-auditoria-de-paginas-web>

<sup>100</sup> CISNERO, K. Hootsuite [en línea]. 18 de 08 de 2017. [consultado el 25 de agosto del 2017]  
Disponble en Internet: Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/plantilla-para-auditar-tus-redes-sociales/>

<sup>101</sup> FERNÁNDEZ, P.V. Op Cit.

**Código Fuente:** comprobación de que la estructura interna del sitio web tiene un orden correcto, y que el encabezado está bien definido por los elementos que se desean resaltar a través de los comandos <h1>, <h2>, etc.

**Usabilidad:** verificación de la composición y el formato en el que se presenta el sitio web, teniendo en cuenta aspectos tales como la combinación de colores, la fuente de los textos, la idoneidad de la colocación de imágenes y contenidos en determinados espacios de la página, entre otros.

En el siguiente informe se incluye una evaluación exhaustiva y detallada de los dos sitios *Web* donde se encuentra alojada la información de los programas de especialización en mención y las posibles mejoras que deben tenerse en cuenta para una correcta optimización y posicionamiento orgánico de los sitios *Web*. La evaluación se realizó con el programa WooRank.

### **Evaluación de auditoría Web para los programas de especialización de Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones.**

#### **SEO**

**Tabla 16. Evaluación Etiqueta del título de los sitios Web**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Etiqueta del título de los sitios Web</b>                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Longitud: 49 caracteres                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Longitud: 42 caracteres                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mejoras y recomendaciones                         | Las etiquetas tienen entre 10 y 70 caracteres lo que según el programa WooRank es una excelente cantidad de caracteres para un título de un sitio Web.<br>Asegúrese de que los títulos sean explícitos y contenga las palabras clave más importantes. Asegúrese de que cada página tiene un título único. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17. Evaluación Meta Descripción**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Evaluación Meta Descripción</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Su meta descripción contiene entre 70 y 160 caracteres (incluyendo espacios).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Su meta descripción está entre 70 y 160 caracteres. Las meta descripciones le permiten decidir cómo se describen y se muestran sus páginas web en los resultados de búsqueda                                                                                                                                                                                                                      |
| Mejoras y recomendaciones                         | Asegúrese de que cada página de su web tiene una meta descripción única, y que ésta sea explícita y contiene sus palabras clave más relevantes (aparecen en negrita cuando coinciden con la consulta del usuario). Una buena meta descripción actúa como un anuncio, por lo tanto, es importante tener un mensaje atractivo con un "llamado a la acción" claro para maximizar el número de clics. |

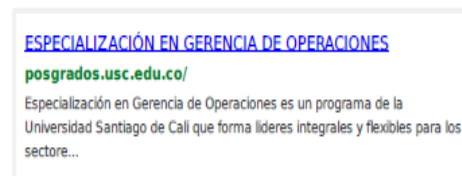
Fuente: Elaboración propia

**Tabla 18. Evaluación Vista Previa de Google**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Vista Previa de Google</b>                                         |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                 |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Vista Previa Especialización en Gerencia Logística Integral en Google |



|                                            |                                                         |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Especialización en gerencia de operaciones | Vista Previa Especialización en Gerencia de Operaciones |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------|



|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejoras y recomendaciones | <p>Este es un ejemplo de cómo quedan sus título y su descripción en los resultados de búsqueda de Google™.</p> <p>Aunque los títulos y las meta descripciones son utilizados en los resultados de búsqueda, los motores de búsqueda pueden crearlos por sí mismos si no los encuentran, están mal escritos, o si no corresponden con el resto del contenido de la página.</p> <p>Si su título y meta descripción son demasiado largos, pueden ser cortados. Por lo tanto, es importante que respete los límites de caracteres disponibles.</p> |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

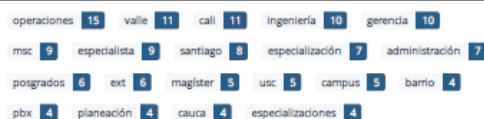
Fuente: Elaboración propia

**Tabla 19. Evaluación Encabezados**

| Factor                                            | Encabezados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |      |      |      |      |   |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|---|---|---|---|---|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |      |      |      |      |   |   |   |   |   |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | <div>Encabezados de página Web de la Especialización en Gerencia Logística Integral</div> <table><thead><tr><th>&lt;H1&gt;</th><th>&lt;H2&gt;</th><th>&lt;H3&gt;</th><th>&lt;H4&gt;</th><th>&lt;H5&gt;</th></tr></thead><tbody><tr><td>0</td><td>1</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td></tr></tbody></table> <div>&lt;H2&gt; ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EN LOGÍSTICA INTEGRAL</div> <div>&lt;H3&gt; Posgrados</div> | <H1> | <H2> | <H3> | <H4> | <H5> | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| <H1>                                              | <H2>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <H3> | <H4> | <H5> |      |      |   |   |   |   |   |
| 0                                                 | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1    | 0    | 0    |      |      |   |   |   |   |   |
| Especialización en gerencia de operaciones        | <div>Encabezados de página Web de la Especialización en Gerencia de Operaciones</div> <table><thead><tr><th>&lt;H1&gt;</th><th>&lt;H2&gt;</th><th>&lt;H3&gt;</th><th>&lt;H4&gt;</th><th>&lt;H5&gt;</th></tr></thead><tbody><tr><td>0</td><td>1</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td></tr></tbody></table> <div>&lt;H2&gt; ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE OPERACIONES</div> <div>&lt;H3&gt; Posgrados</div>            | <H1> | <H2> | <H3> | <H4> | <H5> | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| <H1>                                              | <H2>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <H3> | <H4> | <H5> |      |      |   |   |   |   |   |
| 0                                                 | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1    | 0    | 0    |      |      |   |   |   |   |   |
| Mejoras y recomendaciones                         | Para ambos casos, el sitio web no usa etiquetas de cabecera beneficiosas para SEO (<H1> a <H6>) o tiene demasiados encabezados HTML. Utilice las palabras clave en los encabezados y asegúrese de que el primer nivel (<H1>) incluya las palabras clave más relevantes. Para un SEO más efectivo, use solamente una etiqueta <H1> por página. Sin embargo, puede utilizar múltiples etiquetas <H2> - <H6>.         |      |      |      |      |      |   |   |   |   |   |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |      |      |      |      |   |   |   |   |   |

**Tabla 20. Evaluación Nube de palabras claves**

| Factor                                            | Nube de palabras claves                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | <p>Nube palabras claves para Especialización en Gerencia Logística Integral</p>  |
| Especialización en gerencia de operaciones        | <p>Nube palabras claves para Especialización en Gerencia de Operaciones</p>                                                                                          |



|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejoras y recomendaciones | <p>Estas nubes de palabras clave proporcionan una idea de sus palabras clave más usadas. Es importante investigar sobre las palabras clave para entender mejor las que utiliza su audiencia. Existen herramientas de búsqueda de palabras clave en línea para ayudarle a elegir sus palabras clave como el planificador de palabras claves de Google.</p> <p>Según el planificador de palabras claves de Google, algunas de las palabras que podrían utilizarse en el sitio Web se muestran en el Anexo 1, donde se puede evidenciar la audiencia que cada palabra clave tiene.</p> |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21. Evaluación Coherencia de palabras clave**

| Factor                                            | Coherencia de palabras clave                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                             |             |        |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------|--------|-------------|-----|---------------|----|---|---|---|------------------------|----|---|---|---|-------------|----|---|---|---|-----------------|---|---|---|---|--------------------------|---|---|---|---|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                             |             |        |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Coherencia de palabras clave dentro del sitio Web                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                             |             |        |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
|                                                   | <table><tr><th>Palabras clave</th><th>Contenido</th><th>Título</th><th>Descripción</th><th>&lt;H&gt;</th></tr><tr><td>★★★ LOGÍSTICA</td><td>14</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>★★★ Gerencia</td><td>14</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>★★★ Cali</td><td>10</td><td>✗</td><td>✓</td><td>✗</td></tr><tr><td>★★★ MSc</td><td>9</td><td>✗</td><td>✗</td><td>✗</td></tr><tr><td>★★★ Valle</td><td>9</td><td>✗</td><td>✗</td><td>✗</td></tr></table>                                              | Palabras clave              | Contenido   | Título | Descripción | <H> | ★★★ LOGÍSTICA | 14 | ✓ | ✓ | ✓ | ★★★ Gerencia           | 14 | ✓ | ✓ | ✓ | ★★★ Cali    | 10 | ✗ | ✓ | ✗ | ★★★ MSc         | 9 | ✗ | ✗ | ✗ | ★★★ Valle                | 9 | ✗ | ✗ | ✗ |
| Palabras clave                                    | Contenido                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Título                      | Descripción | <H>    |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ LOGÍSTICA                                     | 14                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ✓                           | ✓           | ✓      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ Gerencia                                      | 14                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ✓                           | ✓           | ✓      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ Cali                                          | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ✗                           | ✓           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ MSc                                           | 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✗                           | ✗           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ Valle                                         | 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✗                           | ✗           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
|                                                   | <table><tr><th>Palabras clave (2 términos)</th><th>Contenido</th><th>Título</th><th>Descripción</th><th>&lt;H&gt;</th></tr><tr><td>★★★ de Grado</td><td>8</td><td>✗</td><td>✗</td><td>✗</td></tr><tr><td>★★★ LOGÍSTICA INTEGRAL</td><td>7</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>★★★ de Cali</td><td>7</td><td>✗</td><td>✓</td><td>✗</td></tr><tr><td>★★★ Santiago de</td><td>7</td><td>✗</td><td>✓</td><td>✗</td></tr><tr><td>★★★ Universidad Santiago</td><td>4</td><td>✗</td><td>✓</td><td>✗</td></tr></table> | Palabras clave (2 términos) | Contenido   | Título | Descripción | <H> | ★★★ de Grado  | 8  | ✗ | ✗ | ✗ | ★★★ LOGÍSTICA INTEGRAL | 7  | ✓ | ✓ | ✓ | ★★★ de Cali | 7  | ✗ | ✓ | ✗ | ★★★ Santiago de | 7 | ✗ | ✓ | ✗ | ★★★ Universidad Santiago | 4 | ✗ | ✓ | ✗ |
| Palabras clave (2 términos)                       | Contenido                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Título                      | Descripción | <H>    |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ de Grado                                      | 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✗                           | ✗           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ LOGÍSTICA INTEGRAL                            | 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✓                           | ✓           | ✓      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ de Cali                                       | 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✗                           | ✓           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ Santiago de                                   | 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✗                           | ✓           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| ★★★ Universidad Santiago                          | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ✗                           | ✓           | ✗      |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Coherencia de palabras clave dentro del sitio Web                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                             |             |        |             |     |               |    |   |   |   |                        |    |   |   |   |             |    |   |   |   |                 |   |   |   |   |                          |   |   |   |   |

|     | Palabras clave | Contenido | Título | Descripción | <H> |
|-----|----------------|-----------|--------|-------------|-----|
| ☆☆☆ | OPERACIONES    | 15        | ✓      | ✓           | ✓   |
| ☆☆☆ | Valle          | 11        | ✗      | ✗           | ✗   |
| ☆☆☆ | Cali           | 11        | ✗      | ✓           | ✗   |
| ☆☆☆ | Ingeniería     | 10        | ✗      | ✗           | ✗   |
| ☆☆☆ | Gerencia       | 10        | ✓      | ✓           | ✓   |

|     | Palabras clave (2 términos) | Contenido | Título | Descripción | <H> |
|-----|-----------------------------|-----------|--------|-------------|-----|
| ☆☆☆ | DE OPERACIONES              | 10        | ✓      | ✓           | ✓   |
| ☆☆☆ | de Cali                     | 8         | ✗      | ✓           | ✗   |
| ☆☆☆ | Santiago de                 | 8         | ✗      | ✓           | ✗   |
| ☆☆☆ | administración de           | 5         | ✗      | ✗           | ✗   |
| ☆☆☆ | Universidad Santiago        | 5         | ✗      | ✓           | ✗   |

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejoras y recomendaciones | Esta tabla destaca la importancia de utilizar siempre las mismas palabras clave. Para mejorar la probabilidad de posicionarse bien en los resultados de búsqueda con una palabra clave determinada, debería usar las palabras clave relevantes de forma coherente no sólo en su contenido sino también en títulos, descripciones, encabezados, sin olvidarnos de incluir dichos términos en los anchor texts de enlaces internos y backlinks. |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22. Evaluación Atributo Alt**

| Factor                                            | Atributo Alt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Atributos Alt <p>Se han encontrado 32 imágenes en esta URL.</p> <p>5 atributos ALT están vacíos o no aparecen.</p> <div> <a href="http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_posgrados.jpg">http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_posgrados.jpg</a> </div> <div> <a href="http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_pampalinda.png">http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_pampalinda.png</a> </div> <div> <a href="http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_300_4.jpg">http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_300_4.jpg</a> </div> <div> <a href="http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_1.jpg">http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_1.jpg</a> </div> <div> <a href="http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_300_5.jpg">http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_300_5.jpg</a> </div> |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Atributos Alt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

Se han encontrado 32 imágenes en esta URL.

5 atributos ALT están vacíos o no aparecen.

[http://posgrados.usc.edu.co/media/mod\\_jmslideshow/980x300\\_fill\\_posgrados.jpg](http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_posgrados.jpg)

[http://posgrados.usc.edu.co/media/mod\\_jmslideshow/980x300\\_fill\\_pampalinda.png](http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_pampalinda.png)

[http://posgrados.usc.edu.co/media/mod\\_jmslideshow/980x300\\_fill\\_300\\_4.jpg](http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_300_4.jpg)

[http://posgrados.usc.edu.co/media/mod\\_jmslideshow/980x300\\_fill\\_1.jpg](http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_1.jpg)

[http://posgrados.usc.edu.co/media/mod\\_jmslideshow/980x300\\_fill\\_300\\_5.jpg](http://posgrados.usc.edu.co/media/mod_jmslideshow/980x300_fill_300_5.jpg)

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejoras y recomendaciones | La mayoría de sus imágenes tienen texto alternativo (el atributo ALT). El texto alternativo tiene como objetivo describir sus imágenes a los motores de búsqueda para que puedan aparecer en los resultados de búsqueda de Google™ Images. También son utilizados por los lectores de pantalla para proporcionar un contexto a las personas con discapacidad visual. |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 23. Evaluación Páginas descubiertas**

| Factor                                            | Páginas descubiertas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Esta es una información específica para el Web Master o administrador de la página: Un número bajo puede indicar que los robots no son capaces de encontrar las páginas de su web (lo cual es típico de los sitios con mala arquitectura y enlaces internos) o que está impidiendo, sin saberlo, que los robots y los motores de búsqueda rastreen e indexen todas sus páginas. Compruebe que el mapa web en formato XML de su sitio está disponible y que se ha enviado a los motores de búsqueda principales. Construir enlaces de retorno hacia las páginas internas de su sitio web también ayuda a los bots a clasificarlas e indexarlas mientras se construye autoridad para ayudar a posicionarlas en los motores de búsqueda. Consulta «Índice de Google» y «Clasificación» en Google Search Console para monitorizar el estado de las páginas indexadas/clasificadas del sitio Web. |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Cantidad de páginas descubiertas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                   | <div><div></div>1</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                           |                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejoras y recomendaciones | Si utiliza parámetros en su URL como IDs de sesión o clasificar y filtrar, utilice la etiqueta rel="canonical" para indicar a los motores de búsqueda cuál de esas páginas es la original. |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24. Evaluación Enlaces de la página**

| Factor                                            | Enlaces de la página                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |             |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|--------|---------------------------|------------------|--------|-----------|------------------|--------|--------|------------------|--------|------|------------------|--------|----------------------|------------------|--------|----------------------|------------------|--------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |             |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | <div><div>Enlaces de página</div><div>Se han encontrado un total de 92 enlace(s), incluyendo 2 enlace(s) a archivos</div><div><div><div><div></div></div><div><div>Enlaces externos: Nofollow ( 1.8% )</div><div>Enlaces externos: Follow ( 79.6% )</div><div>Enlaces internos ( 18.6% )</div></div></div></div><div><table><tr><th>Anchor text</th><th>Tipo</th><th>Follow</th></tr><tr><td>Laboratorio de Metrología</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>Extensión</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>Campus</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>Logo</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>No tiene Anchor Text</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>No tiene Anchor Text</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr></table><div>y 86 más.</div></div></div> | Anchor text | Tipo | Follow | Laboratorio de Metrología | Enlaces externos | Follow | Extensión | Enlaces externos | Follow | Campus | Enlaces externos | Follow | Logo | Enlaces externos | Follow | No tiene Anchor Text | Enlaces externos | Follow | No tiene Anchor Text | Enlaces externos | Follow |
| Anchor text                                       | Tipo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Laboratorio de Metrología                         | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Extensión                                         | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Campus                                            | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Logo                                              | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| No tiene Anchor Text                              | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| No tiene Anchor Text                              | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Especialización en gerencia de operaciones        | <div><div>Enlaces de página</div><div>Se han encontrado un total de 92 enlace(s), incluyendo 2 enlace(s) a archivos</div><div><div><div><div></div></div><div><div>Enlaces externos: Nofollow ( 1.8% )</div><div>Enlaces externos: Follow ( 79.6% )</div><div>Enlaces internos ( 18.6% )</div></div></div></div><div><table><tr><th>Anchor text</th><th>Tipo</th><th>Follow</th></tr><tr><td>Laboratorio de Metrología</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>Extensión</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>Campus</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>Logo</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>No tiene Anchor Text</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr><tr><td>No tiene Anchor Text</td><td>Enlaces externos</td><td>Follow</td></tr></table><div>y 86 más.</div></div></div> | Anchor text | Tipo | Follow | Laboratorio de Metrología | Enlaces externos | Follow | Extensión | Enlaces externos | Follow | Campus | Enlaces externos | Follow | Logo | Enlaces externos | Follow | No tiene Anchor Text | Enlaces externos | Follow | No tiene Anchor Text | Enlaces externos | Follow |
| Anchor text                                       | Tipo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Laboratorio de Metrología                         | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Extensión                                         | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Campus                                            | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Logo                                              | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| No tiene Anchor Text                              | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| No tiene Anchor Text                              | Enlaces externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Follow      |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |
| Mejoras y recomendaciones                         | <div><div>Aunque no existe un límite definido en cuanto al número de enlaces que debería incluir en una página, es mejor limitar el número de enlaces a 200 por página. Los enlaces pasan valor de una página a otra, pero la cantidad o el valor que se puede pasar se dividen entre todos los enlaces en una página. Esto significa que la adición de enlaces innecesarios diluirá el valor potencial atribuido a los demás enlaces. Utilizar el atributo Nofollow impide que los vínculos transmitan valor a otras páginas, pero es interesante observar que estos enlaces siempre se añaden a la ecuación</div></div>                                                                                                                                                                                                                                                     |             |      |        |                           |                  |        |           |                  |        |        |                  |        |      |                  |        |                      |                  |        |                      |                  |        |



en el momento de calcular el valor que se pasa a través de cada enlace. Por lo tanto, enlaces con el atributo Nofollow también pueden diluir el PageRank.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 25. Evaluación Enlaces rotos**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Enlaces rotos</b>                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | No se detectó ningún enlace roto en la web de las 2 especializaciones. Los enlaces rotos llevan a los visitantes a páginas inexistentes. Empeoran la usabilidad, la reputación y el SEO de la web. Si encuentra links rotos en el futuro, corríjalos cuanto antes |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                                                                                                                   |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 26. Evaluación Robots TXT**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Robots TXT</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | El sitio Web de ambas especializaciones tiene un archivo robots.txt. Un archivo robots.txt permite restringir el acceso a los robots de los motores de búsqueda que rastrean la web y puede evitar que accedan a directorios y páginas determinadas. También especifica la ubicación del archivo del mapa del sitio XML.          |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mejoras y recomendaciones                         | Puede comprobar si su fichero robots.txt tiene errores de sintaxis utilizando Google Search Console (Herramientas para Webmasters de Google) seleccionando "Robots.txt Tester" en "Crawl". Esto también le permite comprobar páginas individualmente para asegurarse de que Googlebot (el robot de Google) tiene acceso adecuado. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 27. Evaluación Mapa del sitio XML (Información para el Webmaster o administrador de la página)**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Mapa del sitio XML (Información para el Webmaster o administrador de la página)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | El sitio web de ambas especializaciones no tiene un mapa del sitio XML. Esto puede traerle problemas. Un mapa del sitio enumera las URL que pueden rastrearse y puede incluir información adicional, como las últimas actualizaciones del sitio web, a frecuencia de cambios y la importancia de las URL. Esto permite a los motores de búsqueda rastrear el sitio web de una forma más exhaustiva. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Mejoras y recomendaciones                         | Si desconoce cómo generar un mapa XML puede ingresar a <a href="https://code.google.com/archive/p/googlesitemapgenerator/">https://code.google.com/archive/p/googlesitemapgenerator/</a>                                                                                                                                                                                                            |

Fuente: Elaboración propia



**Tabla 28. Evaluación Parámetros de URL**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Parámetros de URL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | URLs limpias en ambas páginas de las especializaciones. Los parámetros de URL sirven para registrar los comportamientos de usuario en tu sitio web (ID de sesión), indicar las fuentes de tráfico (ID de referencia) o conceder control a los usuarios sobre el contenido de la página (orden y filtros). El problema de los parámetros de URL es que Google considera cada valor del parámetro como una nueva URL que alberga lo mismo, algo que podría causarte problemas por contenido duplicado. En ocasiones, Google es capaz de reconocer estas URL y agruparlas. Entonces decide, mediante algoritmos, qué URL representa mejor el grupo y la utiliza para consolidar los datos de clasificación y la aparición en los resultados de búsqueda. Para ayudar a Google a identificar cuál es la mejor URL, se puede utilizar la etiqueta rel="canonical". |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Mejoras y recomendaciones                         | Utilizar la herramienta Parámetros de URL en Google Search Console para indicar a Google cómo influyen los parámetros de URL en el contenido de las páginas y cómo rastrear las URL con parámetros. Se debe tener mucho cuidado con esta herramienta ya que se podría impedir que Google rastree páginas que se quieren indexar si se establece una configuración de rastreo excesivamente restrictiva, especialmente si las URL tienen varios parámetros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 29. Evaluación Guiones bajos en las URL**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Guiones bajos en las URL</b>                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                           |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Las URL de los sitios web de ambas especializaciones no contienen guiones bajos (_). Google interpreta los guiones (-) como separadores de palabras pero no hace lo mismo con los guiones bajos |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                 |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                                                 |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 30. Evaluación Factores limitantes**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Factores limitantes</b>                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                    |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Factores limitantes de las páginas Web<br><br>✓ Flash: No                                                                                                                |
| Especialización en gerencia de operaciones        | ✓ Marcos: No                                                                                                                                                             |
| Mejoras y recomendaciones                         | Flash sólo debería usarse para momentos puntuales. Aunque el contenido Flash suele resultar atractivo, no es indexado adecuadamente por los motores de búsqueda. Se debe |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | evitar sitios contruídos completamente en Flash para optimizar el SEO. Los marcos pueden causar problemas en el web porque los motores de búsqueda no rastrean ni indexan sus contenidos. Evite los marcos siempre que pueda y utilice una tag NoFrames si necesita usarlos. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 31. Evaluación Blog**

| Factor                                            | Blog                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                          |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Los sitios web no tienen un blog. En la competitiva y dura escena del marketing en Internet, el marketing de contenido manda                                                                                         |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                      |
| Mejoras y recomendaciones                         | Aunque publicar contenido en otra web podría ser una buena estrategia, hacerlo en el propio sitio web aporta más beneficios. Crear un blog es una forma estupenda de impulsar su SEO y atraer visitantes de calidad. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 32. Evaluación Optimización para móviles**

| Factor                                            | Optimización para móviles                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | <i>Las páginas web están bastante optimizadas para dispositivos móviles.</i><br>Escala de optimización para móviles                                                                                                                                                                                                 |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                 |
| Mejoras y recomendaciones                         | Los sitios web móviles permiten a los usuarios completar objetivos y tareas comunes y utilizar un diseño o una plantilla que sea consistente en todos los dispositivos móviles (diseño web adaptable o responsivo).<br>La web está bien configurada para visitantes que accedan a su web desde dispositivos móviles |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 33. Evaluación Visualización móvil**

| Factor                                            | Visualización móvil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Mejoras y recomendaciones                         | El número de personas que utilizan Internet móvil está creciendo rápidamente. Más de un 75 por ciento de usuarios de teléfono móviles cuentan con un dispositivo de tipo smartphones. Los sitios web deberían visualizarse de forma atractiva en los dispositivos móviles más populares. Se sugiere utilizar una herramienta de analítica para controlar el uso móvil de sus sitios web. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 34. Evaluación Optimización para móviles**

| Factor                                            | Optimización para móviles                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                            |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Pantallas adaptadas a móviles                                                                                                                                          |
|                                                   |     |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Pantallas adaptadas a móviles                                                                                                                                          |
|                                                   |   |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                        |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                                        |

**Tabla 35. Evaluación Pantalla táctil**

| Factor                                            | Pantalla táctil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Por favor asegurarse de que los elementos táctiles más importantes sean lo bastante grandes como para tocarlos sin dificultad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Mejoras y recomendaciones                         | <p>Tener una pantalla táctil adecuada es un aspecto importante de su optimización móvil. Los elementos táctiles deben tener al menos 48 píxeles de alto y de ancho y también se recomienda tener un margen de al menos 32 píxeles en todos los lados.</p> <p>Puede mejorar aún más su interfaz de usuario agregando buckets o cubos de tamaño y densidad para adaptarse a diferentes tamaños de dispositivos y densidades de pantallas.</p> |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

**Tabla 36. Evaluación Compatibilidad móvil**

| Factor                                            | Compatibilidad móvil                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                            |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Los sitios web no contienen tipos de contenido web especial como Flash, Silverlight o Java, por lo tanto, su contenido es accesible desde cualquier dispositivo. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                  |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                  |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                                  |

**Tabla 37. Evaluación Tamaño de la fuente**

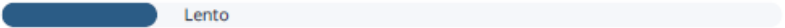
| Factor                                            | Tamaño de la fuente                                             |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                           |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | El texto de sus páginas web es legible en un dispositivo móvil. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                 |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                 |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                 |

**Tabla 38. Evaluación Ventana gráfica**

| Factor                                            | Ventana gráfica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Evaluación Ventana Gráfica<br><div> <span>✓</span> Su ventana gráfica está bien configurada. </div> <div> <span>✗</span> El contenido no cabe en la ventana gráfica especificada. </div>                                                                                                                                                                                                                        |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Mejoras y recomendaciones                         | Sin una ventana gráfica, los dispositivos móviles mostrarán la página tal como se mostraría en un ordenador; con el mismo ancho de pantalla, pero con las proporciones ajustadas a la pantalla del dispositivo. Las páginas optimizadas para dispositivos móviles deben incluir una metaetiqueta de ventana gráfica en la cabecera del documento con el siguiente formato: width=device-width, initial-scale=1. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 39. Evaluación Velocidad del dispositivo**

| Factor                                            | Velocidad del dispositivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Evaluación de la velocidad del sitio Web<br>                                                                                                                                                                                                                                            |
| Especialización en gerencia de operaciones        | <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Optimizar imágenes</li> <li>✗ Especificar caché de navegador</li> <li>✗ Eliminar el JavaScript que bloquea la visualización y el CSS del contenido de la mitad superior de la página</li> <li>✗ Reducir el tiempo de respuesta del servidor</li> <li>✓ Evita los redireccionamientos a páginas de destino</li> </ul>             |
| Mejoras y recomendaciones                         | Las versiones móviles de los sitios web deben mostrar el contenido de la mitad superior de la página en menos de 1 segundo. Esto permite a los usuarios interactuar con la página de manera inmediata. Puesto que la CPU de un dispositivo móvil es menos poderosa que la CPU de un ordenador, es necesario mejorar la velocidad para reducir el consumo de la CPU móvil. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 40. Evaluación entornos móviles**

| Factor                                            | Entornos móviles                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                              |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | No se detectó ningún entorno móvil                                                                                                                                                                                       |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                          |
| Mejoras y recomendaciones                         | Tener una versión móvil o frameworks que se adaptan son una parte importante de la optimización de su web, ya que ayudan a los desarrolladores a crear aplicaciones que son ajustables a múltiples dispositivos móviles. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 41. Evaluación URL**

| Factor                                            | URL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mejoras y recomendaciones                         | Procure que sus URL sean cortas y evite nombres de dominio largos siempre que sea posible. Los motores de búsqueda reconocerán mejor una URL descriptiva. Viendo la barra de direcciones, un usuario debería poder predecir el contenido de la página antes de acceder a ella (ej. <a href="http://www.misitioweb.com/es/productos">http://www.misitioweb.com/es/productos</a> ). Tenga en cuenta que las URL son una parte relevante de la estrategia global de SEO. Utilice URL claras para que |

Google™ rastree mejor su sitio web.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 42. Evaluación Favicon**

| Factor                                            | Favicon                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                        |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral |  Perfecto, la página web tiene favicon.                                                                     |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                              |
| Mejoras y recomendaciones                         | Un favicon es un pequeño icono que aparece junto al nombre o la dirección URL de su web en el navegador. Aparecen en las barras de dirección, en las pestañas del navegador o los Favoritos. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 43. Evaluación Página 404 personalizada**

| Factor                                            | Página 404 personalizada                                     |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                        |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Los sitios web tienen una página personalizada de error 404. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                              |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                              |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 44. Evaluación Caché de recursos**

| Factor                                            | Caché de recursos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Se ha encontrado 1 recurso no almacenado en el caché de ambos sitios Web.<br>Caché de recursos<br>URL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Mejoras y recomendaciones                         | Los sitios web rápidos hacen felices a sus visitantes. Almacenar en cache recursos como imágenes, archivos CSS y javascript permite al navegador mantenerlos en el almacenamiento local en lugar de solicitarlos cada vez que se carga una página de tu sitio web. De este modo, se ahorra ancho de banda, resultando en un tiempo de carga mejor. Para obtener más información sobre cómo habilitar la compresión de recursos, consulta estos 10 consejos que te ayudarán a mejorar el tiempo de carga de tu página <a href="https://www.woorank.com/es/edu/seo-guides/page-load-time-seo">https://www.woorank.com/es/edu/seo-guides/page-load-time-seo</a> o visita la guía sobre la caché en PageSpeed Insights de Google <a href="https://developers.google.com/speed/docs/insights/LeverageBrowserCaching">https://developers.google.com/speed/docs/insights/LeverageBrowserCaching</a> |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 45. Evaluación E-mail público**



|                                                   |                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Factor</b>                                     | <b>E-mail público</b>                                                                                                                                                                                                         |
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                   |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Se ha encontrado al menos una dirección de email en texto plano. Existen bots maliciosos que rastrean la web en busca de direcciones de correo. Tienen más tendencia a recibir spam las direcciones de correo en texto plano. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                               |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                                                                               |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                                                                                               |

**Tabla 46. Evaluación Indicadores de fiabilidad**

|                                                   |                                     |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Factor</b>                                     | <b>Indicadores de fiabilidad</b>    |
| Calificación                                      | Bueno                               |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Indicador de fiabilidad del dominio |

● Confianza



Especialización en gerencia de operaciones

Este criterio evalúa la fiabilidad de su dominio basándose en datos proporcionados por WOT™. Este grupo evalúa millones de sitios web basándose tanto en la experiencia de usuario y en informaciones proporcionadas por numerosas otras fuentes, incluyendo listas negras de phishing y malware.

Mejoras y recomendaciones

Este criterio evalúa la fiabilidad de su dominio basándose en datos proporcionados por WOT™. Este grupo evalúa millones de sitios web basándose tanto en la experiencia de usuario y en informaciones proporcionadas por numerosas otras fuentes, incluyendo listas negras de phishing y malware.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 47. Evaluación Consejos técnicos**

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Factor</b>                                     | <b>Consejos técnicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Debería trabajar en optimizar la velocidad de ambos web. Su sitio web no utiliza tablas anidadas. Ello favorece a la velocidad del sitio. Intente no incluir instancias de estilo ("inline styles") en su sitio web. Evite incluir demasiadas hojas de estilo CSS. Su sitio web cuenta con más de 4. Evite incluir demasiados archivos Javascript en su sitio web. Cuenta con más de 7. La velocidad de un sitio web afecta la experiencia del usuario e influye mucho en el SEO. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mejoras y recomendaciones                         | Mejorándola, los usuarios se distraerán menos y los motores de búsqueda le recompensarán dándole un mejor ranking. Además, las tasas de conversión son mucho mayores en los sitios web que cargan con mayor rapidez que las de sus competidores.                                                                                                                                                                                                                                  |

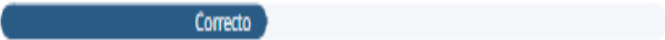
Fuente: Elaboración propia

**Tabla 48. Evaluación Herramientas de analítica**

| Factor                                            | Herramientas de analítica                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | No hemos encontrado ninguna herramienta de analítica en los sitios Web de las especializaciones. La analítica Web le permite medir la actividad de los visitantes del sitio web.                                                                                          |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Mejoras y recomendaciones                         | Debería tener instalada al menos una herramienta de analítica y se recomienda instalar otra más para obtener una confirmación de los resultados. Herramientas de analítica: Google™ Analytics, Quantcast™, AdobeAnalytics™, Piwik™, chartbeat™, Clicky™, ClickTale™, etc. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 49. Evaluación Puntuación backlines**

| Factor                                            | Puntuación backlines                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | La puntuación de los enlaces de retorno se calcula a partir de una combinación de señales de enlace, que incluye el número total de enlaces de retorno y el número de dominios que enlazan al sitio, así como la valoración general de calidad de los enlaces de retorno que apuntan al sitio web. |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Puntuación de backlines                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                |
| Mejoras y recomendaciones                         | La evaluación de calidad se basa en las páginas de las que provienen los enlaces.                                                                                                                                                                                                                  |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 50. Evaluación Contador de backlines**

| Factor                                            | Contador de backlines                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                            |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Los backlinks son vínculos que conducen a su sitio web desde otros sitios web. Son como cartas de recomendación para su web            |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Cantidad de backlines                                                                                                                  |
|                                                   |                                                    |
| Mejoras y recomendaciones                         | Puesto que este factor es crucial para SEO, debería implementar una estrategia para mejorar la cantidad y la calidad de estos enlaces. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 51. Evaluación Velocidad de carga de Gerencia Logística Integral**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Velocidad de carga de Gerencia Logística Integral</b>                                                                                                |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                             |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Según el test de velocidad de Google el tiempo de carga en 3g del sitio es deficiente con 11 segundos. Se estima una pérdida del 30% de los visitantes. |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                         |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                         |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                         |

**Tabla 52. Evaluación Velocidad de carga de Gerencia de operaciones**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Velocidad de carga de Gerencia de operaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Según el test de velocidad de Google el tiempo de carga en 3g del sitio es deficiente con 13 segundos. Se estima una pérdida del 31% de los visitantes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Mejoras y recomendaciones                         | Auditoria de redes sociales: a través de diferentes herramientas que ofrecen las redes sociales podemos evaluar entre otros muchos factores, lo siguiente:<br>Alcance de las publicaciones<br>Número de seguidores<br>Usuarios hablando sobre la empresa<br>Comentarios<br>Visitas<br>Determinar la presencia social de la empresa en las páginas de buscadores<br>A continuación, se hace auditoría extensiva y detallada con el programa WooRank donde se elabora una evaluación de las redes sociales de los sitios web de ambas especializaciones: |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 53. Evaluación Interacción**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Interacción</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Los sitios Web de las especializaciones no son populares en las redes sociales. Una de las mejoras a implementar sería el asociar las redes sociales a las páginas Web de las especializaciones.<br>Valoración de redes sociales<br>Este sitio web no es popular en las redes sociales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                   |  Compartido en FB. 0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                   |  Google™ + 0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                   |  Compartido en LinkedIn 0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                   |  Compartido en Pinterest 0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                   |  StumbleUpon 0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Mejoras y recomendaciones                         | El impacto de los medios sociales es enorme para algunos sectores. Se debe sacar provecho de esta versión digital del marketing boca-a-boca. Sin embargo, sus sitios web no han sido compartidos mucho en las redes sociales. Se debe tener perfiles sociales asociados en los sitios Web como Facebook, LinkedIn, Google+ y otros sitios de interés para sus clientes. Más adelante hablaremos sobre como captar a su público de las redes sociales y crear un grupo de seguidores habituales. También pueden utilizar sus sitios web para incrementar su popularidad en social media.<br>Nota: Estos datos se refieren a el número de "Me gusta" o "Compartir" desde su página web, o el número de veces que una persona ha copiado su URL directamente en Facebook, no cuenta el número "Me gusta" o "Compartir" desde sus páginas en las redes sociales. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 54. Evaluación Facebook**

| <b>Factor</b>                                     | <b>Página Facebook</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | No se ha encontrado una página de Facebook asociada a sus 2 páginas de especialización.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Mejoras y recomendaciones                         | Es importante solucionar esto ya que Facebook es un canal vital para el marketing digital de cualquier negocio. El 72% de los clientes o prácticamente todos los mileniales esperan que esté presente en Facebook. Utilice Facebook Insights para medir y monitorizar la participación de su público en sus publicaciones y aprovechar al máximo la inversión en las redes sociales. Vincula el perfil de Facebook a los 2 sitios web y añade una llamada a la acción para maximizar por completo la inversión de marketing en redes sociales. |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 55. Evaluación Página de Twitter**

| Factor                                            | Página de Twitter                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                   |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | La cuenta de Twitter™ @usantiagodecali está registrada, pero no cuenta con un link hacia ella desde los sitios web de ambas especializaciones |

Twitter Universidad Santiago de Cali



Especialización en gerencia de operaciones

Nombre usantiagodecali  
Seguidores 9,260  
Tweets 14,411  
Biografía Twitter oficial UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI, ofrecemos más de 80 programas de pregrado y posgrado. Vigilada MinEducación <https://t.co/ci7i4E3yAS>  
Ubicación Santiago de Cali, Colombia.  
Creación hace 6 años.

|                           |                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejoras y recomendaciones | Incluya la URL de su web en su página. Además, no es el twitter de todos los programas que oferta la Universidad Santiago de Cali. Sería recomendable si se creara un Twitter específico para ambas especializaciones. |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia

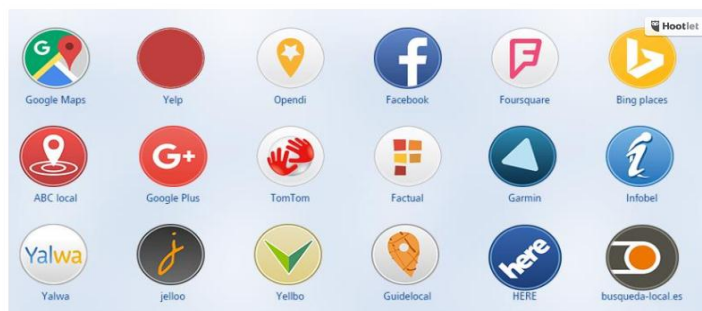
**Tabla 56. Evaluación Página de Google +**

| Factor                                            | Página de Google +                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | No tienen página de Google +                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Mejoras y recomendaciones                         | Estar activo en esta red social es importante puesto que cada vez más los resultados de búsqueda reflejan conversaciones, links, contenido compartido a través de esta red social. Si no lo has hecho todavía, considera unir tu perfil con Google My Business (antiguo Google Places). |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 57. Evaluación Directorios locales**

| Factor                                            | Directorios locales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Por mejorar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Especialización en gerencia de operaciones        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Mejoras y recomendaciones                         | <p>Cada vez más los resultados de directorios locales aparecen incluidos como parte de los SERPs de los principales motores de búsqueda. ¡Puede que incluso su página en Google My Business reciba más visitas que su sitio web! Es importante cerciorarse de que los detalles de su negocio incluidos en cada uno de los directorios locales sean correctos, así como precisos. Incluya los sitios Web de las especializaciones en los directorios locales de Colombia o aquellos en los que se encuentre su audiencia y potencie sus listados con fotos, vídeos, horarios, servicios, así como cuantas opiniones de clientes le sean posibles.</p> <p>Directorios locales para tener en cuenta</p> |



Fuente: Elaboración propia

**Tabla 58. Evaluación Estimación de tráfico**

| Factor                                            | Estimación de tráfico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | <p>Para ambas especializaciones se usaron diferentes herramientas para estimar el tráfico web, entre las que se incluyen Google™ Trends y Alexa™. Sin embargo, su herramienta de analítica web proporcionará los datos de tráfico más precisos.</p> <p>Estimación de tráfico para la página Web</p> <p>Estimación del tráfico <span style="float: right;">Alto</span></p> |
| Especialización en gerencia de operaciones        | <p>Estimación de tráfico para la página Web</p> <p>Estimación del tráfico <span style="float: right;">Alto</span></p>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 59. Evaluación Ranking de tráfico**

| Factor                                            | Ranking de tráfico                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calificación                                      | Bueno                                                                                                                                                                                                |
| Especialización en Gerencia en Logística Integral | Ranking de tráfico Web<br><b>172,658° Web más visitada en el Mundo</b><br><b>1,335° más visitado en  Colombia</b> |
| Especialización en gerencia de operaciones        | Ranking de tráfico Web<br><b>172,658° Web más visitada en el Mundo</b><br><b>1,335° más visitado en  Colombia</b> |
| Mejoras y recomendaciones                         |                                                                                                                                                                                                      |
| Fuente: Elaboración propia                        |                                                                                                                                                                                                      |

### 7.1.2 Análisis Externo

Una parte fundamental de la evaluación situacional se basa en el análisis externo, debido a que este permite conocer el entorno en donde están ubicadas ambas especializaciones y las mejores prácticas que hacen los competidores que quizá se está desaprovechando. El análisis situacional según Fernández<sup>102</sup>, se divide en lo siguiente:

**Análisis de la competencia:** Permite observar las estrategias empleadas por los competidores principales, mediante técnicas como el benchmarking.

**Análisis de mercado:** Con este análisis se dispone a estudiar las tendencias del sector y la descripción del usuario en términos cualitativos.

**Análisis PEST:** Mediante este análisis se pretende identificar el entorno de la organización en términos de política, economía, aspectos socioculturales y tecnología, es decir, son factores que no dependen directamente de las organizaciones.

**Análisis D.A.F.O:** se establecerán e identificarán las debilidades, amenazas fortalezas y oportunidades.

Se decide utilizar el análisis de la competencia a través del Benchmarking y el análisis DAFO para investigar más sobre la competencia de los dos programas de especialización en mención y ver que buenas prácticas podemos recopilar.

---

<sup>102</sup> Ibid.

**Tabla 60. Benchmarking de Especialización en Gerencia Logística Integral**

| Competidores    | Sitio Web                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Posición en google                  | Tipo     | Buenas prácticas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Malas prácticas                                                                                           | Ubicación |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>USC</b>      | <a href="http://posgrados.usc.edu.co/index.php/especializaciones/especializaciones-presenciales/item/232">http://posgrados.usc.edu.co/index.php/especializaciones/especializaciones-presenciales/item/232</a>                                                                                                                                         | No aparece en la 1 página de Google |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                           | Cali      |
| <b>Ceipa</b>    | <a href="http://www.ceipa.edu.co/ceipa/especializacion-gerencia-logistica/?gclid=CjwKCAjwpfzOBRA5EiwAU0ccN7hgAP1BTeiXxfh7U_NEfZ0tSYzjiHXZ0w31HoS7S31YfYQZxuAqaxoCIJAQAvD_BwE">http://www.ceipa.edu.co/ceipa/especializacion-gerencia-logistica/?gclid=CjwKCAjwpfzOBRA5EiwAU0ccN7hgAP1BTeiXxfh7U_NEfZ0tSYzjiHXZ0w31HoS7S31YfYQZxuAqaxoCIJAQAvD_BwE</a> | 2                                   | Pautada  | <p>Tienen una página de inicio atractiva donde la información se brinda en la primera pantalla</p> <p>Tienen formulario de contacto en la primera vista de la pantalla del Website.</p> <p>Experiencia de navegación fácil</p> <p>Con 3 scrolls ya se visualiza de qué trata todo el contenido de la especialización</p> <p>Hay llamados de acción lo que facilitan el posible pre registro de un usuario</p> <p>Tienen una línea gratuita nacional</p> <p>Están todos los íconos de las redes sociales que tienen (Fb, Instagram, LinkedIn, Twitter, youtube)</p> <p>Se muestran las opiniones recopiladas que se han generado en las redes sociales como Twitter.</p> |                                                                                                           | Medellin  |
| <b>Univalle</b> | <a href="http://industrial.univalle.edu.co/posgrado/especializacion-en-logistica">http://industrial.univalle.edu.co/posgrado/especializacion-en-logistica</a>                                                                                                                                                                                         | 5                                   | Orgánica | <p>Tienen un excelente SEO debido a que están posicionados como la 1ra búsqueda orgánica que aparece en el buscador de google</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Mucho contenido</p> <p>Con 7 scrolls se visualiza de qué trata el contenido de la especialización.</p> | Cali      |



|                       |                                                                                                                                                                                                                                         |    |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                       |        |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
|                       |                                                                                                                                                                                                                                         |    |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Formulario que direcciona hacia otra página lo que puede ocasionar la pérdida de interés del usuario                                                                                                                                                  |        |
| <b>EAN</b>            | <a href="http://universidadean.edu.co/es/formacion/especializaciones/especializacion-en-gerencia-logistica-presencial">http://universidadean.edu.co/es/formacion/especializaciones/especializacion-en-gerencia-logistica-presencial</a> | 6  | Orgánica | <p>Tienen un excelente SEO debido a que están posicionados como la 2da búsqueda orgánica que aparece en el buscador de google</p> <p>Tienen una página de inicio atractiva donde la información se brinda en la primera pantalla</p> <p>Tienen formulario de contacto en la primera vista de la pantalla del Website.</p> <p>Experiencia de navegación fácil</p> <p>Utilizan bloques en el diseño del sitio Web lo que genera una lectura más amena</p> | <p>Tienen poca información sobre el programa y utilizan los botones de "leer más", lo que puede causar pérdida de interés del usuario</p>                                                                                                             | Bogotá |
| <b>Javeriana Cali</b> | <a href="https://www.javerianacali.edu.co/programas/especializacion-en-logistica-integral">https://www.javerianacali.edu.co/programas/especializacion-en-logistica-integral</a>                                                         | 10 | Orgánica | <p>Tienen un excelente SEO debido a que están posicionados como la 10 búsqueda orgánica que aparece en el buscador de google</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Formulario que direcciona hacia otra página lo que puede ocasionar la pérdida de interés del usuario</p> <p>Tienen poca información sobre el programa y utilizan los botones de "leer más", lo que puede causar pérdida de interés del usuario</p> | Cali   |

**Tabla 60. Benchmarking de Especialización en Gerencia de operaciones**

| Competidores | Sitio Web                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Posición en google | Tipo     | Buenas prácticas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Malas prácticas         | Ubicación |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|
| <b>USC</b>   | <a href="http://posgrados.usc.edu.co/index.php/especializaciones/especializaciones-presenciales/item/231">http://posgrados.usc.edu.co/index.php/especializaciones/especializaciones-presenciales/item/231</a>                                                                                                                                         | 2                  | Orgánica | El nombre es poco común                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | El nombre es poco común | Cali      |
| <b>Ceipa</b> | <a href="http://www.ceipa.edu.co/ceipa/especializacion-gerencia-logistica/?gclid=CjwKCAjwpfzOBRA5EiwAU0ccN7hgAP1BTeiXxfh7U_NEfZ0tSYzjIHxz0w31HoS7S31YfYQZxuAqaxoCIJAQAvD_BwE">http://www.ceipa.edu.co/ceipa/especializacion-gerencia-logistica/?gclid=CjwKCAjwpfzOBRA5EiwAU0ccN7hgAP1BTeiXxfh7U_NEfZ0tSYzjIHxz0w31HoS7S31YfYQZxuAqaxoCIJAQAvD_BwE</a> | 1                  | Pautada  | <p>Tienen una página de inicio atractiva donde la información se brinda en la primera pantalla</p> <p>Tienen formulario de contacto en la primera vista de la pantalla del Website.</p> <p>Experiencia de navegación fácil</p> <p>Con 3 scrolls ya se visualiza de qué trata todo el contenido de la especialización</p> <p>Hay llamados de acción lo que facilitan el posible pre registro de un usuario</p> <p>Tienen una línea gratuita nacional</p> <p>Están todos los íconos de las redes sociales que tienen (Fb, Instagram, LinkedIn, Twitter, youtube)</p> <p>Se muestran las opiniones recopiladas que se han generado en las redes sociales como Twitter.</p> |                         | Medellín  |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 61. Análisis DAFO gerencia logística integral – gerencia de operaciones**

| <b>Debilidades</b>                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Fortalezas</b>                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sólo hay un departamento de publicidad y mercadeo para los programas de posgrado.                                                                                                                                                                        | Tienen un personal dispuesto a tomar retos y técnicas de aprendizaje. Buscan soluciones frente a las dificultades que se les han presentado en su proceso. La receptividad de los entes directivos es muy buena. |
| La falta de publicidad en medios digitales como las redes sociales, buscadores y el protagonismo que tienen los medios tradicionales como revistas, radio, volantes, etc. Que, si bien son necesarios, hoy por hoy no son suficientes y no son medibles. | Tienen una excelente planta docente.                                                                                                                                                                             |
| Página Web que presenta deficiencias en algunas ocasiones cuando hay demasiados usuarios navegando.                                                                                                                                                      | Costo y formas de pago asequibles para los interesados.                                                                                                                                                          |
| <b>Amenazas</b>                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Oportunidades</b>                                                                                                                                                                                             |
| Los posgrados virtuales tanto de la Universidad USC como de otras universidades son una competencia que desequilibra la demanda de estudiantes interesados en los programas de especialización de gerencia logística integral y gerencia de operaciones. | En la especialización de gerencia de operaciones son los únicos que ofertan en la ciudad de Cali y todo el Valle del Cauca.                                                                                      |
| Algunas universidades ofrecen la doble titulación lo que podría llegar a ser llamativo para un usuario interesado.                                                                                                                                       | Posibilidad de posicionarse en el mercado del suroccidente colombiano como una institución universitaria acreditada que ofrece los 2 programas en mención.                                                       |

Fuente: Elaboración propia

## 7.2 OBJETIVOS DE MARKETING PARA LOS PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN

Según Fernández<sup>103</sup>, el establecimiento de objetivos va a permitir a la Universidad, determinar el lugar al que se quiere llegar. Es una parte muy importante del plan de marketing, ya que, en función de los objetivos fijados, dependerá tanto la estrategia como el plan de acción a llevar a cabo. Es importante resaltar que los objetivos que se definan en el plan de marketing deben dar respuesta a 2 preguntas básicas: (i) ¿Por qué la organización dispone de un sitio web? (ii) ¿Qué se pretende lograr a través del sitio web?

Siguiendo las recomendaciones de Fernández<sup>104</sup>, se establecen los objetivos de marketing, tal como se muestra en la Tabla 62:

<sup>103</sup> Ibid.

<sup>104</sup> Ibid.

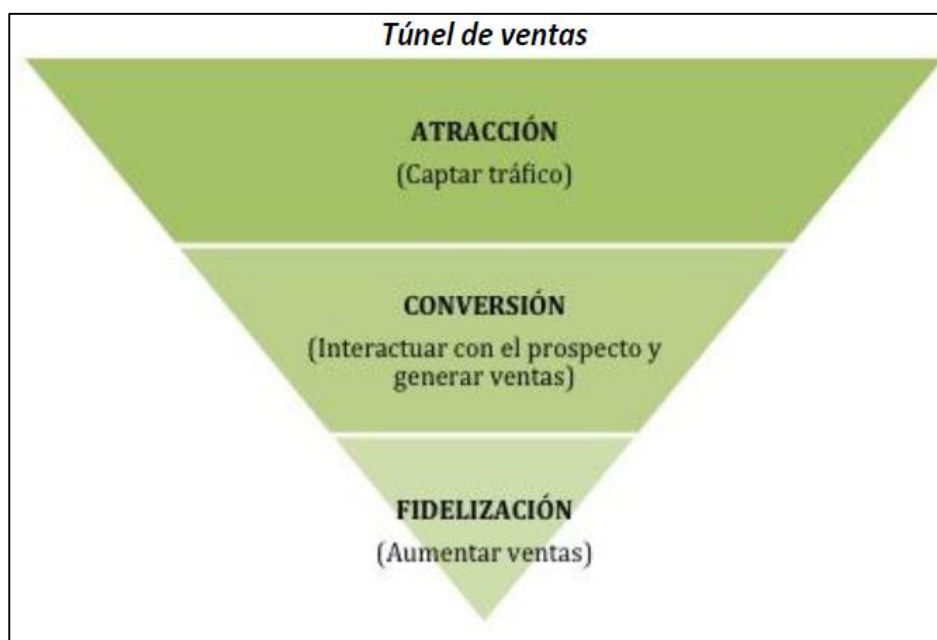
**Tabla 62. Objetivos de marketing para los programas de especialización**

| Enfoque             | Objetivo                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Atracción</b>    | Generar contenidos en redes sociales, blogs y reseñas que direccionen al usuario a visitar el sitio Web.                                                                                                                                                                         |
| <b>Conversión</b>   | Potenciar las pre inscripciones e inscripciones dentro de los sitios Web de ambas especializaciones a través de las diferentes formas de publicidad tradicional y online en los próximos 6 meses.                                                                                |
| <b>Fidelización</b> | <p>Crear una experiencia Web del usuario en donde haya fácil navegación y posible registro.</p> <p>Potenciar el marketing referencial y el “voz a voz” que puede llegar a generar los mismos estudiantes que ya han vivido la experiencia de estudiar las especializaciones.</p> |

Fuente: Elaboración propia

### 7.3 ESTRATEGIAS PARA DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS DE MARKETING

Para Fernández<sup>105</sup>, cuando se va a definir el tipo de estrategias, se deben tener en cuenta los objetivos planteados y ajustarlo al proceso de ventas de la organización. A través de un diagrama de Gantt se pueden fijar los plazos para cada parte del proceso y llevar un control más organizado.



**Figura 3. Tunel de ventas según**

Fuente: Fernández<sup>106</sup>

<sup>105</sup> Ibid.

<sup>106</sup> Ibid.

Se puede establecer como base, la siguiente estructura y los elementos esenciales para su logro:

### 7.3.1 Atracción

#### Marketing en buscadores

Para Fernández<sup>107</sup>, determinar qué acciones de SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing), se deben realizar en los buscadores que más convengan para las especializaciones. Habrá que tener en cuenta que el SEO, también conocido como tráfico orgánico, es más laborioso y requiere de más tiempo de estudio, pero en cambio los resultados tienen una mayor durabilidad en el tiempo. Por otro lado, el SEM, es publicidad pagada, es más costosa, y aunque tiene una duración determinada, permite posicionarse en las primeras posiciones de los buscadores de manera automática (Ver Figura 4).



Figura 4. Diferencia entre SEO y SEM

<sup>107</sup> Ibid.

Para crear la publicidad pagada más conocida como SEM, se requiere de un programa específico conocido como Google Adwords donde a través de la selección de palabras claves y anuncios específicos de texto se puede pautar para que al momento de una búsqueda, los resultados salgan de primeros. Algunos ejemplos pueden ser:

Esp en Gerencia Logística Integral - Presencial - USC ®

Anuncio [www.usc.edu.co/Gerencia+logistica/Gerencia+logistica](http://www.usc.edu.co/Gerencia+logistica/Gerencia+logistica)

Especialización en Gerencia logística. Ingresa y conoce más ¡Anímate!

Inscripciones Abiertas · Convenios empresariales · Opciones de financiación

Áreas De Trabajo: Planeación, Dirección, Control...

Gerencia de Proyectos

Especialización Gerencia

Gerencia Talento Humano

Gerencia Financiera

En el caso del SEO, se deberán tener en cuenta todas las sugerencias y mejoras que se realizaron en el primer capítulo del análisis situacional interno.

### **Marketing en redes sociales**

Para Fernández<sup>108</sup>, trabajar la presencia en las redes sociales y fijar en cuáles de ellas se pondrán los esfuerzos del marketing es de vital importancia; además se debe hacer uso de sus herramientas de publicidad, lo que permitiría un alcance y una segmentación mucho más efectiva. Ejemplos de pautas en redes sociales que se utilizaron:

---

<sup>108</sup> Ibid.

👉📚 Sé un experto en crear estrategias exitosas de logística en tu organización; ¡fórmate como **#Especialista** en Gerencia Logística Integral de la **#USC**!

👉📞 Infórmate 0325183000 EXT 486 o escríbenos a [posgrados@usc.edu.co](mailto:posgrados@usc.edu.co)



15.788 personas alcanzadas

[Ver resultados](#)

Me gusta

Comentar

Compartir

Hootlet



171

Orden cronológico ▾

3 veces compartido

**Figura 5. Publicidad realizada en Facebook para la especialización en Gerencia Logística Integral**



**Figura 6. Publicidad realizada en Facebook para la Maestría en Ingeniería Industrial**

Es fundamental estar alimentando las redes sociales constantemente ya que son canales dinámicos que los usuarios están revisando todo el tiempo. Por ende, se sugiere que debe haber una persona o un departamento administrando los contenidos, pautas, y optimización de las publicaciones que se realicen en estos medios que pueden llegar a ser muy beneficiosos para la atracción de nuevos usuarios.

En Redes sociales se debe compartir todo lo que sea referente a noticias, blogs, contenido que pueda compartirse y viralizarse rápido. Además, debe haber contenidos nuevos todos los días. Para ello, se debe realizar una parrilla de contenidos, porque en sí, este debe haberse planeado y luego diseñado para ser compartido en las diferentes redes sociales.

Se recomienda crear una cuenta de Twitter y una cuenta de LinkedIn, debido a que son redes sociales donde hay gran cantidad de profesionales dispuestos a capacitarse. Se pueden utilizar herramientas como Hootsuite, lo que permite



compartir y programar contenido al mismo tiempo hasta en tres redes sociales diferentes de manera gratuita, esto para optimizar tiempo y dejar programados los contenidos.

**Inboud Marketing.** Se debe realizar toda una estrategia de marketing de atracción en donde esté incluido el uso de blogs que contengan alto tráfico de visitantes, redes sociales dinámicas, videos, Publiirreportajes en sitios Web como El tiempo o el País. Como lo mencionábamos anteriormente, cuando sitios diferentes al nuestro nos envían visitantes también nos están enviando valor de su Ranking en Google. Los e-mails marketing también hacen parte de la estrategia de Inboud Marketing, por ende, se debe definir una periodicidad de envío para mantener a los posibles usuarios interesados en las especializaciones, las promociones que se están ofertando y demás.

### 7.3.2 Conversión

Para Fernández<sup>109</sup>, son aquellas estrategias que permiten a la empresa transformar y convertir en bases de datos, todas las visitas procedentes del tráfico orgánico, publicidad en buscadores o redes sociales. Esto se logra a través de los “botones de llamada a la acción”, llamados CTA (*call to action*), que provocan al usuario a realizar una compra o a facilitar sus datos de contacto, y que generalmente vienen acompañados de una bonificación o premio por completarlos.

Por ejemplo, si alguien se suscribe por la página Web, recibe la oportunidad de vivir una clase de 3 horas de la especialización en la que se inscribió o un descuento del 20% en su matrícula, etc. Es muy importante que en las páginas Web de las especializaciones se desarrollen los botones de llamado a la acción con sus respectivos premios por tomar la iniciativa y suscribirse.

Por ejemplo, hoy en día la información es un activo y entre más personas tengamos en nuestra base de datos, mayor será nuestro índice de conversión. Para esto, se utilizará una técnica llamada *Lead Nurturing*, que según Fernández<sup>110</sup>, son acciones que buscan, una vez identificado el tipo de usuario, ofrecerle aquello que busca en ese instante y que puede ayudar a que el proceso acabe en una acción deseada para la organización, como puede ser una venta.

El proceso de *Lead Nurturing* se divide en 3 fases:

---

<sup>109</sup> Ibid.

<sup>110</sup> Ibid.



**Figura 7. Proceso de *Lead Nurturing***

Fuente: Fernández<sup>111</sup>

**Fase de investigación y búsqueda específica:** Los usuarios detectan su necesidad o problema y consciente o inconscientemente comienzan a buscar por internet, para lo cual las organizaciones cuentan entre otros elementos con:

- Guías en internet y recomendaciones de influenciadores y gurú en el tema de educación.
- Blogs con consejos sobre temas específicos en diferentes portales como El tiempo, El espectador o el País.
- Libros electrónicos que obedecen a temas más específicos sobre la especialización que se quiere tomar.

**Fase de elección de proveedor:** Es el momento en el que el usuario necesita una oferta personalizada o una prueba de que la solución que ofrece la organización se ajusta a sus necesidades, por lo que, se debe contar con:

- Programas de demostración como clases gratuitas, *Webinars*, “live” o en vivo de las diferentes redes sociales.
- Formularios cortos que permitan capturar la información del usuario y de ser posible hacer el registro con *Facebook*.
- Consultorías personalizadas y atención rápida vía *WhatsApp* o por un correo electrónico que se revise todos los días varias veces.
- Ofertas y paquetes que se adaptan a las exigencias del usuario.

### **7.3.3 Fidelización**

Según Fernández<sup>112</sup>, fidelizar clientes supone un ahorro considerable en comparación con los costes derivados de la captación de clientes nuevos. Es por ello que las empresas necesitan reforzar esta fase con acciones como:

---

<sup>111</sup> Ibid.

<sup>112</sup> Ibid.

- Servicio postventa, capaz de manejar quejas y a su vez ofrecer cursos o manuales sobre el producto adquirido, que en este caso sería el servicio de las especializaciones.
- Programas de afiliación en donde por pertenecer a la comunidad educativa también se le brinden otros descuentos y beneficios.
- Marketing relacional o CRM (*customer relationship management*). Esta herramienta es fundamental debido a que permite tener de manera organizada toda la información del usuario. Por lo tanto, facilita elaborar campañas personalizadas y generar mayores conversiones y recordación constante. Por ejemplo, con el CRM es posible determinar la fecha de cumpleaños de los usuarios y ese día ofrecerles un descuento en su suscripción al programa de su agrado o un e-mail, haciéndolo sentir importante.
- Bonificaciones por recomendar el sitio web o el producto: Las reseñas en el mundo del internet son la carta de presentación y el marketing referencial online. Incentivar a que los usuarios que prueben el servicio de las especializaciones que reseñen sobre el mismo nos aventaja e nivel de SEO y conversiones.
- Involucrar al cliente en el lanzamiento de nuevos productos mediante consultas en las redes sociales. Por ejemplo, para esto, las campañas de expectativa ayudan bastante, debido a que se puede ir evaluando la expectativa con la que van a recibir los usuarios, los nuevos productos o servicios que se ofrezcan.
- Recordatorio de marca a través de canales de suscripción como lo son el *mail marketing* o el *Video Marketing* que hoy *Youtube* lo ofrece de manera gratuita.
- Reforzar la reputación *online*, a través de encuestas de satisfacción y mediante la publicación de testimonios reales en internet acerca del servicio.



**Figura 8. Fases del túnel de ventas**

Fuente: Fernández<sup>113</sup>

## 7.4 PRESUPUESTO PARA EL PLAN DE MARKETING ONLINE

Se debe elaborar un cuadro de gastos que permita vislumbrar, tanto lo presupuestado, como el monto asignado a cada línea estratégica del plan. Según Gutiérrez<sup>114</sup>, lo ideal es fijar plazos, por ejemplo, de 1 a 3 años, de tal forma que una vez que se obtengan resultados, se pueda comparar, analizar las desviaciones y corregir en caso de que sea necesario. A continuación, se sugiere el siguiente cuadro que la USC puede utilizar para disponer del presupuesto de su plan de marketing:

**Tabla 63. Presupuesto plan de Marketing Online 2017.**

|                     | Proyección            | Real                  | %VAR | Retorno de inversión  | de la | Estudiantes fidelizados | % de Efectividad |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|------|-----------------------|-------|-------------------------|------------------|
| <b>Atracción</b>    |                       |                       |      |                       |       |                         |                  |
| Redes sociales      | \$ 42.000.000         | \$ 29.400.000         | 43%  |                       |       | 6                       |                  |
| E-mail Marketing    | \$ 1.200.000          | \$ 1.200.000          | 0%   |                       |       | 2                       |                  |
| SEO                 | \$ 12.000.000         | \$ 10.800.000         | 11%  |                       |       | 3                       |                  |
| SEM                 | \$ 12.000.000         | \$ 12.000.000         | 0%   |                       |       | 11                      |                  |
| Subtotal            | \$ 67.200.000         | \$ 53.400.000         |      |                       |       | 22                      |                  |
| <b>Conversión</b>   |                       |                       |      |                       |       |                         |                  |
| Redes sociales      | \$ 30.000.000         | \$ 24.000.000         | 25%  | \$ 24.000.000         |       | 3                       | 0%               |
| E-mail Marketing    | \$ 1.200.000          | \$ 1.200.000          | 0%   | \$ 4.000.000          |       | 1                       | 233%             |
| SEO                 | \$ 2.000.000          | \$ 1.800.000          | 11%  | \$ 8.000.000          |       | 2                       | 344%             |
| SEM                 | \$ 4.000.000          | \$ 3.600.000          | 11%  | \$ 28.000.000         |       | 7                       | 678%             |
| Subtotal            | \$ 37.200.000         | \$ 30.600.000         |      | \$ 64.000.000         |       | 13                      |                  |
| <b>Fidelización</b> |                       |                       |      |                       |       |                         |                  |
| Redes sociales      | \$ 36.000.000         | \$ 32.400.000         | 11%  | \$ 16.000.000         |       | 4                       | -51%             |
| E-mail Marketing    | \$ 1.200.000          | \$ 1.200.000          | 0%   | \$ 4.000.000          |       | 1                       | 233%             |
| SEO                 | \$ 6.000.000          | \$ 5.400.000          | 11%  | \$ 16.000.000         |       | 4                       | 196%             |
| SEM                 | \$ 12.000.000         | \$ 10.200.000         | 18%  | \$ 20.000.000         |       | 5                       | 96%              |
| Subtotal            | \$ 55.200.000         | \$ 49.200.000         |      | \$ 56.000.000         |       | 14                      |                  |
| <b>Total</b>        | <b>\$ 159.600.000</b> | <b>\$ 133.200.000</b> |      | <b>\$ 120.000.000</b> |       | <b>49</b>               |                  |

Fuente: Elaboración propia

Nota: En el cuadro están incluidos los costos de la publicidad y también el costo de la administración de las pautas y la implementación de las estrategias.

<sup>113</sup> Ibid.

<sup>114</sup> GUTIÉRREZ, G. Op, Cit. Disponible en Internet: <http://www.bialita.com/blog/analytics/61-que-es-una-auditoria-de-paginas-web>

## 7.5 PLAN DE MEDICIÓN Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS DESARROLLADAS E IMPLEMENTADAS

Según Fernández<sup>115</sup>, esta fase es crucial, ya que permite verificar si se están cumpliendo los objetivos planteados. No es necesario tener una gran cantidad de datos, si no saber interpretarlos. A través de las diferentes herramientas de mediciones existentes en internet y sus indicadores claves de desempeño denominados *KPIs (Key Performance Indicators)*, se podrán medir, indicadores clave, tal como lo muestra la Tabla 64:

**Tabla 64. Presupuesto plan de Marketing Online 2017.**

| Factor             | Indicador                                                             | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Visitas            | número total de veces que los usuarios visitaron la web               | Para esto se requiere implementar la plataforma gratuita de Google Analytics que se explicó en el primer capítulo del análisis situacional.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Visitantes únicos  | número de veces que un usuario visita la web                          | Solo que en este caso, aunque la haya visitado más de una vez, solo será contabilizado como una sola. También se requiere de la utilización de una plataforma como lo es <i>Google analytics</i> .                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Tasa de rebote     | Porcentaje de usuarios que abandonan la web sin interactuar con ella. | También se requiere de la utilización de una plataforma como lo es Google analytics.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Fuentes de tráfico | Indica de donde provienen nuestras visitas                            | Se pueden dividir en:<br><br><i>Directo</i> : cuando el usuario introduce directamente la dirección de la web de la empresa (URL) en su navegador.<br><br><i>De referencia</i> : Es el tráfico que proviene de otras webs o de redes sociales que enlazan a la de la organización.<br><br><i>Buscadores</i> : cuando las visitas llegan a través de búsquedas en las páginas de buscadores, pudiéndose diferenciar las visitas de búsquedas orgánicas (por SEO), de las de pago (por SEM). |

Fuente: Elaboración propia

El conocer cuáles son las fuentes de tráfico principales, permite identificar que está teniendo mayor resultado y potenciar los esfuerzos del marketing en esas fuentes. Con la herramienta de *Google Analytics* fácilmente se puede identificar cuáles son las fuentes de tráfico principales. Además, la periodicidad de revisión de los resultados debe ser diaria y sobre todo muy dinámica. Es decir, plantear una estrategia que finalmente tendrá muchas mejoras y cambios de acuerdo con el comportamiento que se vaya presentando a lo largo del tiempo.

<sup>115</sup> FERNÁNDEZ, P.V. Op Cit.

| ATRACCIÓN                                                                                                 | CONVERSIÓN                                                                                                                          | FIDELIZACIÓN                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tráfico a la web</li> <li>• Visitas por palabra clave</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo promedio en la página web</li> <li>• Interacción con elementos de la web</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tráfico directo</li> <li>• Visitantes recurrentes</li> </ul> |

**Figura 9. KPIs por cada fase del plan de *marketing Online***

Fuente: Fernández<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Ibid.

## **8. RESULTADOS**

Inicialmente, mencionar que ha sido un proceso lento pero de mucho aprendizaje para las partes involucradas (La universidad Santiago de Cali y el ente consultor). Basándose en los conocimientos adquiridos por experiencia del ente consultor, se empezaron a implementar desde el 2016 una serie de estrategias para aumentar las conversiones y llegar a un punto de equilibrio en estudiantes para abrir las cohortes y darles la continuidad esperada (Punto de equilibrio en cantidad de estudiantes para Especialización en Gerencia de Operaciones, 10 y para Especialización en Gerencia Logística Integral, 11).

Se realiza una descripción general del panorama de los posgrados en la Universidad Santiago de Cali. De esas reuniones, se concluyeron aportes muy necesarios que dieron luz verde a las estrategias que se pretenden implementar. En ese orden de ideas, se mencionan las fases de implementación para solucionar las problemáticas planteadas:

### **Definición el público objetivo de las dos especializaciones**

Se contó con una base de datos aproximadamente de 585 egresados de ingenierías de la Universidad Santiago de Cali; también se incluyó una base de datos de aproximadamente 500 profesionales de diferentes gremios que podrían llegar a interesarse por alguno de los dos programas en mención. De esta base de datos de aproximadamente 1000 profesionales se pudo definir las características del público al que se debía apuntar, que corresponde a profesionales de alguna carrera como ingeniería o administración de empresas que se desenvuelven en el entorno laboral de la producción y/o logística.

La investigación también arrojó que en su gran mayoría hacen parte de universidades privadas tales como la Antonio José Camacho, la misma universidad Santiago de Cali, la Universidad Antonio Nariño, la universidad nacional abierta y a distancia, Universidad Pontificia Bolivariana y la Autónoma de Occidente. La edad promedio del público es de 25 a 50 años.

### **Implementación de otras mejoras**

Una de ellas es el rediseño de la información de los programas. Inicialmente estaban en un Word sin logo de la universidad, sin colores llamativos que incitan a la lectura de los mismos, y esto era lo que se les enviaba a los interesados. Se ejecuta el rediseño utilizando los colores institucionales de la Universidad Santiago de Cali y optimizándolos a un formato mejor para la lectura como lo es el PDF. Se organiza la información para fomentar una lectura más estructurada y darle la apariencia adecuada a un programa de especialización de una Universidad de renombre, como lo es la Santiago de Cali.

## Creación de una cuenta en Mailchimp

Esta es una plataforma de automatización de marketing que ayuda a compartir campañas de correo electrónico y publicitario, con clientes y otras partes interesadas. El enfoque del marketing se centra en prácticas saludables de administración de listas, campañas bellamente diseñadas y un potente análisis de datos.

Se utiliza esta plataforma debido a que es gratuita hasta 1000 suscriptores y permite hasta 12mil envíos en el mes. Con esta plataforma se envían 6 campañas de e-mail a una base de datos aproximada de 1000 suscriptores para informarles sobre los programas, los beneficios y los descuentos que están disponibles. Antes enviaban los mails desde cuentas normales de Gmail, lo que ocasionaba que quedaran en el SPAM de los receptores y no se garantizaba que llegara la información a los suscriptores. Además de esto, a la directora Vivian Chud, se le brinda capacitación donde se le explica cómo crear las listas dentro de la plataforma, diseñar un e-mail y mirar las métricas de los reportes de las campañas desarrolladas.

## Realización de una clase gratuita

De acuerdo con los conocimientos del ente consultor, se sugiere a la directiva de los programas, realizar una “clase gratuita” a una base de datos aproximadamente de 100 estudiantes en la Universidad, de la asignatura Administración de las organizaciones que está incluida en los 2 programas de especialización; esto con el objetivo de generar conocimiento sobre los 2 programas y que los estudiantes experimenten el vivir una clase de posgrado y tomen la decisión de preinscribirse.

Tener cerca a los estudiantes da la ventaja de contarles sobre los beneficios del programa y generar un cierre de venta más sencillo. Previo al día de la clase que se llevó a cabo el 17 de junio del 2016, se realiza la labor de telemarketing y envío de e-mail marketing 2 semanas antes, a la base de datos en la que se logra generar contacto con 60 estudiantes, 5 estudiantes aceptan la invitación y confirman la asistencia; 2 estudiantes asisten; 1 estudiante realiza formulario de preinscripción.

A continuación, se muestra la información en la siguiente gráfica:

**Tabla 65. Estudiantes contactados para clase gratuita USC**

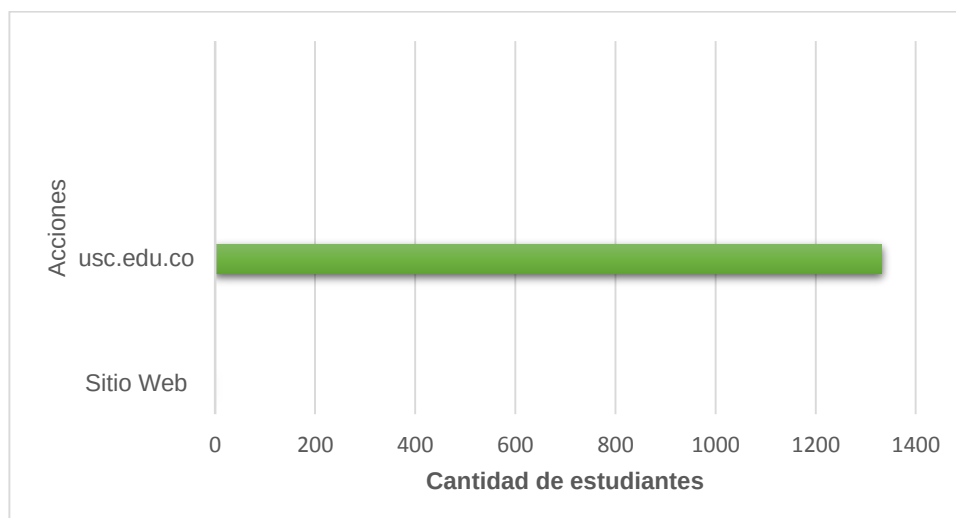
|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Estudiantes contactados              | 60 |
| Estudiantes sin contactar            | 40 |
| Estudiantes interesados              | 20 |
| Estudiantes que confirman asistencia | 10 |
| Estudiantes que asisten              | 2  |



|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Estudiantes que se pre inscriben | 1 |
|----------------------------------|---|

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 66. Métricas de telemarketing para clase gratuita de la asignatura Administración de las organizaciones**



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la efectividad del evento no fue buena. De 60 estudiantes con los que hubo contacto, 10 confirmaron asistencia y 2 vinieron. Es decir, que sólo se tuvo una efectividad del 3% (3/60). Sin embargo, se sabe por qué los resultados del evento ocurrieron de esta manera; entre las principales razones, se tiene que se hizo promoción 2 semanas antes del evento, pero no se volvió a llamar a los estudiantes hasta 1 día antes que se llevara a cabo la clase.

Es importante tener en cuenta que la labor de telemarketing es de constancia y la recordación es vital para que los estudiantes no olviden el día del evento. Por tanto, se debió realizar al menos 1 llamada más por semana y enviar de 1 a 2 correos por semana a los invitados confirmados para que tuvieran muy presente la fecha y la hora del evento y no generaran otro tipo de compromisos en el mismo horario.

### Creación de una Fan Page

El ente consultor sugiere crear una Fan Page en la Red social Facebook donde se hacen publicaciones acerca de los programas, se crea una comunidad interesada y posiblemente haya clientes que provengan de este medio. Hoy en día, es mucho más sencillo llegar al público objetivo de las universidades a través del Facebook, puesto que es una red social que tiene más de 20 millones de usuarios.

Así mismo, el Facebook brinda información acerca de los intereses de cada 1 de sus usuarios, sus actividades, qué hacen y a qué se dedican. El Facebook difiere de la publicidad tradicional ya que permite la interacción en tiempo real de la publicidad que se utilice. Además, en promedio un usuario, revisa 214 veces al día el Facebook en su celular. Es decir, que tenemos la oportunidad de llegar al mercado meta, 214 veces a través de la publicidad *online*. También se sugiere a la directiva de los programas, hacer una pauta publicitaria en esta red social por las siguientes razones:

- Permite una gran segmentación (Por intereses, gustos, género, comportamiento, demografía, actividad frecuente, etc.).
- Se optimizan mejor los impactos porque serán dirigidos al público objetivo.
- Permite un mayor control sobre los resultados y su efectividad es mucho más “medible”, además la posibilidad de hacerlo por CPM (coste por mil impresiones) o CPC (Coste por clic) que lo hace más económico que la publicidad tradicional y permite un mejor manejo de la campaña en su mismo transcurso.
- Un presupuesto de \$200.000 pesos colombianos quincenales en pauta permiten: (i) un alcance estimado entre 24.000 y 63.000 personas radicadas en el Valle del Cauca; (ii) estos usuarios pueden realizar todo tipo de interacciones (Me gusta, comentarios, compartir) que pueden convertirse en potenciales clientes. Además, que van generando posicionamiento de marca; (iii) Facebook ofrece en promedio un 10% - 15% de conversión, vs el e-mail marketing que ofrece un 1% de conversión; (iv) posicionamiento de la marca ya que constantemente el usuario está viendo la publicidad; (v) la facilidad de parar o modificar la campaña si no está teniendo resultados; (vi) diariamente se estaría gastando: \$13.300.
- Se dan sugerencias a la directiva de cómo realizar la Pauta para que sea efectiva:
  - Si el objetivo de pauta es costo por interacción, lo ideal es hacer el post de Facebook de 1200 x 1200 pixeles y tratar de que el texto no supere el 20% de la foto. De esta manera Facebook optimizará mejor el alcance de la publicidad y estará más adaptada la pauta para dispositivos móviles por su resolución cuadrada.
  - Ajustar los rangos de edad. Se sugiere pautar a personas entre los 25 y 50 años.
  - Incluir dentro de los intereses el tema de comportamientos. Por ejemplo, segmentar a personas con pregrado completado, personas con cargos en logística, producción, etc. Intereses en ingeniería, etc.

- Tener en cuenta las universidades de las que por lo general ingresan los estudiantes a los diferentes posgrados. Autónoma, Antonio Nariño, Santiago de Cali, Antonio José Camacho, etc.
- Utilizar los #HT (Hashtag). Esto permite de alguna manera vincular la publicación con los motores de búsqueda dentro de las redes sociales. Usar 2 ó 3 por publicación. #Posgrados #Ingeniería #EspecializaciónLogísticaIntegral (son solo ejemplos).
- Quién administre la página de Facebook debe estar pendiente de las personas que hacen interacción (Like, compartir, comentar, guardar), e invitarles a unirse como fans de la página. De esa manera ganan seguidores orgánicamente (Facebook no cobra por ellos).

### **Capacitación al personal directivo de las diferentes especializaciones**

Por último, se hace una capacitación al personal directivo de las diferentes especializaciones donde durante 8 horas se explica de manera básica todo el concepto del marketing online y como interpretar los resultados obtenidos de las estrategias que se deben elaborar y como mejorarlas. En el CD se encuentra adjunta la clase que se le dictó a los profesionales Vivián Lorena Chud, directora de los programas de especialización en Gerencia Logística Integral y Gerencia de operaciones y Ángela Bernal, directora del programa de maestría de Ingeniería Industrial. También estuvieron presentes los 2 monitores de las especializaciones de ingeniería. Se resolvieron dudas y se logró que entendieran los conceptos básicos del marketing online.

Debido al informe entregado a la Universidad Santiago de Cali, se generó un contrato por prestación de servicios de \$16.000.000 pesos moneda corriente, durante 3 meses por concepto de administración de publicidad online. De este modo se implementó la estrategia sugerida en el este proyecto que consistió en tres fases:

- Creación de landing pages responsivas con formulario de contacto.
- Implementación de canal de WhatsApp para la solicitud de información.
- Mantenimiento constante de redes sociales (Facebook e Instagram).

Implementando la estrategia, desde el 6 de diciembre del 2017 a la fecha, se ha generado una base de datos de interesados de 433 personas, de los cuales se tiene nombre, teléfono, correo electrónico y programa de interés. Se ha logrado crear una sinergia entre el departamento de admisiones y registro de la Universidad Santiago de Cali y el ente consultor (Jessica Tovar Ramírez). En conjunto se está definiendo la estrategia para llamar a estas 433 personas y hacer el proceso de cierre de venta con los interesados. Además, se tiene conocimiento que aproximadamente el 30% de la base de datos ha generado conversión (se ha matriculado en la universidad).

En el proceso de implementación de la estrategia se han identificado algunas falencias dentro del sitio Web de la Universidad Santiago de Cali:

- Aproximadamente 100 personas reportaron presentar inconvenientes de navegación al interior del sitio web; especialmente, en la página de inscripciones.
- Se hizo el reporte respectivo al Doctor Arley Borrero, director de marketing de la universidad y se logró solucionar este inconveniente.
- A las personas que presentaron fallas, se les contactó directamente de admisiones y registro para darles solución a su inconveniente.
- Se identificó que las líneas telefónicas en algunas ocasiones no funcionan y muchos de los interesados no logran contactarse con la Universidad. Para ello, también se reportó al Director de Marketing, Arley Borrero, quién tomó las medidas necesarias para solucionar el inconveniente y en este momento lo están llevando a cabo.

## 9. CONCLUSIONES

A través de las distintas estrategias utilizadas, se debe lograr que el tráfico captado desde el inicio pase a ser una red de seguidores, que mediante el efecto llamada y distintos elementos virales se conviertan en usuarios fieles y satisfechos con la organización.

Es importante tener en cuenta que para que cualquier empresa tenga éxito en la actualidad, es necesario que tenga presencia en internet y que además este posicionado en las páginas de buscadores principales. Por ello, es necesario contar con un plan de *marketing online* que sirva de guía para alcanzar el éxito de la organización dentro de las plataformas digitales.

La elaboración del plan de *marketing online* y las diferentes técnicas planteadas están sujetas a constantes cambios; por ende, es importante estar haciendo modificaciones constantemente y no dejar de elaborar las estrategias, pese a que no estemos teniendo los resultados esperados.

En este trabajo se ha desarrollado una guía flexible, cuyas fases han sido detalladas paso a paso, pretendiendo que la persona encargada del marketing dentro de la Universidad Santiago de Cali pueda adaptar el modelo de negocio, implementando los elementos faltantes que estime conveniente, con el fin optimizar los resultados y las conversiones.

## 10. RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las principales recomendaciones en relación a cada uno de los factores evaluados.

**Etiqueta del título de los sitios Web:** Asegúrese de que los títulos sean explícitos y contenga las palabras clave más importantes. Asegúrese de que cada página tiene un título único.

**Evaluación Meta Descripción:** Asegúrese de que cada página de su web tiene una meta descripción única, y que ésta sea explícita y contiene sus palabras clave más relevantes (aparecen en negrita cuando coinciden con la consulta del usuario). Una buena meta descripción actúa como un anuncio, por lo tanto, es importante tener un mensaje atractivo con un "llamado a la acción" claro para maximizar el número de clics.

**Vista Previa de Google:** Si su título y meta descripción son demasiado largos, pueden ser cortados. Por lo tanto, es importante que respete los límites de caracteres disponibles.

**Encabezados:** Utilice las palabras clave en los encabezados y asegúrese de que el primer nivel (<H1>) incluya las palabras clave más relevantes. Para un SEO más efectivo, use solamente una etiqueta <H1> por página. Sin embargo, puede utilizar múltiples etiquetas <H2> - <H6>.

**Nube de palabras claves:** Es importante investigar sobre las palabras clave para entender mejor las que utiliza su audiencia. Existen herramientas de búsqueda de palabras clave en línea para ayudarle a elegir sus palabras clave como el planificador de palabras claves de Google.

**Coherencia de palabras clave:** Para mejorar la probabilidad de posicionarse bien en los resultados de búsqueda con una palabra clave determinada, debería usar las palabras clave relevantes de forma coherente no sólo en su contenido sino también en títulos, descripciones, encabezados, sin olvidarnos de incluir dichos términos en los anchor texts de enlaces internos y backlinks.

**Atributo Alt:** El texto alternativo tiene como objetivo describir sus imágenes a los motores de búsqueda para que puedan aparecer en los resultados de búsqueda de Google™ Images. También son utilizados por los lectores de pantalla para proporcionar un contexto a las personas con discapacidad visual.

**Páginas descubiertas:** Si utiliza parámetros en su URL como IDs de sesión o clasificar y filtrar, utilice la etiqueta rel="canonical" para indicar a los motores de búsqueda cuál de esas páginas es la original.

Enlaces de la página: Utilizar el atributo Nofollow impide que los vínculos transmitan valor a otras páginas, pero es interesante observar que estos enlaces siempre se añaden a la ecuación en el momento de calcular el valor que se pasa a través de cada enlace. Por lo tanto, enlaces con el atributo Nofollow también pueden diluir el PageRank.

Robots TXT: Puede comprobar si su fichero robots.txt tiene errores de sintaxis utilizando Google Search Console (Herramientas para Webmasters de Google) seleccionando "Robots.txt Tester" en "Crawl". Esto también le permite comprobar páginas individualmente para asegurarse de que Googlebot (el robot de Google) tiene acceso adecuado.

Mapa del sitio XML (Información para el Webmaster o administrador de la página): Si desconoce cómo generar un mapa XML puede ingresar a <https://code.google.com/archive/p/googlesitemapgenerator/>

Parámetros de URL: Utilizar la herramienta Parámetros de URL en Google Search Console para indicar a Google cómo influyen los parámetros de URL en el contenido de las páginas y cómo rastrear las URL con parámetros.

Factores limitantes: Flash sólo debería usarse para momentos puntuales. Aunque el contenido Flash suele resultar atractivo, no es indexado adecuadamente por los motores de búsqueda. Se debe evitar sitios contruidos completamente en Flash para optimizar el SEO.

Blog: Aunque publicar contenido en otra web podría ser una buena estrategia, hacerlo en el propio sitio web aporta más beneficios. Crear un blog es una forma estupenda de impulsar su SEO y atraer visitantes de calidad.

Visualización móvil: Los sitios web móviles permiten a los usuarios completar objetivos y tareas comunes y utilizar un diseño o una plantilla que sea consistente en todos los dispositivos móviles (diseño web adaptable o responsivo).

Pantalla táctil: Tener una pantalla táctil adecuada es un aspecto importante de su optimización móvil. Los elementos táctiles deben tener al menos 48 píxeles de alto y de ancho y también se recomienda tener un margen de al menos 32 píxeles en todos los lados.

Ventana gráfica: Sin una ventana gráfica, los dispositivos móviles mostrarán la página tal como se mostraría en un ordenador; con el mismo ancho de pantalla, pero con las proporciones ajustadas a la pantalla del dispositivo. Las páginas optimizadas para dispositivos móviles deben incluir una metaetiqueta de ventana gráfica en la cabecera del documento con el siguiente formato: width=device-width, initial-scale=1.

**Velocidad del dispositivo:** Las versiones móviles de los sitios web deben mostrar el contenido de la mitad superior de la página en menos de 1 segundo. Esto permite a los usuarios interactuar con la página de manera inmediata. Puesto que la CPU de un dispositivo móvil es menos poderosa que la CPU de un ordenador, es necesario mejorar la velocidad para reducir el consumo de la CPU móvil.

**Entornos móviles:** Tener una versión móvil o frameworks que se adaptan son una parte importante de la optimización de su web, ya que ayudan a los desarrolladores a crear aplicaciones que son ajustables a múltiples dispositivos móviles.

**URL:** Procure que sus URL sean cortas y evite nombres de dominio largos siempre que sea posible. Los motores de búsqueda reconocerán mejor una URL descriptiva. Viendo la barra de direcciones, un usuario debería poder predecir el contenido de la página antes de acceder a ella (ej. <http://www.misitioweb.com/es/productos>).

**Caché de recursos:** Los sitios web rápidos hacen felices a sus visitantes. Almacenar en cache recursos como imágenes, archivos CSS y javascript permite al navegador mantenerlos en el almacenamiento local en lugar de solicitarlos cada vez que se carga una página de tu sitio web. De este modo, se ahorra ancho de banda, resultando en un tiempo de carga mejor.

**Herramientas de analítica:** Debería tener instalada al menos una herramienta de analítica y se recomienda instalar otra más para obtener una confirmación de los resultados. Herramientas de analítica: Google™ Analytics, Quantcast™, AdobeAnalytics™, Piwik™, chartbeat™, Clicky™, ClickTale™, etc.

**Velocidad de carga de Gerencia de operaciones:** Determinar la presencia social de la empresa en las páginas de buscadores.

**Interacción:** El impacto de los medios sociales es enorme para algunos sectores. Se debe sacar provecho de esta versión digital del marketing boca-a-boca. Sin embargo, sus sitios web no han sido compartidos mucho en las redes sociales.

**Página de Google +:** Estar activo en esta red social es importante puesto que cada vez más los resultados de búsqueda reflejan conversaciones, links, contenido compartido a través de esta red social. Si no lo has hecho todavía, considera unir tu perfil con Google My Business (antiguo Google Places).





## 11. BIBLIOGRAFÍA

PORTAFOLIO. (2015). Op, Cit. Disponible en Internet:

<http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/marketing-29752>

CANALES, Jorge Antonio. uso de XML (lenguaje de marcado extensible) y XSL (lenguaje de estilo extensible) en la generación de nuevos proyectos y negocios sobre internet con contenidos en tiempo real

AAKER, D. El Reinado de la Marca [en línea]. En Perspectivas, 38-41; 2012.

[consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet:

[http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/aaker1.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/aaker1.pdf)

ACROBAT ADOBE. Acrobat Adobe [en línea] 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://acrobat.adobe.com/la/es/why-adobe/about-adobe-pdf.html>

ALCAIDE, J., BERNUÉS, S., DÍAZ, E., ESPINOSA, R., MUÑIS, R., & SMITH, C. Marketing para Pymes, las principales claves en la pequeña y mediana empresa. 2013.

ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de Colombia. Bogotá D.C.; Legis, 1991.

BAENA, Guillermina y MONTERO, Sergio. Ciencias de la comunicación 2. Grupo Editorial Patria. 2014.

BENVENUTO, Santiago. ¿Qué son los millennials? ¿Eres tú uno de ellos? [en línea]. 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet:

<https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/7936/que-son-los-millennials-eres-tu-uno-de-ellos>

CASTRO, Nina Verónica y MORALES Lizzeth Yaniny. Estrategias de comunicación para programas de formación académica en la facultad de optometría de la Universidad de la Salle [en línea]. Bogotá D.C. 12 de septiembre del 2008. Universidad de la Salle, Facultad de Optometría [consultado el 20 de octubre del 2017]. Disponible en Internet:

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/8540/T50.08%20C279e.pdf?sequence=1>

CELAYA, J. La empresa en la red 2.0: El impacto de las nuevas redes sociales en la estrategia empresarial. 2007.

CISNERO, K. Hootsuite [en línea]. 18 de 08 de 2017. [consultado el 25 de agosto del 2017] Disponible en Internet: Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/plantilla-para-auditar-tus-redes-sociales/>

COLLIN, S. Estrategias de Mercadotecnia Para promover su marca en Internet. 2003.

CONCEPTO DEFINICIÓN. Fan Page [en línea] 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://conceptodefinicion.de/fan-page/>

CONESA, María del Carmen. Evaluación de la calidad de los sitios Web con información sanitaria en castellano. Universidad de Murcia, Febrero del 2010. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10916/ConesaFuentes.pdf?sequence=1>

CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 256 [en línea]. 1996; Bogotá D.C.: Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38871>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Leyes o Actos Legislativos [en línea] 2017. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.senado.gov.co/>

CORTÉS, M., & IGLESIAS, M. Generalidades sobre la metodología de la investigación. Ciudad del Carmen. México: Universidad Autónoma del Carmen. 2004.

CUENCA, E. Diagnostico organizacional y propuesta de planeación estratégica para la empresa distribuidora farmacéutica C.Y. [en línea]. 2016, [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2561/1/CD-0355.pdf>

DE LA GARZA, M. Promoción de ventas, estrategias mercadológicas de corto plazo. México: Cecsca. 2001.

DÍAZ, J. ¿Qué es un diagnóstico empresarial? [en línea]. 2013. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.emprendices.co/que-es-un-diagnostico-empresarial/>

DURAN, Josvin. Sistema web para la gestión administrativa de la junta de agua de la cabecera parroquial simón bolívar con registros de planilla instantánea a través de móviles. Uniandes, Puyo, Ecuador, 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6665/1/PIUPSIS0011-2017.pdf>

ECURED. Texto plano [en línea]. 2015. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: [https://www.ecured.cu/Texto\\_plano](https://www.ecured.cu/Texto_plano)

ESCUELA DE NEGOCIOS Y DIRECCIÓN. Qué es y para qué sirve el google trends [en línea]. Busines Review, 12 de marzo del 2014. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-digital/google-trends/>

ESPACIO LATINO. Marco o frames [en línea]. Espacio Latino, 2015. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://creatuweb.espaciolatino.com/tutorhtml/tema15.html>

FERNÁNDEZ, P. V. Metodología para la elaboración de un plan de Marketing Digital. Madrid, España. 2016.

FERRER y ARROYO. Gestión y marketing del capital intelectual estrategia para posicionar los postgrados en el siglo XXI [en línea]. En Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 5. N2 12, 2000, 385-412 Universidad del Zulia (LUZ). [Consultado el 20 de octubre del 2017]. Disponible en Internet: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/viewFile/9011/9001>

GARAY, L. El concepto de competitividad [en línea] 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/246.htm>

GARCÍA, E. Marketing y nuevas tecnologías: Nuevos hábitos de consumo [en línea]. 16 de junio de 2014. . [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestion.org/marketing/marketing-online/45751/marketing-y-nuevas-tecnologias-nuevos-habitos-de-consumo/>

GERENCIE. Posicionamiento en el mercado [en línea]. 2017. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gerencie.com/posicionamiento-en-el-mercado.html>

GESTIOPOLIS. ¿Qué es el marketing? [en línea]. 26 de septiembre del 2016. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestiopolis.com/que-es-marketing/>

GUERRERO, M. (2001). *Factores internos al analizar su empresa [en línea]. Gestipolis, 2001.* [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestiopolis.com/factores-internos-analizar-empresa/>

GUTIÉRREZ, Fernando y CARDONA, Carlos Alberto. Estudio del mercado para determinar la creación de un programa de doctorado de ingeniería industrial en la

Universidad Tecnológica de Pereira [en línea]. Pereira, 2007. Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ingeniería Industrial, Maestría en Administración Económica y Financiera. [consultado el 15 de octubre de 2017]. Disponible en Internet: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1497/65883G984e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GUTIÉRREZ, G. *Bialita* [en línea] 10 de 10 de 2013. [consultado el 25 de agosto del 2017] Disponible en Internet: <http://www.bialita.com/blog/analytics/61-que-es-una-auditoria-de-paginas-web>

HERNÁNDEZ, J. (2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter [en línea]. 2011. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>

JAVELA, Diego. Componentes internos y externos del computador [en línea]. Slideshare, 30 de mayo del 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://es.slideshare.net/DiegoJavela/componentes-internos-y-externos-del-computador-62547633>

JOSHIG. El posicionamiento como referente mental [en línea] En Portafolio, 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:2068/docview/1634691762/43DD7A1120AD4C2FPQ/1?accountid=44394>

MAYOL , D. En busca de acuerdos sobre los conceptos de identidad, imagen y reputación [en línea]. En Razón y Palabra, 1-19; 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/13\\_Mayol\\_M87.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/13_Mayol_M87.pdf)

MONTERO, Leidis. Marketing digital como mecanismo para optimizar las ventas en pymes del sector comercio en Colombia [en línea]. Universidad Nueva Granada, Bogotá, 2015. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7415/1/MonteroPitreLeidisKarina2015.pdf>

MORENO, Samuel. Plan de optimización de ventas y marketing para Enrique Tomás, S.L. [en línea]. Univeritat Politècnica de Catalunya; 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/90284/Plan%20de%20optimizac ion%20de%20ventas%20y%20marketing%20para%20Enrique%20Tomas%2C%20S.L..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MUÑIZ, Rafael. Marketing XXI [en línea]. 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.marketing-xxi.com/seo.html>

OSPINA, Milton y SANABRIA, Pedro. Un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia: el modelo MIGME [en línea]. En Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada, XVIII (2), 2010. [consultado el 30 de octubre de 2017]. Disponible en Internet: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v18n2/v18n2a07.pdf>

PENALBA, F. ¿Qué es el SEO y el SEM? [en línea]. 29 de febrero de 2012. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.mirelasolucion.es/blog/que-es-seo-y-sem/>

PERESSON, Lory. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente [en línea]. Enero del 2007. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>

PONS, Pau Soldevila. Análisis SERP de las tres principales empresas de consultoría [en línea]. 17 de noviembre del 2016. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://consultores-digitales.micd.tecnocampus.cat/analisis-serp-consultoria/>

PORTAFOLIO. (2015). ¿Qué es el marketing? [en línea]. 2015. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/marketing-29752>

POUSÁ, Rodolfo. Facebook desactivó de su plataforma una inteligencia artificial [en línea]. Telam, Redes, 31 de julio del 2017. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://www.telam.com.ar/notas/201707/196774-facebook-desactivo-de-su-plataforma-una-inteligencia-artificial.html>

PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA. Decreto 024 [en línea]. 2016; Bogotá D.C.: por el cual se reglamenta la Ley 1700 de 2013 sobre las actividades de. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=79531&name=D ECRETO\\_024\\_DE\\_2016.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=79531&name=D ECRETO_024_DE_2016.pdf&prefijo=file)

PVN, Barbara. ¿Qué es y cómo funciona AlexaRank? [en línea]. Hipertextual, 10 de agosto del 2012. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <https://hipertextual.com/archivo/2012/08/que-es-y-como-funciona-alexarank/>

QUINTEROS, C. Estrategias de marcas y posicionamientos [en línea]. Gestipolis.com; noviembre de 2003. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.gestipolis.com/estrategias-de-marca-y-posicionamiento/>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Definición de diagnóstico [en línea]*. 2017. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://dle.rae.es/?id=De7qNYD>

RENTERÍA, E. Vinculación Universidad – Empresa. España: Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado. 2015.

RICCI, M. Análisis estratégico de las cinco fuerzas de Porter aplicado a la provincia de Córdoba, en el ámbito del turismo de eventos [en línea]. 2016. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: [http://catalogo.unvm.edu.ar/doc\\_num.php?explnum\\_id=1208](http://catalogo.unvm.edu.ar/doc_num.php?explnum_id=1208)

RODRÍGUEZ, H. Diseño de un plan de mantenimiento. Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Ciencias Administrativas. 2014.

ROMAGNOLI, S. Herramientas de gestión: Diagnóstico empresarial [en línea]. 2014. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/210502.pdf>

SÁNCHEZ, Samuel. Estudio para el diseño de un plan estratégico de marketing digital enfocado en el neuromarketing para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD [en línea]. Tunja, 2013. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios. [consultado el 20 de octubre del 2017]. Disponible en Internet: <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/348>

THOMPSON, I. Definición de Marketing [en línea]. Marketing Free, octubre de 2006. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

UNIPAMPLONA. ¿Qué es el diagnostico? [en línea]. 2015. [consultado el 13 de junio del 2016]. Disponible en Internet: <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact>

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. ¿Qué es la URL de una página web? [en línea]. Programa Integración de Tecnologías a la Docencia; 2015. [consultado el 12 de agosto del 2017]. Disponible en Internet: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/0bab1260b480d2dad49ef2>

516f2fdb61/18/estilo/aHR0cDovL2FwcmluZGVlbmxpbmVhLnVkdWZWR1LmNvL2VzdGlsb3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI. USACA [en línea]. 2017. [Consultado el 20 de junio del 2017]. Disponible en Internet:

<http://www.usc.edu.co/index.php/universidad-santiago-de-cali>

VILLANUEVA, Luis. Woorank. La herramienta SEO que te permitirá analizar rápida y “básicamente” tu Web [en línea]. 2013. [consultado el 12 de agosto de 2017]. Disponible en Internet: <http://luismvillanueva.com/seo/woorank.html>



## 12. ANEXOS

### Anexo 1. Palabras Clave sugeridas por Google para las especializaciones de Gerencia Logística Integral y Gerencia de Operaciones

| palabra clave                                   | Ubicación | Audiencia<br>(Volumen de búsquedas al mes) | Oferta sugerida por palabra |
|-------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------|-----------------------------|
| posgrado gerencia logística integral            | COP       |                                            |                             |
| especialización en logística                    | COP       | 100 – 1k                                   | 2900,53                     |
| maestría en logística                           | COP       | 100 – 1k                                   | 10490,39                    |
| especialización logística                       | COP       | 10 – 100                                   | 1770,91                     |
| especializaciones en logística                  | COP       | 100 – 1k                                   | 2666,12                     |
| master logística                                | COP       | 10 – 100                                   | 8920,4                      |
| especialización en gerencia logística           | COP       | 10 – 100                                   | 2417,01                     |
| maestría en logística internacional             | COP       | 10 – 100                                   | 11693,09                    |
| maestría en logística y cadena de suministro    | COP       | 10 – 100                                   | 2931,73                     |
| especialización en logística integral           | COP       | 10 – 100                                   | 2025,25                     |
| maestría en logística y transporte              | COP       | 10 – 100                                   | 4220,04                     |
| especialización en logística virtual            | COP       | 10 – 100                                   | 4267,38                     |
| maestrías en línea                              | COP       | 100 – 1k                                   | 6511,9                      |
| magister en logística                           | COP       | 10 – 100                                   |                             |
| especialización en gerencia de proyectos        | COP       | 1k – 10k                                   | 3982,3                      |
| becas para maestrías                            | COP       | 100 – 1k                                   | 2529,41                     |
| cursos de logística                             | COP       | 100 – 1k                                   | 1773,62                     |
| maestrías a distancia                           | COP       | 100 – 1k                                   | 6142,26                     |
| maestría en administración                      | COP       | 100 – 1k                                   | 3074,39                     |
| curso logística                                 | COP       | 10 – 100                                   | 1451,39                     |
| cursos de recursos humanos                      | COP       | 10 – 100                                   | 3950,43                     |
| diplomado en recursos humanos                   | COP       | 100 – 1k                                   | 2287,11                     |
| maestrías online                                | COP       | 100 – 1k                                   | 10714,38                    |
| curso de logística                              | COP       | 100 – 1k                                   | 2277,82                     |
| maestría en cadena de suministro                | COP       | 10 – 100                                   | 3140,69                     |
| posgrado en logística                           | COP       | 10 – 100                                   | 8768,74                     |
| curso de recursos humanos                       | COP       | 10 – 100                                   | 3800,16                     |
| becas en el extranjero                          | COP       | 100 – 1k                                   | 3299,43                     |
| posgrados a distancia                           | COP       | 100 – 1k                                   | 4655,81                     |
| maestría en logística y cadena de suministro en | COP       | 10 – 100                                   |                             |

| línea                                          |     |          |          |
|------------------------------------------------|-----|----------|----------|
| diplomado en finanzas                          | COP | 100 – 1k | 1318,6   |
| becas para estudiar en españa                  | COP | 100 – 1k | 8943,13  |
| maestría en operaciones y logística            | COP | 10 – 100 | 7619,6   |
| maestría en recursos humanos                   | COP | 100 – 1k | 10111,8  |
| maestría en gerencia de proyectos              | COP | 100 – 1k | 5536,31  |
| curso recursos humanos                         | COP | 10 – 100 | 2291,34  |
| maestría en logística integral                 | COP | 10 – 100 | 10084,42 |
| curso de finanzas                              | COP | 100 – 1k | 1567,75  |
| maestrías virtuales en colombia                | COP | 1k – 10k | 6188,42  |
| maestría en psicología                         | COP | 100 – 1k | 2506,9   |
| maestría en administración publica             | COP | 100 – 1k | 3754,05  |
| especialización en finanzas                    | COP | 1k – 10k | 4044,2   |
| maestría en administración de empresas         | COP | 100 – 1k | 7194,25  |
| especialización en logística modalidad virtual | COP | 10 – 100 | 4773,66  |
| becas para colombianos                         | COP | 1k – 10k | 2146,08  |
| maestría en logística online                   | COP | 10 – 100 |          |
| especialización en gerencia logística virtual  | COP | 10 – 100 | 4517,6   |
| maestría en derecho                            | COP | 100 – 1k | 2209     |
| becas en España                                | COP | 100 – 1k | 5139,11  |
| diplomado marketing digital                    | COP | 100 – 1k | 5349,75  |
| becas doctorado                                | COP | 100 – 1k | 2309,28  |
| becas maestría                                 | COP | 100 – 1k | 3455,82  |
| posgrados virtuales                            | COP | 100 – 1k | 4349,14  |
| gerente logística                              | COP | 100 – 1k | 1331,61  |
| especialización en logística empresarial       | COP | 10 – 100 | 2755,36  |
| derecho a distancia                            | COP | 100 – 1k | 853,42   |
| especialización en recursos humanos            | COP | 100 – 1k | 3415,7   |
| especialización en compras                     | COP | 10 – 100 | 4293,54  |
| gestión logística                              | COP | 1k – 10k | 1914,35  |
| gerente de logística                           | COP | 10 – 100 | 1444,88  |
| especialización                                | COP | 1k – 10k | 1105,19  |
| especialización en logística a distancia       | COP | 10 – 100 | 3466,72  |
| logística empresarial                          | COP | 1k – 10k | 1249,62  |
| carreras universitarias virtuales              | COP | 100 – 1k | 2522,33  |
| cursos logística                               | COP | 10 – 100 | 2080,27  |
| maestría en supply chain management            | COP | 10 – 100 | 7797,09  |
| diplomado en logística                         | COP | 100 – 1k | 1729,09  |

|                                                 |     |          |          |
|-------------------------------------------------|-----|----------|----------|
| comercio exterior                               | COP | 1k – 10k | 1725,03  |
| especializaciones en derecho                    | COP | 100 – 1k | 1571,54  |
| diplomado en gerencia de proyectos              | COP | 100 – 1k | 4102,91  |
| maestría en psicología educativa                | COP | 100 – 1k | 5847,12  |
| maestría en logística y comercio internacional  | COP | 10 – 100 | 6455,86  |
| especialización en gerencia de operaciones      | COP | 10 – 100 | 1961,54  |
| maestría en gerencia de operaciones y logística | COP | 10 – 100 |          |
| especializaciones a distancia                   | COP | 100 – 1k | 2688,24  |
| diplomados en educación                         | COP | 100 – 1k | 640,48   |
| master en logística y transporte                | COP | 10 – 100 |          |
| becas para maestrías en España                  | COP | 10 – 100 | 9729,63  |
| diplomado en marketing                          | COP | 100 – 1k | 2432,69  |
| becas para España                               | COP | 10 – 100 | 4013,81  |
| posgrado en logística a distancia               | COP | 10 – 100 | 2681,04  |
| diplomado en salud ocupacional                  | COP | 100 – 1k | 989,23   |
| especialización en operaciones y logística      | COP | 10 – 100 |          |
| especialización en producción y logística       | COP | 10 – 100 | 3662,88  |
| maestría en gestión ambiental                   | COP | 100 – 1k | 5135,91  |
| maestría en operaciones                         | COP | 10 – 100 | 13330,49 |
| estudiar logística                              | COP | 100 – 1k | 1228,79  |
| maestría de logística                           | COP | 10 – 100 |          |
| becas maestrías                                 | COP | 100 – 1k | 2129,88  |
| maestría en arquitectura                        | COP | 100 – 1k | 1815,75  |
| maestría en logística virtual                   | COP | 10 – 100 | 9870,75  |
| especialización en mercadeo                     | COP | 100 – 1k | 3074,66  |
| administración de recursos humanos              | COP | 1k – 10k | 2050,21  |
| comercio internacional                          | COP | 1k – 10k | 1389,51  |
| cursos de psicología a distancia                | COP | 10 – 100 | 2003,29  |
| maestría supply chain management                | COP | 10 – 100 |          |
| maestría en mercadeo                            | COP | 100 – 1k | 4227,18  |
| maestría en dirección de operaciones            | COP | 10 – 100 |          |
| maestrías virtuales en España                   | COP | 100 – 1k | 11409,87 |
| becas para doctorado                            | COP | 100 – 1k | 2363,3   |
| maestría en gerencia de operaciones             | COP | 10 – 100 | 5540,58  |
| especialización en auditoria                    | COP | 100 – 1k | 1309,72  |
| becas para posgrados                            | COP | 100 – 1k | 2657,48  |
| master en logística y comercio internacional    | COP | 10 – 100 |          |
| especialización en gestión de proyectos         | COP | 100 – 1k | 4067,31  |

|                                                       |     |          |          |
|-------------------------------------------------------|-----|----------|----------|
| magister en gestión de operaciones                    | COP | 10 – 100 |          |
| diplomados virtuales gratis España                    | COP | 100 – 1k | 1553,24  |
| especialización en alta gerencia                      | COP | 100 – 1k | 2010,92  |
| especialización en gestión ambiental                  | COP | 100 – 1k | 3575,04  |
| doctorado online                                      | COP | 100 – 1k | 1677,94  |
| especialización en marketing                          | COP | 100 – 1k | 5800,59  |
| especialización en logística y comercio internacional | COP | 10 – 100 | 2571,19  |
| maestría en educación virtual                         | COP | 100 – 1k | 4405,71  |
| derecho virtual                                       | COP | 100 – 1k | 1310,83  |
| becas maestría Colombia                               | COP | 100 – 1k | 2424,16  |
| especialización en administración publica             | COP | 100 – 1k | 1949,53  |
| especialización en seguridad informática              | COP | 100 – 1k | 2762,33  |
| maestría en gerencia logística                        | COP | 10 – 100 | 5181,35  |
| diplomados en psicología                              | COP | 100 – 1k | 1457,74  |
| especialización supply chain management               | COP | 10 – 100 |          |
| especialización en administración                     | COP | 100 – 1k | 1809,99  |
| maestría en compras y logística                       | COP | 10 – 100 | 26093,24 |
| especializaciones Bogotá                              | COP | 100 – 1k | 1661,22  |
| maestría en periodismo                                | COP | 100 – 1k | 5534,35  |
| maestría en sistemas integrados de gestión            | COP | 100 – 1k | 4878,76  |
| especialización en gerencia                           | COP | 100 – 1k | 1624,75  |
| especialización en gestión humana                     | COP | 100 – 1k | 1887,64  |
| cursos de logística y transporte                      | COP | 10 – 100 | 1419,2   |
| diplomado community manager                           | COP | 10 – 100 | 3614,64  |
| cursos de logística en lima                           | COP | 0 – 10   |          |
| maestrías en chile                                    | COP | 10 – 100 | 1249,77  |
| especialización en proyectos                          | COP | 100 – 1k | 3875,65  |
| becas de posgrado                                     | COP | 10 – 100 | 2843,39  |
| carreras universitarias virtuales gratis              | COP | 100 – 1k | 1165,21  |
| diplomado en salud publica                            | COP | 10 – 100 | 1256,24  |
| diplomado en docencia                                 | COP | 100 – 1k | 534,18   |
| maestrías en salud                                    | COP | 100 – 1k | 3448,32  |
| donde estudiar logística                              | COP | 10 – 100 | 861,72   |
| maestría en gestión de operaciones                    | COP | 10 – 100 |          |
| master de logística                                   | COP | 10 – 100 |          |
| especialización en finanzas Bogotá                    | COP | 100 – 1k | 3167,82  |
| becas para maestrías en Colombia                      | COP | 100 – 1k | 1736,33  |

|                                                  |     |          |          |
|--------------------------------------------------|-----|----------|----------|
| especialización en administración de empresas    | COP | 100 – 1k | 3104,31  |
| derecho a distancia en Colombia                  | COP | 100 – 1k | 868,49   |
| diplomado en pedagogía                           | COP | 100 – 1k | 766,88   |
| especialización en negocios internacionales      | COP | 100 – 1k | 3299,23  |
| especialización en supply chain management       | COP | 10 – 100 | 3762,99  |
| maestría en derechos humanos a distancia         | COP | 10 – 100 | 3776,54  |
| maestría en dirección de operaciones y logística | COP | 10 – 100 | 3909,87  |
| diplomado finanzas para no financieros           | COP | 100 – 1k | 1019,96  |
| becas para especializaciones                     | COP | 100 – 1k | 2080,83  |
| universidades semi presenciales                  | COP | 100 – 1k | 743,65   |
| cursos de farmacología                           | COP | 10 – 100 | 399,78   |
| master en operaciones y logística                | COP | 10 – 100 | 14890,46 |
| diplomado de logística                           | COP | 10 – 100 | 3127,44  |
| especialización en logística bogotá              | COP | 100 – 1k | 2595,38  |
| maestría en gerencia de proyectos bogotá         | COP | 100 – 1k | 5260,54  |
| maestrías universidad de antioquia               | COP | 100 – 1k | 2752,07  |
| especialización en economía                      | COP | 100 – 1k | 2350,11  |
| maestría en gerencia de proyectos virtual        | COP | 100 – 1k | 6833     |
| posgrados virtuales gratis                       | COP | 10 – 100 | 1198,09  |
| especialización en gerencia comercial            | COP | 100 – 1k | 2945,85  |
| maestrías virtuales en argentina                 | COP | 10 – 100 | 6775,24  |
| logística comercial                              | COP | 100 – 1k | 17,24    |
| logística carrera                                | COP | 10 – 100 | 1043,91  |
| master logística online                          | COP | 10 – 100 | 14367,71 |
| ingeniería logística universidades               | COP | 10 – 100 | 89,81    |
| curso de logística y distribución                | COP | 10 – 100 | 335,24   |
| especialización marketing digital                | COP | 10 – 100 | 5089,54  |
| escuela de logística                             | COP | 100 – 1k | 2382,84  |
| especialidad en logística                        | COP | 10 – 100 |          |
| especializaciones para enfermería                | COP | 100 – 1k | 813,38   |
| master logística a distancia                     | COP | 10 – 100 |          |
| administración logística universidades           | COP | 10 – 100 | 2707,81  |
| maestría en transporte                           | COP | 10 – 100 | 860,9    |
| especialización en alta gerencia bogotá          | COP | 10 – 100 | 1923,87  |
| especializaciones en colombia                    | COP | 100 – 1k | 1303,12  |
| maestrías en supply chain management             | COP | 10 – 100 | 27779,24 |
| maestría en gestión de operaciones y logística   | COP | 10 – 100 |          |
| licenciatura en logística y transporte           | COP | 10 – 100 |          |

|                                                 |     |          |          |
|-------------------------------------------------|-----|----------|----------|
| logística universidades                         | COP | 10 – 100 | 1993,22  |
| master oficial logística                        | COP | 10 – 100 |          |
| especialización en geotecnia                    | COP | 100 – 1k | 948,54   |
| ingeniería en gestión logística                 | COP | 10 – 100 |          |
| especializaciones virtuales gratis              | COP | 100 – 1k | 1568,35  |
| diplomado en logística uni                      | COP | 10 – 100 |          |
| dirección logística                             | COP | 10 – 100 | 1522,27  |
| estudios virtuales gratis en colombia           | COP | 100 – 1k | 714,82   |
| doctorado en logística internacional            | COP | 10 – 100 |          |
| maestría en compras y abastecimientos           | COP | 10 – 100 |          |
| master en logística madrid                      | COP | 10 – 100 | 14874,65 |
| maestría en mercadeo virtual                    | COP | 10 – 100 | 9457,3   |
| becas especializaciones                         | COP | 10 – 100 | 1956,01  |
| diplomatura en logística                        | COP | 10 – 100 |          |
| licenciatura en logística                       | COP | 10 – 100 |          |
| maestrías virtuales en colombia gratis          | COP | 100 – 1k | 1059,67  |
| director de logística                           | COP | 10 – 100 | 51,09    |
| especialización en operaciones                  | COP | 10 – 100 | 704,65   |
| master logística barcelona                      | COP | 10 – 100 | 10985,71 |
| especialización financiera                      | COP | 10 – 100 | 1972,77  |
| maestría en logística bogotá                    | COP | 10 – 100 | 3030,72  |
| dirección de operaciones y logística            | COP | 10 – 100 | 3119,39  |
| tecnólogo en gestión logística                  | COP | 100 – 1k | 2256,57  |
| maestría en gerencia ambiental                  | COP | 10 – 100 | 2738,1   |
| diplomados en logística y distribución          | COP | 10 – 100 | 3767,41  |
| posgrados gratis                                | COP | 10 – 100 | 670,2    |
| especialización bogotá                          | COP | 10 – 100 | 755,94   |
| gerencia de operaciones y logística             | COP | 10 – 100 |          |
| especializaciones universidad distrital         | COP | 100 – 1k | 879,79   |
| curso logística integral                        | COP | 10 – 100 |          |
| diplomado en logística online                   | COP | 10 – 100 | 7237,84  |
| especialización en logística medellín           | COP | 10 – 100 | 3040     |
| administración logística universidades bogotá   | COP | 10 – 100 | 923,24   |
| especialización en seguridad informática bogotá | COP | 10 – 100 | 2258,72  |
| maestrías universidad javeriana                 | COP | 100 – 1k | 2006,82  |
| especializaciones para trabajo social           | COP | 100 – 1k | 2109,01  |
| especialización en gerencia de la calidad       | COP | 100 – 1k | 1732,62  |
| diplomado en gestión logística                  | COP | 10 – 100 | 1885,69  |

|                                                 |     |          |         |
|-------------------------------------------------|-----|----------|---------|
| ingeniería mecánica especializaciones           | COP | 100 – 1k | 1232,53 |
| especialización en redes                        | COP | 10 – 100 | 1280,71 |
| ingeniería logística universidades bogotá       | COP | 10 – 100 | 507,9   |
| maestrías virtuales en chile                    | COP | 10 – 100 | 6916,24 |
| maestría en logística perú                      | COP | 10 – 100 |         |
| maestría virtual en psicología                  | COP | 10 – 100 | 3796,82 |
| especializaciones ingeniería industrial         | COP | 100 – 1k | 1640,59 |
| diplomado en gestión de operaciones y logística | COP | 10 – 100 |         |
| especialización en investigación                | COP | 10 – 100 | 487,82  |
| becas para especializaciones en colombia        | COP | 100 – 1k | 2353,33 |
| especializaciones en chile                      | COP | 10 – 100 | 1331,68 |
| maestrías en derecho bogotá                     | COP | 10 – 100 | 2350,36 |
| curso de gestión logística                      | COP | 10 – 100 | 4256,51 |
| diplomado en logística bogotá                   | COP | 10 – 100 | 2136,95 |
| maestría en logística colombia                  | COP | 10 – 100 | 5279,27 |
| cursos logística lima                           | COP | 0 – 10   |         |
| carrera salud ocupacional bogotá                | COP | 10 – 100 | 2033,84 |
| especialización logística bogotá                | COP | 10 – 100 | 2001,92 |
| licenciatura en logística y distribución        | COP | 10 – 100 |         |
| postgrados online gratis                        | COP | 10 – 100 | 3654,34 |
| especializaciones de ingeniería mecánica        | COP | 10 – 100 | 589,51  |
| especialización en logística cali               | COP | 10 – 100 | 1688,65 |
| maestría en logística españa                    | COP | 10 – 100 | 9553,89 |
| cursos de logística en línea                    | COP | 10 – 100 | 1877,53 |
| diplomado en logística internacional            | COP | 10 – 100 |         |
| especializaciones en ingeniería eléctrica       | COP | 100 – 1k | 1786,48 |
| especialización en gerencia financiera          | COP | 100 – 1k | 3589,84 |
| maestría en logística ecuador                   | COP | 10 – 100 | 3273,26 |
| maestría en logística méxico                    | COP | 10 – 100 |         |
| diplomado en logística integral                 | COP | 10 – 100 | 310,26  |
| maestría en logística guatemala                 | COP | 0 – 10   |         |
| logística empresarial universidades             | COP | 10 – 100 | 1754,83 |
| diplomados de logística en lima                 | COP | 0 – 10   |         |
| sistema integral de posgrado                    | COP | 10 – 100 |         |
| logística universidades bogotá                  | COP | 10 – 100 | 2663,81 |
| porque estudiar logística empresarial           | COP | 10 – 100 | 570,94  |
| ingeniería logística colombia                   | COP | 10 – 100 | 3193,41 |
| tesis de maestría en logística                  | COP | 10 – 100 |         |

|                                                                    |           |                                 |               |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|---------------|
| logística uba                                                      | COP       | 10 – 100                        |               |
| usaca virtual                                                      | COP       | 100 – 1k                        | 502,23        |
| universidad de logística                                           | COP       | 10 – 100                        | 3113,19       |
| universidad icesi especializaciones                                | COP       | 10 – 100                        | 1145,24       |
| ingeniería química especializaciones                               | COP       | 10 – 100                        | 1204,99       |
| gerente de logística perfil                                        | COP       | 10 – 100                        |               |
| logística integral tecnológica                                     | COP       | 10 – 100                        |               |
| trabajo logística cali                                             | COP       | 10 – 100                        | 70,67         |
| diplomados en logística y distribución en méxico                   | COP       | 0 – 10                          |               |
| diplomados en logística en méxico                                  | COP       | 0 – 10                          |               |
| palabras clave para la especialización de gerencia de operaciones. | Ubicación | Promedio de búsquedas mensuales | Puja sugerida |
| especialización gerencia de operaciones                            | COP       |                                 |               |
| gerencia de proyectos                                              | COP       | 210                             | 4214,88       |
| especializaciones virtuales                                        | COP       | 260                             | 4500,61       |
| maestrías                                                          | COP       | 70                              | 3076,29       |
| especialización en gerencia de proyectos                           | COP       | 110                             | 6928,44       |
| posgrado                                                           | COP       | 480                             | 3029,21       |
| gestión de proyectos                                               | COP       | 210                             | 1772,26       |
| posgrados                                                          | COP       | 90                              | 1798,94       |
| especializaciones                                                  | COP       | 390                             | 911,47        |
| mercadeo                                                           | COP       | 1300                            | 847,44        |
| maestría en finanzas                                               | COP       | 40                              | 12746,82      |
| maestrías virtuales                                                | COP       | 170                             | 9735,42       |
| posgrados virtuales                                                | COP       | 50                              | 3231,52       |
| especialización                                                    | COP       | 210                             | 86,13         |
| diplomados                                                         | COP       | 320                             | 308,77        |
| administración de proyectos                                        | COP       | 50                              | 1743,55       |
| especialización en salud ocupacional virtual                       | COP       | 50                              | 11224,82      |
| administración de empresas                                         | COP       | 1300                            | 1729,66       |
| especializaciones en derecho                                       | COP       | 50                              | 1394,17       |
| especialización en salud ocupacional                               | COP       | 210                             | 5787,84       |
| especialización en gerencia financiera                             | COP       | 20                              | 3938,25       |
| especializaciones a distancia                                      | COP       | 30                              | 2813,77       |
| magister en educación                                              | COP       | 30                              | 4314,63       |
| maestría en administración                                         | COP       | 40                              |               |
| especialización en gerencia de proyectos virtual                   | COP       | 20                              | 4913,91       |
| especialización en logística                                       | COP       | 30                              | 5321,48       |



|                                               |     |     |          |
|-----------------------------------------------|-----|-----|----------|
| maestría en educación                         | COP | 170 | 4300,85  |
| gerencia financiera                           | COP | 90  | 996,46   |
| maestrías a distancia                         | COP | 30  | 6570,89  |
| finanzas para no financieros                  | COP | 40  | 1485,8   |
| posgrados a distancia                         | COP | 20  | 19021,97 |
| administración en salud                       | COP | 590 | 1108,08  |
| especialización en mercadeo                   | COP | 40  | 1736,55  |
| maestría en gerencia de proyectos             | COP | 50  | 8256,55  |
| especialización en auditoria en salud         | COP | 40  | 1945,34  |
| maestría en derecho                           | COP | 30  | 2427,02  |
| maestría en psicología                        | COP | 40  | 3113,32  |
| maestría en administración publica            | COP | 30  | 7532,69  |
| especialización en finanzas                   | COP | 70  | 3397,23  |
| maestría en administración de empresas        | COP | 30  | 18243,34 |
| especialización en gestión de proyectos       | COP | 20  | 2112,36  |
| gerencia en salud                             | COP | 30  | 423,07   |
| doctorado                                     | COP | 170 | 1211,66  |
| administración de negocios                    | COP | 50  | 977,81   |
| especialización en administración de empresas | COP | 50  | 3150,49  |
| especialización en educación                  | COP | 40  | 2150,12  |
| especialización en administración             | COP | 20  | 5435,79  |
| especializaciones de derecho                  | COP | 20  | 1207,85  |
| especialización en gerencia                   | COP | 20  | 1079,43  |
| especialización en calidad                    | COP | 20  | 4664,17  |
| especialización en proyectos                  | COP | 20  | 2892,81  |
| maestría en gestión de proyectos              | COP | 10  | 12466,85 |
| maestría en logística                         | COP | 10  | 13554,4  |
| especializaciones en psicología               | COP | 70  | 1082,98  |
| especialización en recursos humanos           | COP | 20  | 4227,98  |
| curso gestión de proyectos                    | COP | 10  | 2856,81  |
| dirección de proyectos                        | COP | 30  | 3168,08  |
| maestría en administración de negocios        | COP | 10  |          |
| especializaciones de medicina                 | COP | 50  | 97,55    |
| diplomado en gestión de proyectos             | COP | 20  | 5311,97  |
| diplomado en proyectos                        | COP | 10  | 1445,99  |
| especialización en administración en salud    | COP | 30  | 2123,04  |
| especialización en gerencia en salud          | COP | 20  | 2405,24  |
| maestría en derecho administrativo            | COP | 20  | 1671,73  |

|                                                   |     |    |          |
|---------------------------------------------------|-----|----|----------|
| diplomado en gerencia de proyectos                | COP | 30 | 3814,52  |
| posgrados en línea                                | COP | 10 |          |
| especializaciones en arquitectura                 | COP | 20 | 957,22   |
| especialización en gerencia estratégica           | COP | 10 | 3537,42  |
| especializaciones virtuales en derecho            | COP | 10 | 1653,55  |
| especialización en gerencia comercial             | COP | 10 |          |
| especialización logística                         | COP | 10 | 2786,94  |
| especialización en administración financiera      | COP | 10 | 2538,83  |
| posgrado o postgrado                              | COP | 30 | 1154,52  |
| especializaciones en medicina                     | COP | 50 | 493,43   |
| curso project manager                             | COP | 10 |          |
| especializaciones para contadores                 | COP | 10 | 279,7    |
| especializaciones en salud                        | COP | 20 | 730,8    |
| maestrías online                                  | COP | 30 | 11840,37 |
| gestión de proyectos pmi                          | COP | 10 | 2117,09  |
| especializaciones virtuales a distancia           | COP | 10 | 7331,53  |
| maestría en proyectos                             | COP | 10 | 6534     |
| maestría en ciencias políticas                    | COP | 10 | 4133,46  |
| especialización en auditoria en salud a distancia | COP | 10 |          |
| maestría en negocios                              | COP | 10 | 2578,21  |
| especializaciones de arquitectura                 | COP | 10 | 406,75   |
| especializaciones en logística                    | COP | 10 | 10574,92 |
| curso finanzas                                    | COP | 10 |          |
| master en finanzas                                | COP | 10 |          |
| cursos de logística                               | COP | 10 | 773,35   |
| curso a distancia                                 | COP | 10 |          |
| especializaciones virtuales en educación          | COP | 10 | 3283,65  |
| diplomados en línea                               | COP | 10 | 1239,41  |
| especialización en gestión de calidad             | COP | 10 | 5126,98  |
| maestría en mercadeo                              | COP | 30 | 3946,6   |
| maestría en operaciones                           | COP | 10 |          |
| cursos de recursos humanos                        | COP | 10 |          |
| diplomado en recursos humanos                     | COP | 10 | 4463,24  |
| curso finanzas para no financieros                | COP | 10 |          |
| maestrías en salud                                | COP | 10 | 1499,21  |
| maestría en administración de proyectos           | COP | 10 |          |
| master mba                                        | COP | 10 |          |
| doctorados en línea                               | COP | 10 |          |

|                                                              |     |      |          |
|--------------------------------------------------------------|-----|------|----------|
| especialización en gerencia financiera virtual               | COP | 10   |          |
| cursos de administración                                     | COP | 20   | 971,71   |
| posgrado derecho                                             | COP | 10   | 736,05   |
| especialización en auditoria                                 | COP | 20   | 1071,29  |
| diplomado en finanzas                                        | COP | 10   | 1502,57  |
| cursos de administración de empresas                         | COP | 50   | 5013,97  |
| maestría en operaciones y logística                          | COP | 10   |          |
| maestría en recursos humanos                                 | COP | 10   | 14576,14 |
| diplomados online                                            | COP | 10   | 1930,07  |
| especialización en                                           | COP | 10   |          |
| diplomados gratis                                            | COP | 140  | 290,9    |
| especialización en alta gerencia                             | COP | 20   | 2234,99  |
| global mba                                                   | COP | 10   |          |
| cursos virtuales sena                                        | COP | 3600 | 237,27   |
| cursos por internet                                          | COP | 20   | 994,07   |
| cursos de contabilidad                                       | COP | 110  | 724,04   |
| posgrados en educación                                       | COP | 10   | 3647,47  |
| cursos en línea                                              | COP | 30   | 879,99   |
| especializaciones de psicología                              | COP | 40   | 2116,48  |
| maestría en educación virtual                                | COP | 50   | 6024,33  |
| gerencia de proyectos de construcción                        | COP | 10   | 1105,89  |
| curso de finanzas                                            | COP | 20   | 2719,77  |
| gestión proyectos                                            | COP | 10   | 2360,69  |
| especialización en finanzas a distancia                      | COP | 10   | 2187,05  |
| diplomados a distancia                                       | COP | 10   |          |
| especialización en gerencia de operaciones                   | COP | 10   |          |
| especialización en tributaria                                | COP | 30   | 1685,91  |
| especializaciones en derecho a distancia                     | COP | 10   | 1723,14  |
| diplomado en administración de proyectos                     | COP | 10   |          |
| mba a distancia                                              | COP | 10   |          |
| especialización en gerencia y auditoria en salud a distancia | COP | 10   |          |
| especialización en administración publica                    | COP | 20   | 1641,03  |
| ranking mba                                                  | COP | 10   |          |
| maestría en gerencia de operaciones                          | COP | 10   |          |
| maestría en dirección de proyectos                           | COP | 10   | 10266,54 |
| especialización en gestión publica                           | COP | 10   |          |
| especialización en gerencia logística                        | COP | 10   |          |

|                                                         |     |      |         |
|---------------------------------------------------------|-----|------|---------|
| especialización en derecho tributario                   | COP | 20   | 742,12  |
| posgrado psicología                                     | COP | 20   | 6355,59 |
| especialización en derecho administrativo               | COP | 40   | 1061,04 |
| magister en gestión de operaciones                      | COP | 10   |         |
| postgrado gerencia de proyectos                         | COP | 10   | 4598,7  |
| mba madrid                                              | COP | 10   |         |
| escuela de negocios                                     | COP | 50   | 4972,59 |
| curso administrativo                                    | COP | 10   |         |
| cuáles son las especializaciones en derecho             | COP | 10   | 3538,97 |
| gerencia de proyectos virtual                           | COP | 10   | 5549,7  |
| curso de pmi                                            | COP | 10   |         |
| especialización financiera                              | COP | 10   |         |
| especialización en gestión humana                       | COP | 20   | 4281,84 |
| master en marketing                                     | COP | 10   |         |
| diplomados en línea gratis                              | COP | 10   |         |
| posgrado en finanzas                                    | COP | 10   |         |
| maestría en educación a distancia                       | COP | 10   | 5644,28 |
| especializaciones para arquitectura                     | COP | 10   | 966,2   |
| especialidad en finanzas                                | COP | 10   |         |
| estudiar administración de empresas                     | COP | 20   | 2167,08 |
| diplomado marketing digital                             | COP | 30   | 8810,44 |
| especializaciones en enfermería                         | COP | 40   | 420,08  |
| administración de empresas a distancia                  | COP | 20   | 3048,99 |
| especialización en talento humano                       | COP | 20   | 2164,28 |
| iso 9001                                                | COP | 1300 | 718,98  |
| especialización en finanzas virtual                     | COP | 10   | 1192,59 |
| curso contabilidad                                      | COP | 20   | 310,28  |
| especialización en gerencia administrativa y financiera | COP | 10   |         |
| pmi proyectos                                           | COP | 20   | 3772,82 |
| curso de administración de proyectos                    | COP | 10   |         |
| especialización en derecho medico virtual               | COP | 10   | 2742,48 |
| especializaciones en salud virtuales                    | COP | 10   | 3776,59 |
| especialización en gerencia de empresas                 | COP | 10   |         |
| especialista en gerencia de proyectos                   | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia de proyectos a distancia    | COP | 10   |         |
| cursos online con certificado                           | COP | 10   | 724,14  |
| curso pmi                                               | COP | 10   |         |

|                                                         |     |      |         |
|---------------------------------------------------------|-----|------|---------|
| administración en salud universidades                   | COP | 20   |         |
| especializaciones para administradores                  | COP | 10   | 2995,42 |
| posgrado en logística                                   | COP | 10   |         |
| especialización de administración de empresas           | COP | 10   | 1577,53 |
| postgrado medicina                                      | COP | 10   | 557,36  |
| universidades de cali                                   | COP | 1300 | 680,15  |
| maestría en gerencia educativa                          | COP | 20   | 2076,92 |
| especialización en gerencia en salud a distancia        | COP | 10   |         |
| maestría en administración de hospitales                | COP | 10   |         |
| especialización en salud ocupacional a distancia        | COP | 20   | 9767,3  |
| cursos recursos humanos                                 | COP | 10   | 1502,94 |
| diplomados usach                                        | COP | 10   |         |
| gestión publica                                         | COP | 90   | 325,32  |
| que es gerencia de proyectos                            | COP | 40   |         |
| especialización en gerencia de mercadeo                 | COP | 10   | 1397,52 |
| alta gerencia                                           | COP | 40   |         |
| maestría en gestión de operaciones                      | COP | 10   |         |
| administración financiera universidades                 | COP | 10   | 1603,44 |
| doctorado a distancia                                   | COP | 20   | 1751,91 |
| master operaciones                                      | COP | 10   |         |
| especialización en auditoria en salud virtual           | COP | 10   | 2363,48 |
| curso de proyectos                                      | COP | 10   |         |
| maestría en gerencia                                    | COP | 10   |         |
| que es mba                                              | COP | 110  | 4478,31 |
| especializaciones en cali                               | COP | 170  | 692,89  |
| especialización en gerencia de producción y operaciones | COP | 10   |         |
| universidades en cali                                   | COP | 1600 | 587,55  |
| especializaciones para administración de empresas       | COP | 20   | 436,35  |
| especialización en gerencia administrativa              | COP | 10   |         |
| trabajos para estudiantes                               | COP | 110  | 218,44  |
| contabilidad y finanzas                                 | COP | 260  | 791,44  |
| especializaciones en administración publica             | COP | 10   | 671,19  |
| contaduría publica a distancia                          | COP | 20   | 3076,33 |
| especialización en gerencia de salud                    | COP | 10   |         |
| especialización tributaria virtual                      | COP | 10   | 3162,41 |
| maestría en alta gerencia                               | COP | 10   | 2266,09 |
| diplomados en educación                                 | COP | 10   | 373,98  |

|                                                  |     |     |          |
|--------------------------------------------------|-----|-----|----------|
| especialización en dirección de proyectos        | COP | 10  |          |
| especialización en economía                      | COP | 10  |          |
| diplomados uc                                    | COP | 10  |          |
| especialización recursos humanos                 | COP | 10  |          |
| especialización en costos a distancia            | COP | 10  |          |
| escuela de empresa                               | COP | 10  |          |
| especialización en gerencia en salud ocupacional | COP | 10  |          |
| maestría en gerencia de proyectos virtual        | COP | 10  | 7737,96  |
| especializaciones virtuales en psicología        | COP | 10  |          |
| especializaciones online                         | COP | 10  | 3700,44  |
| especialización en alta gerencia virtual         | COP | 10  |          |
| maestrías universidad                            | COP | 10  |          |
| cursos de gestión                                | COP | 10  |          |
| diseño industrial universidades                  | COP | 10  | 749,61   |
| diplomados uni                                   | COP | 10  |          |
| especialización en gerencia educativa            | COP | 10  | 1180,84  |
| gerencia de proyectos pmi                        | COP | 10  |          |
| especialización en derecho laboral               | COP | 30  | 962,18   |
| libros de administración de empresas             | COP | 30  |          |
| esan diplomados                                  | COP | 10  |          |
| mba españa                                       | COP | 10  | 21199,48 |
| especializaciones semipresenciales               | COP | 10  | 3123,87  |
| especialización en gerencia del talento humano   | COP | 10  | 2495,32  |
| especialización en costos                        | COP | 10  |          |
| diplomado pmi                                    | COP | 10  |          |
| que es administración de empresas                | COP | 390 | 1200,59  |
| maestrías en línea                               | COP | 20  | 10287,03 |
| diplomado en logística                           | COP | 10  | 1653,77  |
| especializaciones para ingenieros ambientales    | COP | 10  |          |
| curso de gerencia de proyectos                   | COP | 10  |          |
| diplomados online gratis                         | COP | 20  | 1265,01  |
| especialización en gestión financiera            | COP | 10  |          |
| especialización en producción y operaciones      | COP | 10  |          |
| especializaciones en ingeniería civil            | COP | 20  | 950,15   |
| escuelas de la administración                    | COP | 70  | 42,7     |
| especialización en tributaria virtual            | COP | 10  | 4041,52  |
| especializaciones ambientales virtuales          | COP | 10  | 5176,85  |

|                                                        |     |      |         |
|--------------------------------------------------------|-----|------|---------|
| maestrías de administración                            | COP | 10   |         |
| pregrado distancia                                     | COP | 1600 | 1769,15 |
| uvm carreras                                           | COP | 10   |         |
| postgrados online                                      | COP | 10   |         |
| universidades con especializaciones virtuales          | COP | 10   |         |
| maestría en gerencia social                            | COP | 10   | 2227,39 |
| especialización en gerencia del talento humano virtual | COP | 10   | 1965,75 |
| especializaciones universidad                          | COP | 10   |         |
| escuela de negocios madrid                             | COP | 10   |         |
| maestría en gerencia de proyectos de construcción      | COP | 10   | 5343,73 |
| maestría en gerencia de operaciones y logística        | COP | 0    |         |
| especialización en ingeniería                          | COP | 10   |         |
| especializaciones en contaduría                        | COP | 10   | 1391,77 |
| maestría en administración de operaciones              | COP | 10   |         |
| diplomados en derecho                                  | COP | 10   | 1193,46 |
| gerencia de salud                                      | COP | 10   |         |
| gerencia del talento humano                            | COP | 30   | 947,13  |
| especialización en docencia                            | COP | 10   | 4025,03 |
| especialización en gerencia social                     | COP | 20   | 1791,26 |
| universidad de cataluña                                | COP | 90   | 4104,86 |
| diplomado en administración                            | COP | 10   | 831,28  |
| cursos de calidad                                      | COP | 10   | 994,09  |
| maestrías para administración de empresas              | COP | 10   |         |
| diplomado en dirección de proyectos                    | COP | 10   |         |
| gerencia de talento humano                             | COP | 10   | 717,19  |
| diplomados virtuales                                   | COP | 320  | 1353,76 |
| maestría en auditoria en salud a distancia             | COP | 10   |         |
| maestrías en méxico                                    | COP | 10   | 3495,67 |
| especialización en gerencia de proyectos de ingeniería | COP | 10   |         |
| especialización en derecho comercial                   | COP | 10   | 5629,67 |
| diplomado en marketing                                 | COP | 10   | 479,97  |
| especializaciones de administración                    | COP | 10   | 1669,36 |
| especialización en gerencia empresarial                | COP | 10   |         |
| especialización de administración                      | COP | 10   |         |
| diplomado en gerencia de proyectos virtual             | COP | 10   |         |
| diplomados en salud                                    | COP | 20   | 330,62  |
| especializaciones en colombia                          | COP | 10   | 1377,1  |

|                                                    |     |      |         |
|----------------------------------------------------|-----|------|---------|
| especialización en gerencia de producción          | COP | 10   |         |
| dirección y gestión de proyectos                   | COP | 10   |         |
| contaduría pública universidades                   | COP | 10   | 1563,31 |
| especializaciones económicas                       | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia logística virtual      | COP | 10   | 2505,88 |
| especializaciones administrativas                  | COP | 10   |         |
| especialización en operaciones y logística         | COP | 10   |         |
| especialización en producción y logística          | COP | 10   |         |
| posgrado en gestión de proyectos                   | COP | 10   |         |
| especializaciones a distancia en educación         | COP | 10   |         |
| maestría en gerencia de proyectos de ingeniería    | COP | 10   |         |
| diplomado en administración de empresas            | COP | 10   | 660,09  |
| master en gerencia de proyectos                    | COP | 10   | 5771,56 |
| maestría en gerencia publica                       | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia tributaria a distancia | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia en salud virtual       | COP | 10   | 3405,53 |
| especializaciones para ingenieros industriales     | COP | 10   | 1112,23 |
| educación en línea                                 | COP | 10   |         |
| universidad del valle palmira                      | COP | 1300 | 1087,28 |
| posgrado en administración de empresas             | COP | 10   | 938,71  |
| universidad abierta de cataluña                    | COP | 30   | 3195,26 |
| especialización en geotecnia                       | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia tributaria             | COP | 10   |         |
| maestría de logística                              | COP | 10   |         |
| especializaciones ambientales                      | COP | 10   | 738,47  |
| especialización en gerencia y auditoria en salud   | COP | 10   |         |
| cuáles son las especializaciones de derecho        | COP | 10   |         |
| maestrías para administración                      | COP | 0    |         |
| especializaciones de marketing                     | COP | 10   | 6029,61 |
| ingeniería en gestión de proyectos                 | COP | 10   |         |
| universidades con maestrías                        | COP | 10   |         |
| especializaciones virtuales en psicología clínica  | COP | 10   |         |
| maestrías uni                                      | COP | 10   |         |
| fonoaudiología universidades                       | COP | 10   | 952,73  |
| especialización de proyectos                       | COP | 10   |         |
| especializaciones en psicología a distancia        | COP | 10   | 4621,38 |
| especialización en proyectos sociales              | COP | 10   |         |
| maestría en gestión de operaciones y logística     | COP | 10   |         |



|                                                       |     |      |         |
|-------------------------------------------------------|-----|------|---------|
| universidad de valencia                               | COP | 210  | 4181,64 |
| especializaciones en administración en salud          | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia de talento humano         | COP | 10   | 1671,8  |
| institutos en cali                                    | COP | 1300 | 246,73  |
| especialización en derecho administrativo a distancia | COP | 10   | 1432,37 |
| concepto de administración de empresas                | COP | 20   |         |
| posgrados en argentina                                | COP | 10   | 2428,53 |
| especialización en gerencia de proyectos bogotá       | COP | 10   |         |
| especialización o maestría                            | COP | 10   |         |
| diplomado en gestión de proyectos virtual             | COP | 10   |         |
| postgrado universitario                               | COP | 10   | 4776,5  |
| maestría en criminología                              | COP | 10   |         |
| universidad de santiago                               | COP | 20   | 1941,97 |
| especializaciones en enfermería distancia             | COP | 10   | 1675,5  |
| ingeniería de sistemas                                | COP | 70   | 709,71  |
| maestría en producción y operaciones                  | COP | 10   |         |
| diplomado en <i>coaching</i>                          | COP | 20   | 8172,77 |
| becas especializaciones                               | COP | 10   | 1057,71 |
| especialización en derecho penal a distancia          | COP | 10   |         |
| universidad postgrado                                 | COP | 10   |         |
| especializaciones virtuales en colombia               | COP | 90   | 4104,2  |
| universidad del valle posgrados                       | COP | 110  | 2743,06 |
| especialización en gerencia publica                   | COP | 10   |         |
| diplomado en ventas                                   | COP | 10   |         |
| universidad de valencia master                        | COP | 10   | 5445,26 |
| especialización en gerencia ambiental                 | COP | 10   | 6440,51 |
| postgrado en gerencia                                 | COP | 10   |         |
| especialización en arquitectura                       | COP | 10   | 1178,03 |
| gerencia en proyectos                                 | COP | 10   | 1727,58 |
| uni posgrado                                          | COP | 10   |         |
| clases de administración                              | COP | 20   | 466,21  |
| especialización en ambiental                          | COP | 10   |         |
| diplomado en gestión publica                          | COP | 10   |         |
| diplomado en tributación                              | COP | 10   |         |
| postgrado gerencia en salud                           | COP | 10   |         |
| gerente de producción                                 | COP | 50   |         |
| especializaciones de ingeniería ambiental             | COP | 10   | 2309,37 |

|                                                  |     |     |         |
|--------------------------------------------------|-----|-----|---------|
| gerente de calidad                               | COP | 20  |         |
| diplomado en gerencia                            | COP | 10  |         |
| diplomados uvm                                   | COP | 0   |         |
| posgrado en gerencia financiera                  | COP | 10  |         |
| posgrados en salud                               | COP | 10  |         |
| curso gestión proyectos                          | COP | 0   |         |
| especializaciones para ingenieros                | COP | 10  | 1476,67 |
| posgrados virtuales en colombia                  | COP | 40  | 3045,09 |
| diplomado en comercio exterior                   | COP | 10  |         |
| gestión por proyectos                            | COP | 10  |         |
| posgrados a distancia en educación               | COP | 10  |         |
| especializaciones para derecho                   | COP | 10  | 319,19  |
| doctorado online                                 | COP | 20  | 2705,5  |
| diplomado de proyectos                           | COP | 10  |         |
| posgrado en administración publica               | COP | 10  | 9138,2  |
| diplomados online chile                          | COP | 10  |         |
| gerencia tributaria                              | COP | 10  |         |
| trabajo ingeniero industrial                     | COP | 20  | 460,06  |
| cursos de negocios                               | COP | 10  |         |
| gestión de proyectos informáticos                | COP | 10  |         |
| gerenciar proyectos                              | COP | 10  |         |
| posgrado en administración                       | COP | 10  |         |
| curso de administración gratis                   | COP | 10  |         |
| maestría en gerencia logística                   | COP | 0   |         |
| especialización en gerencia social a distancia   | COP | 10  |         |
| cursos y diplomados                              | COP | 10  |         |
| universidad javeriana posgrados                  | COP | 50  | 1714,18 |
| becas mba                                        | COP | 10  | 8504,74 |
| especializaciones universidad autónoma           | COP | 10  | 2327,55 |
| especialización en gerencia comercial y mercadeo | COP | 10  |         |
| cursos financieros                               | COP | 10  |         |
| diplomado en contabilidad                        | COP | 10  |         |
| cursos de administración publica                 | COP | 10  |         |
| administración por proyectos                     | COP | 30  |         |
| universidad del valle carreras                   | COP | 590 | 727,93  |
| especialización en producción                    | COP | 10  | 2942,88 |
| gerente logística                                | COP | 10  |         |

|                                                          |     |       |          |
|----------------------------------------------------------|-----|-------|----------|
| trabajo en cali                                          | COP | 12100 | 80,72    |
| uvm                                                      | COP | 40    |          |
| especialización en calidad en salud                      | COP | 10    |          |
| especialización en administración educativa              | COP | 10    | 4206,11  |
| especialización y maestría                               | COP | 10    |          |
| becas para diplomados                                    | COP | 10    |          |
| posgrados virtuales en derecho                           | COP | 10    | 12722,65 |
| diplomados uchile                                        | COP | 10    |          |
| diplomados enfermería                                    | COP | 10    | 512,59   |
| master calidad                                           | COP | 10    |          |
| diplomado en salud publica                               | COP | 10    | 2056,95  |
| diplomado en derecho administrativo                      | COP | 10    |          |
| especialización en gestión de proyectos virtual          | COP | 10    |          |
| gestión de operaciones y logística                       | COP | 10    |          |
| especialización ambiental virtual                        | COP | 10    |          |
| especializaciones en línea                               | COP | 10    |          |
| especialización administración publica                   | COP | 10    | 568,34   |
| la escuela de negocios                                   | COP | 20    | 313,96   |
| posgrado en educación a distancia                        | COP | 10    |          |
| diplomado control de gestión                             | COP |       |          |
| diplomados virtuales Perú                                | COP | 10    |          |
| especialización en gerencia de la calidad                | COP | 10    |          |
| diplomados arequipa                                      | COP |       |          |
| especialización en gerencia de mercadeo virtual          | COP | 10    |          |
| que es ingeniería industrial                             | COP | 480   | 358,88   |
| master de logística                                      | COP | 10    |          |
| diplomados udec                                          | COP | 10    |          |
| gerente de una empresa                                   | COP | 10    |          |
| sistema de calidad                                       | COP | 50    | 22,06    |
| pregrado                                                 | COP | 1600  | 654,33   |
| posgrados para ingenieros industriales                   | COP | 10    |          |
| especialización en gerencia de proyectos de construcción | COP | 10    |          |
| especializaciones para contaduría publica                | COP | 10    | 988,1    |
| trabajo para ingeniero industrial                        | COP | 10    | 64,01    |
| curso redes                                              | COP | 10    |          |
| universidad a distancia cali                             | COP | 260   | 2583,14  |
| maestrías para ingenieros industriales                   | COP | 10    | 1350,61  |

|                                                                |     |     |         |
|----------------------------------------------------------------|-----|-----|---------|
| diplomado de finanzas                                          | COP | 10  |         |
| diplomado en desarrollo organizacional                         | COP | 10  |         |
| gerente de logística                                           | COP | 10  |         |
| especialización en ingeniería ambiental                        | COP | 10  |         |
| universidades de cali valle                                    | COP | 50  | 543,39  |
| trabajo de ingeniero industrial                                | COP | 10  |         |
| escuelas de administración de empresas                         | COP | 10  | 2554,39 |
| gerente de marketing                                           | COP | 20  | 1399,16 |
| especialización en gerencia hospitalaria                       | COP | 10  |         |
| universidad santiago de cali posgrados                         | COP | 110 | 2684,04 |
| especialización en familia a distancia                         | COP | 10  |         |
| especialización en gerencia educativa virtual                  | COP | 10  | 4296,5  |
| gerencia de proyectos de ingeniería                            | COP | 10  |         |
| universidad del valle colombia                                 | COP | 30  | 429,96  |
| ingeniería industrial madrid                                   | COP | 10  | 593,96  |
| ingeniería en sistema                                          | COP | 70  | 1270,14 |
| diplomados en caracas                                          | COP | 10  |         |
| diplomados adolfo ibañez                                       | COP | 10  |         |
| diplomados lima                                                | COP | 10  |         |
| especializaciones para docentes                                | COP | 10  | 3930,05 |
| diplomado en administración de hospitales                      | COP | 0   |         |
| maestrías semipresenciales                                     | COP | 10  | 3489,94 |
| gerente de operaciones                                         | COP | 30  |         |
| master de marketing                                            | COP | 10  |         |
| gestión de proyectos de ingeniería                             | COP | 10  |         |
| maestrías universidad del valle                                | COP | 170 | 1618,85 |
| especialización en derecho penal virtual                       | COP | 10  |         |
| trabajos para universitarios                                   | COP | 20  | 59,14   |
| ipae diplomados                                                | COP | 10  |         |
| especializaciones bogotá                                       | COP | 10  | 1708,06 |
| empresas construcción                                          | COP | 10  |         |
| maestría en administración estratégica                         | COP | 10  |         |
| especialización en economía y finanzas                         | COP | 10  |         |
| cuáles son las especializaciones de administración de empresas | COP | 10  |         |
| especialidades en administración                               | COP | 10  |         |
| posgrados cali                                                 | COP | 50  | 3266,37 |
| ingeniería industrial universidades                            | COP | 40  | 1057,02 |

|                                                       |     |     |         |
|-------------------------------------------------------|-----|-----|---------|
| especialización en sistemas                           | COP | 10  | 4262,14 |
| diplomados Perú                                       | COP | 10  |         |
| perfil de un ingeniero industrial                     | COP | 40  |         |
| especialización en gerencia pública virtual           | COP | 10  |         |
| diplomado seguridad informática                       | COP | 10  | 1780,65 |
| gerencia y auditoría en salud                         | COP | 10  |         |
| gestión de calidad                                    | COP | 320 | 268,06  |
| gestión de calidad total                              | COP | 30  |         |
| diplomado finanzas para no financieros                | COP | 10  |         |
| diplomado en salud ocupacional                        | COP | 30  | 934,11  |
| administración y gestión de proyectos                 | COP | 10  |         |
| recursos humanos especialización                      | COP | 10  |         |
| cursos de finanzas gratis                             | COP | 10  | 129,35  |
| diplomados a distancia gratis                         | COP | 10  |         |
| cuánto cuesta una especialización                     | COP | 10  |         |
| universidad militar especializaciones a distancia     | COP | 10  |         |
| especialización en administración de empresas virtual | COP | 10  |         |
| gerente de ventas                                     | COP | 50  |         |
| diplomado de recursos humanos                         | COP | 10  | 1537,24 |
| especialización en salud ocupacional Cali             | COP | 140 | 5836,2  |
| posgrados en Colombia                                 | COP | 10  |         |
| maestrías en Cali                                     | COP | 140 | 2471,69 |
| especialización en gerencia educativa a distancia     | COP | 10  |         |
| diplomado liderazgo                                   | COP | 10  | 1864,77 |
| diplomados de derecho                                 | COP | 10  |         |
| gerente de finanzas                                   | COP | 10  | 1664,53 |
| diplomados en España                                  | COP | 10  |         |
| especialización en gerencia del servicio              | COP | 10  |         |
| empresas en Cali                                      | COP | 720 | 81,72   |
| especialización en gerencia de proyectos Medellín     | COP | 10  | 4038,82 |
| especialización en derecho médico a distancia         | COP | 10  | 3984,58 |
| especialización en gestión de proyectos de ingeniería | COP | 0   |         |
| diplomado gestión proyectos                           | COP | 10  |         |
| diplomados en Cali                                    | COP | 210 | 805,09  |
| director de operaciones                               | COP | 20  |         |
| posgrado o maestría                                   | COP | 10  |         |
| especialización en gerencia social virtual            | COP | 10  |         |

|                                                    |     |      |         |
|----------------------------------------------------|-----|------|---------|
| diplomado en seguridad                             | COP | 10   |         |
| universidad católica cali                          | COP | 1000 | 909,96  |
| especialización en negocios internacionales        | COP | 20   | 5412,84 |
| posgrados a distancia medicina                     | COP | 10   |         |
| administración de empresas internacionales         | COP | 10   |         |
| especializaciones de mercadeo                      | COP | 10   |         |
| universidad santiago de cali carreras              | COP | 590  | 585,61  |
| diplomado en turismo                               | COP | 10   |         |
| gestión de proyectos virtual                       | COP | 10   |         |
| especialización en diseño                          | COP | 10   |         |
| especialización en proyectos virtual               | COP | 10   |         |
| especialidades de administración de empresas       | COP | 10   |         |
| especializaciones universidad javeriana            | COP | 20   | 632,58  |
| especialización en gerencia de marketing           | COP | 10   |         |
| especialización alta gerencia virtual              | COP | 10   |         |
| gerente operativo                                  | COP | 10   |         |
| especialización en finanzas publicas               | COP | 10   |         |
| master de ingeniería                               | COP | 0    |         |
| diplomado en estadística                           | COP | 10   |         |
| diplomado en habilidades gerenciales               | COP | 10   | 564,82  |
| gerencia y gestión de proyectos                    | COP | 10   | 3198,85 |
| curso administración del tiempo                    | COP | 10   |         |
| especialización en medicina                        | COP | 10   |         |
| especializaciones universidad del valle            | COP | 70   | 615,91  |
| administración del proyecto                        | COP | 10   |         |
| administración de empresas universidades           | COP | 20   |         |
| postgrados universidad católica                    | COP | 10   | 827,5   |
| diplomado en políticas publicas                    | COP | 10   |         |
| posgrados para administradores de empresas         | COP | 10   |         |
| valle de este                                      | COP |      |         |
| diplomado en costos                                | COP | 10   |         |
| trabajo para                                       | COP | 10   |         |
| diplomado en gerencia de proyectos pmi             | COP | 10   |         |
| diplomado en gerencia de proyectos de construcción | COP | 10   |         |
| administración en salud cali                       | COP | 260  | 1070,59 |
| diplomados online venezuela                        | COP | 10   |         |
| proyecto universitario                             | COP | 10   |         |

|                                                       |     |       |         |
|-------------------------------------------------------|-----|-------|---------|
| universidad cataluña                                  | COP | 20    | 1464,15 |
| especialización en auditoria médica a distancia       | COP | 10    | 1491,07 |
| especialización alta gerencia a distancia             | COP | 10    |         |
| curso de gerencia                                     | COP | 10    | 54,61   |
| especialización en gerencia de proyectos              | COP | 10    | 514,37  |
| universidad javeriana                                 | COP | 50    | 5905,65 |
| u javeriana                                           | COP | 10    |         |
| requisitos para hacer una especialización en colombia | COP | 10    |         |
| u del desarrollo                                      | COP | 10    |         |
| diplomado en gestión cultural                         | COP | 10    |         |
| maestría en                                           | COP | 10    |         |
| gerente de                                            | COP | 10    |         |
| universidades públicas en cali                        | COP | 390   | 715,33  |
| universidad autónoma cali                             | COP | 720   | 439,05  |
| universidad javeriana cali                            | COP | 6600  | 126,95  |
| universidad del valle                                 | COP | 22200 | 2062,94 |
| dirección de proyectos pmi                            | COP | 10    |         |
| diplomados y especializaciones                        | COP | 10    |         |
| postgrado una                                         | COP | 10    |         |
| proceso de administración                             | COP | 50    |         |
| gerente de obras                                      | COP | 10    |         |
| gestión calidad                                       | COP | 20    |         |
| especializaciones de abogacía                         | COP | 10    |         |
| estudios de empresa                                   | COP | 10    |         |
| especialización en gerencia de proyectos sociales     | COP | 10    |         |
| especialización en administración hospitalaria        | COP | 10    |         |
| gerencia de proyectos a distancia                     | COP | 10    |         |
| gerencia de proyectos educativos                      | COP | 10    |         |
| especialización en análisis financiero                | COP | 10    |         |
| administración                                        | COP | 1300  | 659,78  |
| postgrado en alta gerencia                            | COP | 10    |         |
| posgrados de administración                           | COP | 10    | 4097,04 |
| universidades con ingenierías                         | COP | 10    |         |
| universidad uvm carreras                              | COP |       |         |
| requisitos para una especialización                   | COP | 10    |         |
| universidad del valle sede palmira                    | COP | 320   |         |
| especializaciones en españa                           | COP | 10    | 776,91  |
| carreras universitarias cali                          | COP | 210   | 458,17  |

|                                                                |     |      |         |
|----------------------------------------------------------------|-----|------|---------|
| especialización en gestión social                              | COP | 10   |         |
| universidad libre                                              | COP | 5400 | 1425,7  |
| dirección de una empresa                                       | COP | 50   | 2696,58 |
| especialización en negocios                                    | COP | 10   |         |
| ingeniería industrial y de sistemas                            | COP | 10   |         |
| perfil del ingeniero industrial                                | COP | 40   | 554,5   |
| especialización docente                                        | COP | 10   |         |
| cuánto vale una especialización                                | COP | 10   |         |
| sistema de gestión de calidad                                  | COP | 480  | 1342,61 |
| universidad barcelona                                          | COP | 70   | 4088,71 |
| universidades con posgrados                                    | COP | 0    |         |
| institutos tecnológicos en cali                                | COP | 260  | 331,8   |
| diplomados pucp                                                | COP | 0    |         |
| mba industrial                                                 | COP | 10   |         |
| trabajo ingeniero                                              | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia de proyectos cali                  | COP | 70   | 4448,12 |
| especialización en familia                                     | COP | 10   |         |
| isil diplomados                                                | COP | 0    |         |
| especializaciones u nacional                                   | COP | 10   |         |
| maestría en sistemas                                           | COP | 10   |         |
| carreras posgrado                                              | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia de proyectos educativos            | COP | 10   |         |
| diplomado en                                                   | COP | 10   |         |
| mejores especializaciones en derecho                           | COP | 10   |         |
| especialización en dirección de empresas                       | COP | 10   |         |
| administración y dirección de proyectos                        | COP | 0    |         |
| requisitos para hacer una maestría                             | COP | 10   | 3847,74 |
| universidades en cali colombia                                 | COP | 50   | 517,45  |
| master educación                                               | COP | 10   | 3804,12 |
| especialización en administración agropecuaria                 | COP | 10   |         |
| universidad oberta                                             | COP | 10   |         |
| especialización en gerencia de proyectos universidad distrital | COP | 10   |         |
| universidad de cataluña españa                                 | COP | 10   |         |
| empresas de cali                                               | COP | 390  | 61,75   |
| director de marketing                                          | COP | 20   |         |
| manual de gestión de calidad                                   | COP | 10   |         |
| maestría o especialización                                     | COP | 10   |         |



|                                              |     |      |         |
|----------------------------------------------|-----|------|---------|
| pontificia universidad javeriana cali        | COP | 1600 | 176,21  |
| gerente de administración                    | COP | 10   |         |
| comunicación                                 | COP | 2900 | 1176,48 |
| universidades del valle del cauca            | COP | 170  |         |
| especialización en auditoria de calidad      | COP | 10   |         |
| especialización universidad autónoma         | COP | 10   |         |
| ingeniería de petróleos                      | COP | 90   | 1348,63 |
| diplomados internacionales                   | COP | 10   |         |
| la gerencia de proyectos                     | COP | 10   |         |
| uni especializaciones                        | COP |      |         |
| talento humano en las empresas               | COP | 50   |         |
| universidad autónoma posgrados               | COP | 10   |         |
| especialidades medicas                       | COP | 170  | 629,49  |
| especialización en gerencia de proyectos     |     |      |         |
| universidad de los andes                     | COP | 10   |         |
| especialización gerencia publica             | COP | 10   |         |
| u de santiago                                | COP | 10   |         |
| carreras a distancia en cali                 | COP | 50   | 2758,9  |
| gerencia por proyectos                       | COP | 10   |         |
| especialización en ciencias sociales         | COP | 10   |         |
| empresas construcción madrid                 | COP | 10   |         |
| universidad uncatolica cali carreras         | COP | 170  | 592,12  |
| cuáles son las especializaciones en medicina | COP | 10   |         |