

**Creación e Implementación de Base de Datos para Seguimiento y Control de
Interacciones de Contenido Digital Publicado en las Redes Sociales de la Dirección de
Relaciones Internacionales de la Universidad Santo Tomás**

Ana María Fernández Arciniegas

Trabajo de grado para optar al título de

Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Leidy Viviana Quintín Lizcano

Magister Finanzas y Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2021

Agradecimientos

En la realización de este trabajo extiendo mis mayores agradecimientos a todos quienes han contribuido en mi desarrollo personal, académico, profesional y espiritual. En primer lugar, Dios y la energía espiritual que ha construido en mí para consolidarme como lo que soy ahora. Continuando a mi madre, quien desde el día cero ha apoyado mis proyectos moral y económicamente y me ha motivado a seguir en esta carrera llamada vida. También a toda mi familia: a mí padre, por su esfuerzo; a mi abuela y tío, que me guían desde el cielo; a mi hermano, por su compromiso; a mi hermana, por su valentía; a mi novio, por su apoyo incondicional y confianza puesta en mí; a mi sobrina, tíos y primos, por su continúa alegría y unidad.

Me gustaría resaltar a quienes he encontrado en esta formación, mis fieles amigas desde inducción, mis compañeros que hicieron más amena esta experiencia, los docentes de la universidad que me enseñaron de su clase y de la vida, y los del colegio, que fueron maestros que guiaron mi camino. A María Paula Torres (mi jefe directo), por la paciencia, la disposición, el compromiso, la creatividad y la pasión desde la que dirigió su atención en mi proceso profesional.

Finalmente, a mí, Ana María Fernández, que soy el resultado de la perseverancia y edificación personal que me ha llevado años construir, me agradezco eternamente por seguir aprendiendo y por ser el mayor motivo por el cual estoy avanzando y poniendo lo mejor de mí en cada escenario que me plantea la vida.

Resumen

Las prácticas se desarrollaron en la DRI de la Universidad Santo Tomás, en el Departamento de Relaciones Internacionales existen diferentes divisiones que permiten la construcción adecuada de un plan de gestión eficiente y sólido. Para empezar, se encuentra la dirección, seguido a esto la coordinación, movilidad entrante y saliente, cooperación y convenios y por último, el área de Posicionamiento Global, que fundamentalmente trabaja en dar a conocer a la USTA en un plano nacional e internacional, e invitar a la comunidad educativa a participar en la movilidad académica.

Dentro de las funciones del área para visibilizar el departamento y la Universidad, existen diferentes herramientas, una de ellas son las redes sociales, en donde se realizan diferentes campañas de divulgación sobre los programas de movilidad académica, eventos, talleres, seminarios, entre otras. Las métricas, estadísticas y control que se lleven sobre dichas campañas y del público y su comportamiento en las redes sociales, son de gran importancia para analizar el rendimiento de las publicaciones dentro de la comunidad tomasina y por ende, de acciones realizadas por las personas en cuanto a asistencia a eventos, participación en conferencias y talleres e inscripciones en movilidad académica.

Las redes sociales son de suma importancia para el desarrollo de las actividades académicas, un informe de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires arroja que: “en el 100% de las Universidades de Estados Unidos las redes sociales son algo de uso habitual por los alumnos y docentes, los cuales están presentes en Twitter, Facebook, LinkedIn u otras redes utilizadas para prolongar parte de la actividad docente ya sea para compartir materiales de aprendizaje o para profundizar en las materias, realizar

anuncios de interés o comenzar discusiones sobre temas específicos”. (Naso, Balbi, Grazia, & Peri, 2013)

Para optimizar este proceso, y en función de la carencia de una herramienta que posibilitara el registro, control y análisis de las publicaciones en las redes sociales, el siguiente plan de mejora propone e implementa una base de datos que reúna los complementos necesarios para generar indicadores de rendimiento que sirven para el análisis y la toma de decisiones en cuanto a las campañas diseñadas por la DRI.

Gracias a esta implementación se gestionan mejor los datos en pro de la productividad de redes, lo anterior es fundamentado en los espacios académicos como Marketing, Marketing Internacional y e-commerce, los cuales explican la relevancia que tienen las redes sociales y las plataformas digitales en la promoción de campañas en función de la organización, y en este caso, se presenta esta estrategia de control aprendida en la carrera de negocios internacionales aplicada al sistema de difusión de programas de movilidad académica.

Esta herramienta aplicada se conoce como Analítica Web, para Sergio Maldonado, “la analítica web es el análisis y presentación de datos recabados en internet con el propósito de ayudar a la empresa en la gestión y optimización de su estrategia digital” (Ro, 2014) (Maldonado, 2012). Por lo tanto, ese análisis en el punto de partida para la creación de la base de datos y su previa interpretación con base a las métricas y estadísticas gestionadas en el informe mensual que se presenta.

Palabras Clave: Internacionalización, posicionamiento global, gestión, estudiantes, movilidad y visibilidad.

Introducción

Este trabajo se presenta como un plan de mejoramiento en el marco de las prácticas profesionales virtuales realizadas en el periodo 2021-1 en la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales en el área de Posicionamiento Global e Internacionalización en Casa de la Universidad Santo Tomás, con el propósito de implementar por medio de una base de datos un sistema de control óptimo para el registro de interacciones de las publicaciones realizadas en las redes sociales de la DRI.

La división hace frente en la divulgación de todas las convocatorias, eventos, programas y modalidades de movilidad, no sólo en la Universidad Santo Tomás, sino en todas las instituciones, universidades, entidades y redes a nivel nacional o internacional con las que se posee un convenio; esto con el fin de visibilizar la universidad como un destino educativo excelente para extranjeros y motivar a la comunidad nacional a nivel multicampus a realizar su movilidad en alguna de las instituciones con la que la USTA posee convenios.

Para promover lo anteriormente mencionado y en consecuencia de la pandemia que ha imposibilitado la mayoría de intercambios presenciales, se utilizan diferentes herramientas digitales como página web, correo electrónico y redes sociales y comunicativas. Por estos medios se realizan distintas campañas para enseñar los distintos programas en los que se puede aplicar: PROMO-USTA, Movilidad entrante y saliente, Sígueme Tomasino, Santoto Winter/Summer School, Semana Internacional, becas, redes de movilidad, entre otros. Es de suma relevancia poder llegar al máximo de personas de la comunidad, por ende a diario se realizan diferentes piezas de diseño propio de la DRI, en

donde se evidencian los diferentes programas a aplicar e información sobre la oficina de relaciones internacionales, la Universidad Santo Tomás, y temas de interés para la comunidad estudiantil.

Anteriormente no se presentaba un debido registro de los resultados de estas publicaciones, lo que llevaba a la poca recepción y retroalimentación de las diferentes campañas que se realizan. Por esta razón, y en pro de mejorar este proceso, se construye una matriz que pretende contribuir al registro y previo análisis de las estadísticas de las publicaciones, esto con el fin de entender que campañas tienen mayor percepción por parte de la comunidad y con base a lo anterior, evaluar y decidir el contenido mensual que se llevará a cabo con el fin de integrar en una red digital a la comunidad académica, definida por docentes de la Universidad Nacional de Entre Ríos como “...el conjunto de individuos que interaccionan entre sí, innovando el hecho educativo para lograr el aprendizaje, tomando en cuenta las necesidades y características particulares de cada sujeto que la conforma”. (Pérez Alcalá, Ortiz Ortiz, & Flores Briseño, 2015)

Tabla de contenido

Capítulo I. La entidad: Dirección Nacional de Relaciones Internacionales..... 10

1.1 Aspectos generales.....	11
1.1.1 Misión.....	11
1.1.2 Visión	12
1.1.3 Valores	12
1.2 Ubicación Geográfica	12
1.3 Estructura Organizativa Donde Se Desarrolla La Práctica.	13
1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	15
1.4.1 Análisis DOFA en la DRI	15

Capítulo II. Planteamiento De Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas

Profesionales.	17
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.....	17
2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances.....	18
2.2.1 Importancia	18
2.2.2 Limitaciones.....	19
2.2.3 Alcance.....	20
2.3 Objetivo General del Informe de Prácticas Profesionales	20
2.3.1 Objetivos Específicos.....	20

Capítulo III. Contenido del Plan de Mejora	22
3.1 Propuesta de mejora.....	22
3.1.1 Primer objetivo	22
3.1.2 Segundo objetivo	23
3.1.3 Tercer objetivo	23
3.2 Conclusiones.....	27
3.3 Referencias.....	28
3.4 Anexos	30
Capitulo IV. Seguimiento de Práctica Profesional	32
4.1 Programación de actividades realizadas por la organización	32
4.2 Cumplimiento de Objetivos trazados por mes	34

Lista de figuras

Figura 1 Ubicación Geográfica	13
Figura 2 Estructura Organizacional General de la Universidad Santo Tomás	14
Figura 3 Estructura Organizacional de la DRI.	15
Figura 4 Análisis DOFA.....	16
Figura 5 Base de datos de seguimiento de publicaciones Semana 3 del mes de Mayo.....	25
Figura 6 Plantilla del informe mensual.	26

Capítulo I. La entidad: Dirección Nacional de Relaciones Internacionales

La Universidad Santo Tomás es una Institución de Educación Superior, conocida como el primer Claustro Universitario de Colombia, fue fundada el 13 de junio de 1580 por la Orden de Predicadores (O.P.), desde esa fecha hasta hoy ha sido representación de calidad educativa. Hace presencia en cinco ciudades del país, la primera es Bogotá, en donde se encuentra la Sede Principal, el Edificio Doctor Angélico, Sede Aquínate, Campus San Alberto Magnus y la sede de educación Virtual y distancia; también se encuentra en Bucaramanga, Medellín, Tunja y Villavicencio. En cada una de las sedes cuenta con distintos programas de pregrado y post-grado de modalidad presencial y 23 Centros de Atención Universitaria (CAU) en la modalidad Virtual y a Distancia en varias regiones de Colombia (Universidad Santo Tomás, 2015).

Para el desarrollo de los objetivos de la Universidad Santo Tomás existen distintas áreas funcionales que colaboran sinérgicamente en pro de la re-acreditación y de los propósitos estipulados por la institución. Uno de esos departamentos es llamado “Dirección Nacional de Relaciones Internacionales” (DRI), uno de los pilares más importantes para el posicionamiento de la Universidad en un escenario internacional.

La DRI se encarga de estar al frente de la gestión de la movilidad académica nacional e internacional de los estudiantes, docentes, administrativos, investigadores y/o pertenecientes a la comunidad tomasina. Lo anterior se realiza por medio de convenios institucionales que se gestionan directamente desde la DRI y generan la oportunidad de intercambio estudiantil, institucional, educativo y cultural (Dirección de Relaciones Internacionales, 2021).

1.1 Aspectos generales

La Dirección Nacional de Relaciones Internacionales es un departamento que depende directamente de la Rectoría General de la Universidad Santo Tomás, se encarga directamente de la internacionalización de la USTA por medio de la movilidad entrante o saliente, apoyando a estudiantes, profesores, investigadores y administrativos, para así fomentar la movilidad nacional e internacional que va de la mano con los objetivos institucionales de la Universidad Santo Tomás.

Dentro de las funciones que destacan dentro de la DRI se resaltan: La gestión de Convenios Internacionales e Interinstitucionales, Representación de la Universidad en eventos de talla internacional, apoyar los procesos de generación de una cultura que contribuya al aprendizaje de lenguas extranjeras y al reconocimiento de la interculturalidad, desarrollar y posicionar la imagen institucional en el ámbito nacional e internacional, entre otras más que soportan el proceso de internacionalización de la USTA en el ámbito nacional y global (Dirección Nacional de Relaciones Internacionales, 2020).

1.1.1 Misión

El proceso de internacionalización de la Universidad Santo Tomás incorpora la dimensión global e intercultural en el desarrollo de sus tres funciones sustantivas (investigación, proyección social y docencia) y en la gestión misma de la institución, con el fin de apoyar la formación integral del estudiante y la incorporación de la USTA en redes académicas y científicas globales (Dirección Nacional de Relaciones Internacionales, 2020).

1.1.2 Visión

En el año 2023 el proceso de internacionalización en la Universidad Santo Tomás se encontrará articulado a las actividades académicas, científicas y de proyección social, contribuyendo de forma determinante a la calidad de sus programas académicos y a la excelencia de sus egresados (Dirección Nacional de Relaciones Internacionales, 2020).

1.1.3 Valores

La Dirección Nacional de Relaciones Internacionales se caracteriza por enfocarse en cinco pilares fundamentales dentro del departamento: la sinergia, el trabajo en equipo, la honestidad, comunicación y respeto. Todo lo anterior en pro de lograr una armonía en cada una de las áreas de la oficina y de esta manera, generar con mayor eficiencia los objetivos propuestos por la DRI.

1.2 Ubicación Geográfica

La Dirección de Relaciones Internacionales hace presencia en cada una de las seccionales de la Universidad Santo Tomás, en este caso el departamento se encuentra en Bogotá (Sede Principal), Bucaramanga, Medellín, Tunja y Villavicencio.

No obstante, el departamento cuenta con la dirección general que representa a la USTA nacional. La oficina principal a nivel multicampus de la DRI está situada en la sede principal de la Universidad Santo Tomás, ubicada en la localidad de Chapinero en la Cra. 9 #51-11.

Figura 1 Ubicación Geográfica



Nota: Adaptado de Google, (s.f.) [Universidad Santo Tomás – Edificio Santo Domingo].

Todos los derechos reservados 2021 por Google. Adaptado con permiso del autor.

[https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6381034,-](https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6381034,-74.0667028,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.6381034!4d-74.0645141)

[74.0667028,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.](https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6381034,-74.0667028,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.6381034!4d-74.0645141)

[6381034!4d-74.0645141](https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6381034,-74.0667028,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.6381034!4d-74.0645141)

1.3 Estructura Organizativa Donde Se Desarrolla La Práctica.

A continuación se presenta el organigrama general de la Universidad Santo Tomás que incluye a cada una de sus cinco seccionales, sumando a la VUAD y la rectoría general que está a cargo de la sede principal ubicada en la ciudad de Bogotá.

Figura 2 Estructura Organizacional General de la Universidad Santo Tomás



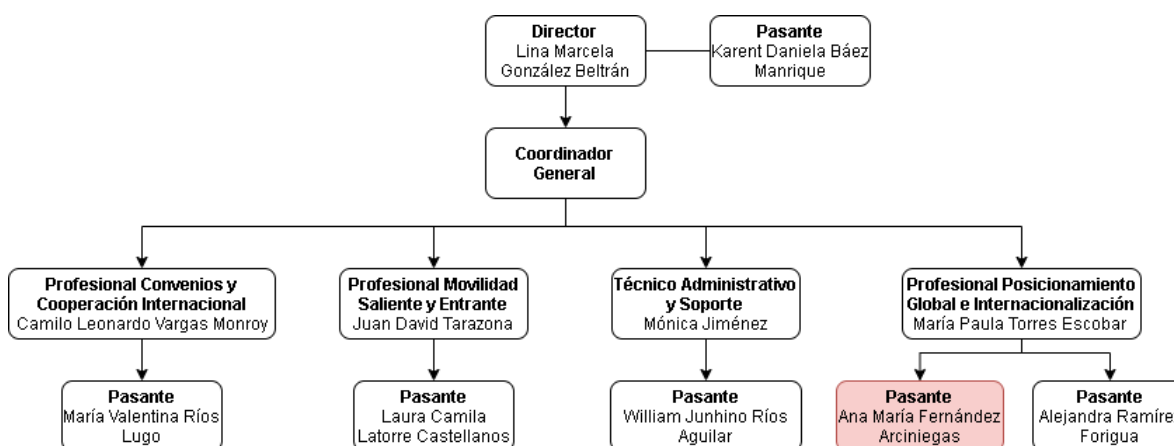
Nota: Adaptado de Organigrama funcional Universidad Santo Tomás (Universidad Santo Tomás, 2021)

Las prácticas profesionales se realizaron en una de las dependencias administrativas, la cual es la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales.

1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

El departamento donde se desarrollaron las prácticas profesionales es en la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales, la encargada de las actividades internacionales de la USTA, a continuación se presenta el organigrama del departamento:

Figura 3 Estructura Organizacional de la DRI.



Nota: Elaboración propia.

Las prácticas se realizaron en el área de posicionamiento global e internacionalización en casa, a cargo de la profesional encargada María Paula Torres, con dos pasantes delegadas, la primera, Ana María Fernández, encargada de la parte técnica y creativa, y Alejandra Ramírez, quien le correspondía todo lo de diseño y creación de piezas.

1.4.1 Análisis DOFA en la DRI

Con el fin de generar mayores resultados en las futuras propuestas, se genera el análisis DOFA del área de Posicionamiento Global en el siguiente gráfico:

Figura 4 Análisis DOFA



Nota: Elaboración propia.

Capítulo II. Planteamiento De Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas Profesionales.

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Las universidades comprenden como ninguna otra institución, la importancia de la globalización en la generación, desarrollo y oferta del conocimiento, en la gestión del conocimiento (Restrepo & Zapata, 2011), es por este motivo, que se trabaja vigorosamente en las redes sociales (Ver anexo 1 y 2), la DRI cuenta con Instagram (@santoto.internacional) y con Facebook (DRI USTA Bogotá)

Dentro de las amenazas y debilidades identificadas en el anterior análisis se puede evidenciar que los estudiantes, docentes, investigadores y en general la comunidad puede poseer confusiones en algunos programas de movilidad y no ser muy receptivos a ciertas campañas que no sean de su interés, igualmente, no existe una base de datos o algún tipo de indicador que controle y evidencie algún informe del rendimiento de las redes sociales y el engagement y comportamiento de los seguidores del Instagram y Facebook de la DRI; destacando el papel importante que este juega en las convocatorias de movilidad saliente, ya que como se planteó en los objetivos del XVI Congreso Internacional De Contaduría, Administración e Informática, el marketing aplicado en instituciones educativas para la promoción de programas de educación en entornos presenciales y virtuales (Restrepo & Zapata, 2011). En este sentido, se plantea la estructura de una matriz dividida en diferentes categorías que al ser analizadas bajo un informe mensual, pretenden dinamizar la creación de estrategias enfocadas al marketing digital manejado en las plataformas virtuales de la Dirección de Relaciones Internacionales, argumentando que Internet, especialmente las

redes sociales, ha facilitado un gran cambio al proporcionar la plataforma y las herramientas (Kotler, 2018).

El compromiso que se presente con el contenido publicado, determina el éxito y los resultados de divulgación y posterior participación en eventos o inscripción a procesos de movilidad académica, esto siendo relevante debido a que es de gran prioridad mantener las relaciones y convenios internacionales, sosteniendo esto en el decreto 4675 del 2006 que especifica definir las prioridades de Cooperación Internacional en educación que se propondrán a las fuentes de cooperación (Ministerio de Educación, 2017).

La mejora se plantea como una herramienta de apoyo para que la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales logre una mejor gestión en la publicación de piezas de diseño de campañas publicitarias de programas de movilidad académica y de información de internacionalización, esto en cuanto a contenido a publicar, tipo de pieza, horarios de publicación, medios de difusión, entre otras.

2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances

Con el propósito de definir el desarrollo del proyecto de mejoría en la DRI se considera lo siguiente:

2.2.1 Importancia

- La base de datos organiza, sintetiza y resuelve los diferentes resultados de interacciones y alcance que arrojan las publicaciones, lo que facilita el diagnóstico de estadística.

- El informe final mensual resume el rendimiento de las redes sociales durante el mes, basado en datos y gráficas, identifica errores presentados en contenidos, diseños u horarios de publicación.
- En suma, el análisis de redes, provee recomendaciones que son planteadas y expuestas en el informe y son llevadas al comité de área y tomadas en cuenta en el momento de decisión de planeación y cronograma semanal o mensual de contenido en redes sociales.
- Las estrategias aplicadas gracias a la previa retroalimentación gestionan el contenido, logrando que el público de las páginas de Facebook e Instagram disfrute del contenido y genere captación de la atención y posiblemente, se accione en participación en alguna de las convocatorias de las campañas.

2.2.2 Limitaciones

- La caída de redes sociales o colapso de la red virtual, puede imposibilitar la difusión de algunas publicaciones, lo que puede alterar los resultados en las interacciones.
- El algoritmo de cada red social (Facebook e Instagram) es independiente, causando desvariaciones entre lo que resulta funcional para una red y para la otra.
- Los resultados pueden presentar diferentes interpretaciones para el resto del equipo, lo que complicaría el establecimiento de alguna estrategia.
- Los diseños de piezas, imágenes, videos, notas, entre otros, pueden presentar errores en ortografía, colorimetría, diseño, etc.
- El establecimiento de estrategias gracias al análisis, tiene que ser aprobado por el personal del área, pero también por el resto del equipo DRI, lo que incluye la

dirección general y demás áreas de apoyo, por ende es necesario que todos aprueben la idea, o por el contrario, podría ser rechazada o enviada a mejora.

2.2.3 Alcance

- La matriz de base de datos está diseñada para seguimiento de contenido de las redes sociales de la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales de la Universidad Santo Tomás.
- Las categorías de la matriz que sirven como criterio a la hora de tomar decisiones, están sujetas a modificaciones si se desea.
- El diseño de la matriz y plantilla del informe mensual que se establece en el mismo archivo puede funcionar para cualquier semestre académico debido a la estabilidad en el tipo de información que se recoge en las estadísticas de las redes sociales.

2.3 Objetivo General del Informe de Prácticas Profesionales

Implementar un sistema de base de datos para registro y control de interacciones de contenido digital publicado en las redes sociales de la DRI para el apoyo de análisis de estadísticas y creación estrategias en campañas de movilidad académica.

2.3.1 Objetivos Específicos

1. Analizar las herramientas de medición del contenido de redes sociales.
2. Identificar las falencias del registro y control de los resultados obtenidos en las campañas en redes sociales.

3. Implementar una base de datos que integre todos los ítems y categorías necesarias para facilitar el análisis del contenido publicado en la toma de decisiones de las campañas de movilidad académica.

Capítulo III. Contenido del Plan de Mejora

3.1 Propuesta de mejora

La idea responde a la carencia de algún formato de retroalimentación del contenido que se elige mensualmente para ser publicado en las páginas de Facebook en Instagram de la DRI. El proceso de mejora empieza en la estructuración de una base de datos que consolidara todo aquello que es tomado en cuenta para ser publicado y con base a eso, estudiar cuales campañas tenían mayor rendimiento.

A continuación se enlistara por fases la implementación de la propuesta, plan y posterior ejecución de la mejora. Con fundamento a la consecución que se presenta en los objetivos específicos que responder a la meta final de las prácticas profesionales:

3.1.1 Primer objetivo

De acuerdo al primer objetivo: Analizar las herramientas de medición del contenido de redes sociales.

Se realizó una debida investigación sobre las plataformas que se utilizaban para la medición de la analítica web; mediante el análisis, se detectó que habían herramientas o algún medio de control para las redes sociales sin implementar, por ende no se podía profundizar en las estrategias sin tener claros los indicadores que miden el desempeño del contenido publicado.

Partiendo de este punto, se establecen diferentes herramientas, algunas de ellas son dadas bajo las estadísticas arrojadas por las mismas redes (Instagram y Facebook), y

también por plataformas suscritas a la DRI, sumado a esto, se pueden utilizar herramientas de Microsoft Office, tales como Excel, la cual facilita el entendimiento de los resultados.

3.1.2 Segundo objetivo

Respecto al segundo objetivo planteado: Identificar las falencias del registro y control de los resultados obtenidos en las campañas en redes sociales.

Se entra a revisar detalladamente la base trabajada y las herramientas usadas para el análisis, sin embargo, no se observa algo estructurado, lo que generaba falencias para crear una estrategia de cada una de las campañas, los resultados y el análisis era muy generalizado.

Se empiezan a plantear alternativas que gestionen mejor el anterior proceso, ya que era de gran relevancia para la DRI obtener de forma rápida, segura y óptima, algo que le diera nombre y solución a las falencia que existía en la antigua base de datos y la carencia de análisis y reporte de resultados.

3.1.3 Tercer objetivo

En referencia al último objetivo: Implementar una base de datos que integre todos los ítems y categorías necesarias para facilitar el análisis del contenido publicado en la toma de decisiones de las campañas de movilidad académica.

Al evidenciar las falencias, se inicia desde cero la construcción de la base de datos, en la cual se constituyeran las condiciones necesarias para que se generará un servicio de análisis completo. Se estudiaron algunas de las características que debían ser registradas en

la base de datos manual, se designaron los tiempos en los que iba a ser completada y de entrega de informe semanal y mensual.

Para la elaboración de la base de datos, se enlistan las siguientes categorías en orden de izquierda a derecha:

- Programa: entidad, institución, facultad o departamento principal de la publicación.
- Tema: concepto de la pieza.
- Herramienta: plataforma donde se realizaba la pieza.
- Repost / Hipervínculo / Post propio: se marcaba con una “X” la casilla que correspondiera según la publicación.
- Plataforma: Facebook o Instagram.
- Fecha de publicación: fecha y hora de publicación que era estipulada en el cronograma mensual.
- Encargado: nombre del encargado de publicación / nombre del encargado de diseño
- Resultados: # de cuentas alcanzadas, impresiones, click en post e interacciones (se describía si eran “me gusta”, “reacciones”, “comentarios” o “compartidas”)
- Link: acceso directo a la publicación.

Las secciones fueron organizadas como títulos en la base de datos de la forma ilustrada a continuación:

Figura 5 Base de datos de seguimiento de publicaciones Semana 3 del mes de Mayo.

CRONÓGRAMA DE ACTIVIDADES SEMANA 3 (MAYO)										
Programa	Tema	Herramienta	Repost	Hiper	Propia	Plataforma	Fecha de Publicación	Encargado	Resultados, alcance e interacciones	Link
Facultad de Negocios Internacionales	Curso de Excel	Ninguna	x			Facebook	10/05/2021 12:00 pm	Ana María Fernández	Alcance: 132 Impresiones: 133 Click en post: 1 Interacciones: 0	https://www.facebook.com/santoto.internacional/posts/4280795325316411
Dirección de Relaciones Internacionales	Intercambios USTA	Canva			x	Facebook	10/05/2021 09:42 pm	Ana María Fernández / María Paula Torres	Alcance: 126 Impresiones: 128 Click en post: 3 Interacciones: 0	https://www.facebook.com/santoto.internacional/posts/4281505155195428
Dirección de Relaciones Internacionales	Sígueme Tomasino	PhotoShop			x	Facebook	11/05/2021 9:00 am	Ana María Fernández / Alejandra Ramírez	Alcance: 118 Impresiones: 120 Click en post: 0 Interacciones: 0	https://www.facebook.com/santoto.internacional/posts/42828630890646
Dirección de Relaciones Internacionales	Boletín Semanal	Ninguna		x	x	Facebook	11/05/2021 6:00 pm	Ana María Fernández	Alcance: 137 Impresiones: 141 Click en post: 4 Interacciones: 1 (1 share)	https://www.facebook.com/santoto.internacional/posts/428417885058722
Dirección de Relaciones Internacionales	Sabías que	Canva			x	Facebook	12/05/2021 9:00 pm	Ana María Fernández	Alcance: 80 Impresiones: 81 Click en post: 0 Interacciones: 0	https://www.facebook.com/santoto.internacional/posts/428766561245954
Dirección de Relaciones Internacionales	Caso de éxito de intercambio	Ninguna			x	Facebook	13/05/2021 12:00 pm	Ana María Fernández	Alcance: 238 Impresiones: 242 Click en post: 11 Interacciones: 5 (5 likes)	https://www.facebook.com/santoto.internacional/posts/428766561245954

Nota: Las filas señaladas de color verde y amarillo son aquellas que tuvieron mejor desempeño en la semana, por lo cual se resaltan para ser identificadas más fácil. Adaptado de Base de datos DRI USTA (comunicación personal, abril 9, 2021)

Como se identifica anteriormente, la base a diario se actualizaba debido a que cada día se realizaba de 1 a 3 publicaciones, a las cuales se les daba un lapso de 1 semana para que terminaran de compilar los datos estadísticos necesarios para registrarlo en su categoría.

Este documento se divide por meses, desde el inicio de las prácticas profesionales (Febrero), hasta el último mes (Junio). El archivo se divide en carpetas, las cuales corresponden al número de semana (Ver anexo 5), ya que cada semana del mes lleva su operación (habían caso de 5-6 semanas dependiendo el día de inicio de mes). Y en último lugar, un informe mensual, que sintetiza los resultados del mes en imágenes y gráficas, que argumentan sugerencias y mejoras en cuestión de contenido y horarios.

Figura 6 Plantilla del informe mensual.



Nota: Adaptado de Base de datos DRI USTA (comunicación personal, abril 9, 2021)

El informe contiene varios indicadores del mes para cada red social, para Facebook son: resumen general, # de publicaciones, tipo de publicaciones, tipo de pieza propia, publicaciones con mayor interacción, horario del público, interacciones en la página e interacciones en las publicaciones.

Para Instagram son: resumen general, # de publicaciones, tipo de publicaciones, tipo de pieza propia, publicaciones con mayor interacción, historias con mayor interacción, horario del público, actividad por días, actividad por horas al día, crecimiento de seguidores mensual.

Las recomendaciones se realizan después de cada gráfica si es necesario dar hincapié a alguna acción debido a que se genera una disminución o incremento significativo en las estadísticas (Ver anexo 3 y 4).

3.2 Conclusiones

A partir del proyecto de mejora dentro de la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales en el Área de Posicionamiento Global e Internacionalización en casa se llega a la conclusión:

- La implementación de la base de seguimiento para las redes sociales en la DRI, mejoró notoriamente el número de interacciones, seguidores y “engagement” del público hacia las publicaciones.
- La comunidad tomasina empezó a participar más en las actividades, dinámicas, eventos, seminarios y campañas que se realizaban y promocionaban desde las cuentas del departamento.
- Gracias a una correcta difusión de piezas publicitarias que captaran la atención de los estudiantes, y aún en la modalidad de movilidad académica virtual, aumentaron considerablemente los intercambios respecto al periodo 2020-2.
- El análisis de las estadísticas, llevo al equipo a conocer lo que realmente disfrutaban ver los usuarios tomasinos, por ende, se establecieron más campañas para el periodo 2021-2, en las cuales se incluirá fotografías de estudiantes en intercambio, colores vivos que forman parte de la paleta institucional, vídeos interactivos y “memes”.

3.3 Referencias

Dirección de Relaciones Internacionales. (2021). Quienes somos ORII. Universidad Santo Tomás. [https://relacionesinternacionales.usta.edu.co/index.php/dri/quienes-somos-](https://relacionesinternacionales.usta.edu.co/index.php/dri/quienes-somos-orii)

orii

Dirección Nacional de Relaciones Internacionales. (20 de septiembre de 2020). [Página principal]. Universidad Santo Tomás. <https://relacionesinternacionales.usta.edu.co>

Google Maps. (s.f.). [Ubicación geográfica de la Universidad Santo Tomás]. Google Inc.

[https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6384](https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6384029,-)

[74.0657253,391m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6](https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6384029,-74.0657253,391m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.6381939!4d-74.0652297)

[221d39!8m2!3d4.6381939!4d-74.0652297](https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s/@4.6384029,-74.0657253,391m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3a95d6bf55:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.6381939!4d-74.0652297)

Kotler, P. (2018). Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. LID Editorial.

Maldonado, S. (2012). *Análítica Web: Medir para triunfar*. Madrid: ESIC Editorial.

Ministerio de Educación. (13 de Febrero de 2017). Normatividad.

[https://www.mineduacion.gov.co/portal/micrositios-institucionales/Cooperacion-](https://www.mineduacion.gov.co/portal/micrositios-institucionales/Cooperacion-Internacional/Cooperacion-Internacional/318082:Normatividad)

Naso, F., Balbi, M. L., Grazia, N. D., & Peri, J. A. (2013). *La importancia de las Redes sociales en el ámbito educativo*.

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/18296/Documento_completo_.pdf](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/18296/Documento_completo_.pdf?sequence=1)
[?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/18296/Documento_completo_.pdf?sequence=1)

Pérez Alcalá, M. D., Ortiz Ortiz, M. G., & Flores Briseño, M. M. (Mayo de 2015). *Redes sociales en Educación y propuestas metodológicas para su estudio*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/145/14538571008.pdf>

Restrepo, J. G., & Zapata, J. P. (2011, junio). Marketing En Universidades. Descripción, análisis y propuestas [Ponencia], XVI Congreso Internacional De Contaduría, Administración e Informática, Sabaneta.

Ro, M. N. (2014). *ANALÍTICA WEB Y EN REDES SOCIALES, HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS*. <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4036/tfg245.pdf>

Universidad Santo Tomás. (2015). Nuestra institución.

<https://www.usta.edu.co/#rese%C3%B1a-hist%C3%B3rica>

Universidad Santo Tomás. (2021). Nuestra institución.

<https://www.ustadistancia.edu.co/index.php/nuestra-institucion/organigrama-general>

3.4 Anexos

Anexo 1: Perfil de Instagram de la DRI.



Nota: Adaptado de [Perfil de instagram], de DRI USTA Bogotá [@santoto.internacional].
s.f. <https://www.instagram.com/Santoto.Internacional/?hl=es>

Anexo 2: Perfil de Facebook de la DRI.



Nota: Adaptado de [Perfil de facebook], de DRI USTA Bogotá [@santoto.internacional].
s.f. <https://www.facebook.com/santoto.internacional>

Anexo 3: Recomendaciones en el informe mensual

Crecimiento total de seguidores al mes de Febrero.



Aunque se consolidaron nuevos seguidores, se recomienda crear una estrategia para evitar perder seguidores.

Nota: Adaptado de Base de datos DRI USTA (comunicación personal, abril 9, 2021)

Anexo 4: Recomendaciones en el informe mensual



Como se mencionaba anteriormente, en cuestión de publicaciones sirve que vean una figura humana, esto genera más interés hacia el post, añadido a esto, las historias con más impresiones son fueron referentes a la Semana Internacional. Para las historias, en términos generales tienen demasiado éxito basado en el número de seguidores de Instagram, poseen buen engagement y la participación en encuestas contiene excelentes números de participaciones.

Nota: Adaptado de Base de datos DRI USTA (comunicación personal, abril 9, 2021)

Anexo 5: La matriz del mes de Abril se encuentra en el siguiente enlace:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1c3ooI0FmsFVt17gbcO_isZ9HbpAgratQ6eit2es5wGU/edit?usp=sharing

Capítulo IV. Seguimiento de Práctica Profesional

4.1 Programación de actividades realizadas por la organización

La práctica profesional inicia a la par con el semestre académico, las primeras semanas son de inducción, dentro de esta preparación se da a conocer los valores del departamento, las reglas a tomar en cuenta, explicación de actividades por área y presentación del equipo DRI (planta y pasantes). Seguidamente se realizan varias actividades con el fin de conocer las habilidades de cada pasante y designar por áreas de trabajo; algunas de estas actividades son:

- Lectura de documentos sobre convenios, diferentes programas de intercambio, valores, misión, visión, funciones, encargados de la DRI, entre otros elementos que componen al departamento y la revisión de la página web, con el fin de empaparse de la función, objetivos y componentes de la DRI.
- Elaboración de presentación en donde plasme lo más relevante de todo lo anteriormente leído y analizado sobre la DRI, en esta presentación tiene vía libre para utilizar su creatividad en cuanto a diseño y exposición de los temas. Según sea la evaluación de sus habilidades será designado a las distintas áreas (Movilidad Académica, Posicionamiento Global, Cooperación y Convenios, Dirección o Soporte Técnico)

- Elaboración de MailChimp de tema a su elección, siempre y cuando encaje con los principios de la oficina. Sí aún no tiene claro que es un MailChimp, es una plataforma en donde se crean diferentes plantillas de diseño, principalmente para difusión masiva por medio de correo electrónico (más adelante se especificará sus tareas en este programa Online), se realiza una previa capacitación.

Las funciones desempeñadas durante el semestre académico fueron:

- Manejo de las redes sociales.
- Programación de publicaciones e historias de Instagram y Facebook.
- Diseño básico de piezas, presentaciones, gráficos, entre otros.
- Informes y matrices de interacción.
- Publicación de contenido en redes.
- Atención y respuesta de mensajes y dudas en las redes de la DRI.
- Creación de dinámicas, campañas, proyectos, entre otros.
- Informes, matrices, bases de datos, etc.
- Notas para página web.

4.2 Cumplimiento de Objetivos trazados por mes

	Fecha	Actividades Desarrolladas	Logros	Dificultades
Ciclo 1	Febrero	➤ Actividades de inducción ➤ Capacitación en plataformas como Canva, MailChimp, Drive. ➤ Designación de correos y funciones. ➤ Presentaciones sobre eventos, becas y oportunidades. ➤ Elaboración de formato para ideas de diseño. ➤ Estructuración de base de datos de seguimiento. ➤ Elaboración de bases de datos de redes universidades, redes sociales, correos electrónicos, etc. ➤ Piezas para redes.	➤ Excelente comunicación con el equipo. ➤ Aprendizajes nuevos en plataformas. ➤ Se diseñaron nuevas imágenes. ➤ Se planearon nuevas campañas de difusión.	➤ Colapso de trabajo. ➤ Demora en aprobación de piezas de diseño. ➤ Falta de comunicación en algunas actividades. ➤ Poca eficiencia debido a demoras en sistema.
Ciclo 2	Marzo	➤ Elaboración de diapositivas de eventos, becas y oportunidades. ➤ Asistencia y participación en eventos académicos. ➤ Capacitaciones a estudiantes. ➤ Solución de dudas e inquietudes de estudiantes. ➤ Elaboración de boletín de convenios y boletín de internacionalización ➤ Diseño de piezas ➤ Diseño de historias en Instagram. ➤ Programación y publicación de Facebook e Instagram. ➤ Base de datos de seguimiento.	➤ Mayor número de seguidores y captación de usuarios. ➤ Los estudiantes participaban más en las dinámicas. ➤ Envío exitoso de boletín a socios, docentes y egresados. ➤ Certificación de participación en eventos.	➤ Mucha información para boletines, alguna enviada fuera de tiempo. ➤ Los estudiantes no sabían a cuál de todos los correos presentar sus dudas.
		➤ Organización semana internacional.	➤ La Semana Internacional fue un éxito en cuanto a	➤ Falta de comunicación entre el equipo DRI complico algunas

Fecha		Actividades Desarrolladas	Logros	Dificultades
Ciclo 3	Abril	➤ Creación encuesta de satisfacción de invitados y estudiantes. ➤ Supervisión técnica en las reuniones de la semana Internacional. ➤ Publicación de contenido referente a las conferencia de la SI. ➤ Elaboración de diapositivas de eventos, becas y oportunidades. ➤ Asistencia y participación en eventos académicos. ➤ Capacitaciones a estudiantes. ➤ Solución de dudas e inquietudes de estudiantes. ➤ Elaboración de boletín de convenios y boletín de internacionalización ➤ Diseño de piezas ➤ Diseño de historias en Instagram. ➤ Programación y publicación de Facebook e Instagram. ➤ Base de datos de seguimiento.	número de participantes. ➤ Las redes sociales estuvieron activas durante toda la semana, subieron mucho las estadísticas. ➤ Envío exitoso de boletín a socios, docentes y egresados.	acciones en las conferencias. ➤ Salas alternas a la sala principal generaban menos participación en alguna de las dos reuniones. ➤ Falta de compromiso de estudiantes y docentes al no conectarse a las conferencias, reuniones o talleres.
	Mayo	➤ Elaboración de diapositivas de eventos, becas y oportunidades. ➤ Asistencia y participación en eventos académicos. ➤ Capacitaciones a estudiantes. ➤ Solución de dudas e inquietudes de estudiantes. ➤ Elaboración de boletín de convenios y boletín de internacionalización ➤ Diseño de piezas	➤ Mayor número de seguidores y captación de usuarios. ➤ Los estudiantes participaban más en las dinámicas. ➤ Envío exitoso de boletín a socios, docentes y egresados.	No se presentaron muchas dificultades debido al rendimiento general del grupo.

Fecha		Actividades Desarrolladas	Logros	Dificultades
		➤ Diseño de historias en Instagram. ➤ Programación y publicación de Facebook e Instagram. ➤ Base de datos de seguimiento.	➤ Certificación de participación en eventos.	
Ciclo 5	Junio	➤ Bases de datos de redes universitarias. ➤ Registro en el InterActin de Universidades. ➤ Manual final de pasante ➤ Elaboración de diapositivas de eventos, becas y oportunidades. ➤ Asistencia y participación en eventos académicos. ➤ Capacitaciones a estudiantes. ➤ Solución de dudas e inquietudes de estudiantes. ➤ Elaboración de boletín de convenios y boletín de internacionalización ➤ Diseño de piezas ➤ Diseño de historias en Instagram. ➤ Programación y publicación de Facebook e Instagram. ➤ Base de datos de seguimiento.	➤ Mayor número de casos de movilidad académica. ➤ Mayor número de seguidores y captación de usuarios. ➤ Los estudiantes participaban más en las dinámicas. ➤ Envío exitoso de boletín a socios, docentes y egresados. ➤ Certificación de participación en eventos.	➤ Confusión en aplicaciones de movilidad. ➤ El cierre de semestre y finalización de pasantía de los practicantes dificultó el normal desarrollo de las funciones.